


最佳分銷渠道拓展

創新思維 成就優質服務

透過多元渠道分銷是企業業務得以增長的重要策略。富通保險有限公司（下稱富通保險）近年致力拓展策略夥伴分銷渠道的業務（包括經紀公司及企業代理商渠道），成效顯著。富通保險策略夥伴業務的年度化保費較去年同期大幅上升100%，盈利率、淨利潤均有明顯增長，該公司更在今屆「優秀保險企業大獎」中奪得「最佳分銷渠道拓展」獎項。



富通保險首席策略夥伴業務總監
梁子倫

首席策略夥伴業務總監梁子倫對獲獎感到高興，認為獎項肯定了公司上下的努力，並為得到業界認同表示欣慰。能得到理財顧問、企業代理人及客戶對富通保險的信心，並在芸芸公司中突圍而出，梁子倫認為關鍵在於公司以合作夥伴和客戶為本的策略，凡事從用家角度出發。

產品「落地」 團隊互相協調

2018年上半年，跟富通保險簽訂合作協議的經紀公司較去年同期增加近30%，令富通保險的分銷業務版圖進一步擴大。

富通保險抱有創新思維，處事靈活彈性，未來將以「立足香港、融入中國、面向亞洲」的理念，提供最優質的服務。

梁子倫指，富通保險的產品勝在能夠「落地」，因公司除與經紀公司保持緊密聯繫，亦透過焦點小組，了解不同客戶需要。

此外，該公司又會因應不同地區，推出相應產品，如針對國內空氣污染問題，富通保險推出了「守護168」危疾保障計劃，大受客戶歡迎。

設專責部門 優化營運效益

很多保險公司以銷售部門支援理財顧問，富通保險則特設策略夥伴服務部（Partnership Concierge）專門支援理財顧問，策略夥伴服務部設立在營運部門下，在市場中是甚為獨特的架構。

此外，該公司又設立策略夥伴業務部（Partnership Distribution），負責銷售和支援業務開發等範疇的工作。

兩個團隊互相協調，優化了富通保險分銷渠道的銷售及營運資源、功能及工作流程，達至最大效益。

推一站式平台 聚焦線上推廣

踏入數碼時代，各行各業都積極投放資源發展科技，富通保險亦不例外，梁子倫透露，未來將投放龐大資源於資訊科技開發計劃，以提升銷售及服務質素。

明年首季，富通保險將先推出全新的一站式移動應用平台，將整個保險業務的前、中、後台重新檢視及整合，讓合作夥伴於每一個流程中都體驗到創新的電子化服務，增強對品牌的信心。

由於消費者目前多透過網上平台和社交媒體尋找資訊，富通保險的市場營銷策略亦由過往的線下宣傳變為聚焦於線上推廣，積極開發不同溝通媒介如Whatsapp、微信（WeChat）及Facebook等，更不時推出多元化產品工具或WeChat軟文，幫助客戶理解重要的資訊。



梁子倫（左）從義務工作發展局主席沈之弘醫生手中接過獎項。

支持終身學習 全方位支援

為使品牌成為理財顧問及企業代理人的終身學習夥伴，富通保險一直提供不同類型的培訓，協助合作夥伴增進保險業及產品銷售的相關知識和獲取專業資格。

策略夥伴業務部會定期向合作夥伴推廣產品及業務方案，而策略夥伴服務部則為營運團隊提供營運、核保、理賠等培訓。另外，富通保險還會開辦與銷售相關課程（如商務禮儀和演講技巧），又不時邀請認可機構提供持續專業培訓（CPD）。「其實理財顧問每年必須累積10個CPD時數，公司不希望他們『為上課而上課』，故將一些重要知識如信托、共同滙報標準（CRS）融入CPD課程中。」梁子倫說。