

2018直通 3.15 河北保险业特刊

保险营销成消费者投诉重点

独家报道

报道独家新闻 期待你的参与

□记者 任国省

随着社会发展,房子、车和保险已取代空调、电视机、冰箱成为新时代的“新三件”。但长期以来,保险条款,特别是人身保险条款一直因其专业程度高、晦涩难懂而难以让普通消费者接受,销售过程中,一段有意或无意的误导,就会让消费者投保之路蒙上难以消除的阴影。

本报3月15日保险维权热线开通以来,销售误导、理赔难等损害消费者利益的问题反映强烈,导致消费者对行业不信任。而保险营销纠纷已经成为消费者纠纷中的主力。

调查一:
消费者对告知和理赔最不满意

购买保险时,保险代理人一直强调高息收入,以为高额利息储蓄呢,没想到却是投资型保险,收益还不保障。保险买了两年了,才发现实际情况和当初代理人承诺的出入较大,想退保却面临折损一万余元的本金。保险代理人吹嘘年收益30%,可实际情况却连定期存款都赶不上。根据本报3月15日保险维

诉热线整理的结果,消费者对保险公司在告知义务和理赔两个方面的服务最为不满。

省王女士来电表示,最近帮父母整理东西时才发现,老人在五年前购买了一份万能险,但老人对风险一概不知。后来我们多方咨询,仔细阅读保险合同才发现,当初代理人向老人宣传的高收益根本不存在,而且这款保险六年以后才开始返还,并不适合老年人购买。王女士进一步介绍,万能险相对而言是一种中长期的保险理财产品,比较适合有一定经济基础同时有中长期理财需求的客户,老年人购买此类产品需要谨慎一些。

支招:从消费者反映的情况来看,产品显然是与投保人的需求脱节的。同时,业务员销售过程中明显存在误导。在被误导的情况下,能否全额退保,要取决于投保人是否能提供足够的证据,来证明业务员在销售过程中存在明显误导,而导致合同订立时双方就合同标的存在重大误解。如果投保人能够提供这些证据,则可以向人民法院或者仲裁机构申请撤销合同。

本该是起到保障消费者人身和财产安全的保险公司,却往往成为消费者投诉的对象。

调查二:
捆绑、搭售保险现象屡禁不止

最近想给孩子买一款少儿保

险,保障相对齐全,价格比较合适,没想到销售人员一直捆绑销售其他保险。近日,衡水的赵女士说,虽然没有捆绑销售成功,但在春节旅游期间却遭遇车票、门票带保险的捆绑、搭售现象,很是让人生气。

其实捆绑、搭售保险的现象很多人都碰到过且不止一次,似乎已经成了保险销售行业或者其他和保险有联系的销售行业的潜规则。

据一名业内人士介绍,长期以来,搭售保险现象并不是保险公司的个例。除了购买火车票、汽车票时,有可能被悄无声息地买保险。在汽车经销领域,不在店里买保险就不能买车,的新闻早已屡见不鲜。

支招:如果在不知情的情况下遇到搭售,首先和平台取得联系,一般平台会进行退还。如果不退,消费者可以向航空公司、平台部门去投诉,也可以向消费者保护组织投诉,还可以向主管部门保监会等投诉。

调查三:
保险代理人流动频繁

保险买了没多久就发现代理人联系不上了,公司告知已离职,这种情况我的保单会不会得到正常管理?购买的保险面临理赔时才发现代理人已经离职了,一是没有熟悉的代理人放心沟通,二是当初代理人承诺的一些东西现在的代理人并不认可。

本报3月15日维权热线中,反映保险代理人离职的问题也比较

集中。

保险人员频繁流动是一大特点。如果给客户办理保单的代理人出现跳槽,那么客户的保单就成了所谓的“孤儿保单”。据业内人士介绍,目前保险公司处理“孤儿保单”主要有以下两种方式:一是由新的代理人接手,二是由专门人员或部门管理。做得好一点的公司会对该业务员名下的所有保单进行电话回访。如告知客户其服务人员即将变更,核对客户的地址、电话、续期缴费账号等。

支招:对于客户而言,一旦确定遇到“孤儿保单”,应及时与保险公司取得联系。可通过拨打保险公司服务热线、亲自到保险公司客户中心等多种方式。此外,客户最好定期检查自己的保单,如果因为搬迁、工作变动、联系方式变更等原因引起个人基本信息变更,一定要及时告知保险公司。

特别提醒:

在线购票要关注勾选项目

为防止在线售票平台捆绑、搭售保险,首先,购票时一定要关注勾选项目,核对在线消费账单。消费者通过在线平台购买商品或接受服务时,要关注勾选项目,并在支付价款前认真核对消费账单,防止在不知情的情况下默认勾选保险产品。其次,了解自身权利,谨防权益受到侵害。中国保监会保险消费者权益保护局特别提示消费者,在线平台默认勾选推荐的一些保险产品,通常没有明确列明承保主体或代理销售主体,没有完整披露保险产品条款等相关重要信息,这种做法侵害了消费者的知情权、自主选择权等权益。

再次,在线选购保险,要注意识别相关风险。如果消费者主动选

择购买在线平台推荐的相关保险产品,以提高保险保障水平,还请注意以下方面:一方面,留意所购买保险的保障内容。部分在线平台销售的保险不能主动弹出保险条款页面,需要点击页面条款链接,消费者往往因此忽略保险条款内容。消费者应仔细阅读保险条款,特别是了解掌握保险产品的责任免除条款,以及投保地域、就医、退保和特别约定中的限制条件等,以更好地维护自身权益。(记者 任国省)

择购买在线平台推荐的相关保险产品,以提高保险保障水平,还请注意以下方面:一方面,留意所购买保险的保障内容。部分在线平台销售的保险不能主动弹出保险条款页面,需要点击页面条款链接,消费者往往因此忽略保险条款内容。消费者应仔细阅读保险条款,特别是了解掌握保险产品的责任免除条款,以及投保地域、就医、退保和特别约定中的限制条件等,以更好地维护自身权益。(记者 任国省)

择购买在线平台推荐的相关保险产品,以提高保险保障水平,还请注意以下方面:一方面,留意所购买保险的保障内容。部分在线平台销售的保险不能主动弹出保险条款页面,需要点击页面条款链接,消费者往往因此忽略保险条款内容。消费者应仔细阅读保险条款,特别是了解掌握保险产品的责任免除条款,以及投保地域、就医、退保和特别约定中的限制条件等,以更好地维护自身权益。(记者 任国省)

择购买在线平台推荐的相关保险产品,以提高保险保障水平,还请注意以下方面:一方面,留意所购买保险的保障内容。部分在线平台销售的保险不能主动弹出保险条款页面,需要点击页面条款链接,消费者往往因此忽略保险条款内容。消费者应仔细阅读保险条款,特别是了解掌握保险产品的责任免除条款,以及投保地域、就医、退保和特别约定中的限制条件等,以更好地维护自身权益。(记者 任国省)

观点

让保险成为美好生活的守护者

□记者 任国省

保险行业值得信赖吗?因为销售误导和理赔难的顽疾如鲠在喉,在面面对此问题时让人没了斩钉截铁的底气。

随着人们收入水平的不断提高,保险产品走进千家万户,但坦率地说,与其他金融机构相比,保险公司在社会中的形象并不理想,造成这一现象的因素众多,销售误导是直接因素之一,而此前激进的产品策略和投资行为亦是饱受诟病。

从保监会披露的2017年保险公司投诉情况来看,人身险销售纠纷问题仍然比较突出。2017年,中国保监会及各保监局共接受人身险销售投诉21329件,占人身险投诉总量的46.00%,主要反映夸大保险责任或收益、隐瞒保险期限和不按期交费的后果、隐瞒解约损失和满期给付年限、虚假宣传等问题。人身险销售纠纷投诉中,涉及银邮兼业代理渠道9498件,占比44.59%,涉及营销员渠道8889件,占比41.68%。

用户对于保险的不好印象,主要集中在保险条款复杂难懂、产品与用户需求不匹配、理赔体验差等问题上。此外,大部分保险企业把目光锁定在投保和理赔两端,缺少有效的中间沟通环节,导致用户无法感受保险行业的服务属性,从而产生距离感。

消费者对于保险业的评价不一,究其原因,消费者并不是不认可保险本身,而是不认可卖保险的人、理念、行为、方式和风格等,如保险的强势营销和销售误导导致消费者容易被伤害、产品复杂导致消费者看不懂、产品价格贵导致保额和保障太低、核保体检和理赔流程复杂导致体验很差。部分险企甚至还停留在争抢业务规模和市场份额的低层次竞争水平,为了揽到业务不惜弄虚作假、违法违规,在社会上造成不良影响。这些问题正在不断地侵蚀保险业发展的诚信基础,严重损害保险行业形象。

在金融领域,保险业是最为接地气的行业,被吐槽的概率自然更大些,但自身的短板不可得过且过。如果不及时采取有效措施加以解决,很可能会引发信任危机,制约行业的可持续发展。有专家表示,如果用户对于商业保险的信任危机不解决,缺少市场化健康管理机制的介入,那么社会公共卫生支出负担重、社保空白无法填补等问题将越来越凸显。

我们的保险并不缺好产品,甚至可以说好产品每年都会有,但缺乏让消费者有感知、有信任的销售方式。保险业是接地气的行业。从某种意义上讲,保险属于准公共产品,保险公司特别是寿险公司具有显著的公众公司特征,因此保险不能单纯地在商言商,应当成为被保险人的代理人和代言人,应当有更多的责任与情怀。

当然,保险行业中,用户信任缺失是长期沉积的问题,需要集合多领域的力量一点点消融。需要真正从用户角度出发,关注用户的真实需求和消费习惯,尤其是围绕用户健康生命周期提供丰富的增值服务,切实让用户得到实惠和安全保障,才能更好地发挥保险的风险保障功能,成为经济减震器和社会稳定器,才能让保险真正成为美好生活的守护者。

《保险生活》由河北日报与河北省保险行业协会共同主办
热线电话:0311-67563273
QQ交流群:413017592

消费提醒

□记者 李晓

我们经常听到有人吐槽自己买了一个假保险,这很可能就是入了保险等待期中的一些坑。对于等待期,很多人对它存在一定的误解,特别是一些在等待期内罹患重大疾病的家庭面对等待期的限制,感到十分焦急、郁闷和无奈。

先来看一个案例:投保人于2015年1月1日购买重疾险,3月11日,合同生效72天后在医院进行门诊CT检查,检查结果提出甲状腺双叶异常。5月28日查出甲状腺腺瘤,于6月3日被诊断为甲状腺乳头状癌,并进行治疗。8月19日保险公司拒赔。这个案例就是由于等待期发生了重大疾病的相关疾病就诊,属于等待期内不赔付情况之一。最后法院判决保险公司无需赔付保险金。

了解等待期,避免不必要纠纷
保险合同在生效后的指定时

期内,即使发生保险事故,受益人也不能获得保险赔偿,这段时期称为等待期。

设置等待期的目的,是为了防止投保人明知将发生保险事故,而马上投保以获得保险金的行。

据了解,目前重疾险、医疗险、定期寿险的设置都是有等待期的,并且对等待期出险的定义不同。重疾险:等待期一般在90-180天,规定期间投保人或被保险人发生的疾病,保险公司不承担保险责任;医疗险:等待期规定为30天,等待期内确诊的疾病,不论治疗时间是不是在等待期内,都不能获得补偿;定期寿险:等待期为90-180天,如果这个时间内疾病身故是无法获得赔偿的,但由于意外导致的非身故不受限制,投保后可立即生效。

因此,我们在购买健康险时,一定要仔细看清楚险种的责任范围和生效时间,避免后期出现不必要的纠纷。另外,需要明确的是,等待期

一般是从合同生效日或复效日算起,只适用于第一个保险年度,对于续保单来说,之后的续保年度内不再享有等待期。

读懂三份合同,带您了解保险等待期

为了能够让读者更加深入了解保险等待期,我们特意挑选了重疾险中有关轻症在等待期中的三类不同规定:

第一份合同规定:本合同生效(若曾复效,则自本合同最后复效)之日起180天内,被保险人经医院初次确诊非因意外伤害导致罹患本合同所定义的轻症疾病(无论一种或多种),我们将按您累计已交纳的本合同的保险费数额(不计息)向轻症疾病保险金受益人给付轻症疾病保险金,本合同终止。

由上可知,这份合同的等待期是180天,如果被保险人在等待期内罹患轻症的话,处理结果就是退还已交的保险费,整份合同终止,这就意味着所谓的重疾

保障,身故保障将同时被终止。

第二份合同规定:从本附加险合同生效(或最后复效)之日起90天内,被保险人因疾病发生下列情形之一的:(一)重大疾病或特定轻度重疾;(二)因导致重大疾病或特定轻度重疾的相关疾病就诊,我们不承担保险责任,退还本附加险合同的现金价值,本附加险合同终止。这90天的时间称为等待期,被保险人因意外伤害发生上述两项情形之一的,无等待期。如果在等待期后发生保险事故,我们按照下列方式提前给付主险合同部分或全部保险金并相应调整主险合同各项保险利益。

这份合同的等待期是90天,如果在此期间内罹患轻症的话,退还此附加合同的现金价值,并且在此之后这份附加合同将被终止。另外,因为此附加合同主要是约定轻症与重疾保障的,也就是说在等待期内患了轻症,那么重疾保障也会随之没有了,但值得庆幸的是,身故保障依然存在。

第三份合同规定:如果被保人因意外事故以外的原因经医院确诊初次患上一种或多种本附加合同定义的特定疾病,并且首次发病时间在等待期内,我们不承担本项责任,同时本项责任终止,但本附加合同继续有效。

这份合同和上面两份不同的是,如果在等待期内罹患轻症,是不保障这项责任的,但除此之外,此附加合同还将继续有效,也就是说,重疾的保障仍将延续,主险的身故保障也依旧存在。

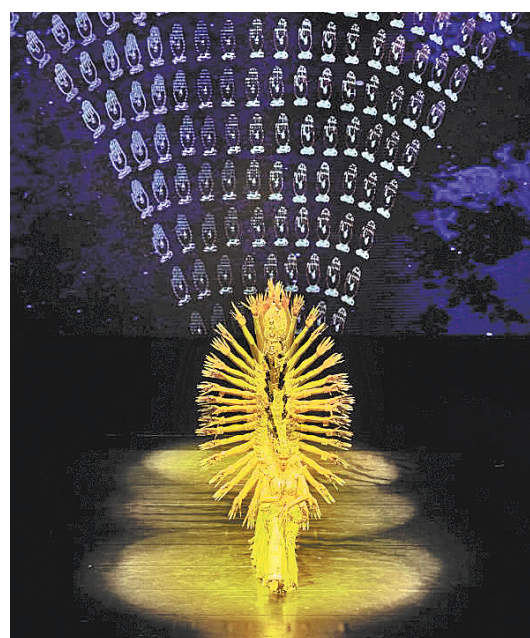
综合以上三份保险合同,可以很清楚地看到一些文字细节上的不同,将直接造成等待期内出险带来不同的后果,上面三份合同中,严重程度依次是第一份合同大于第二份合同,大于第三份合同。

虽然这些问题在等待期过后将不复存在,但保险等待期对于每一位投保的消费者都是必经阶段,为了避免入坑,导致不必要的纠纷,值得即将投保以及刚刚投保的朋友们关注。

富德生命人寿河北分公司

富蕴蓬勃 雅歌芳华

2018年VIP新春艺术季 舞剧音乐会精彩上演



初春三月,万物复苏。3月10日,富德生命人寿河北分公司“富蕴蓬勃 雅歌芳华”2018年VIP新春艺术季舞剧音乐会在省会石家庄大剧院精彩上演。与此同时,本次活动也拉开了富德生命人寿河北分公司2018年客户服务活动的序幕。公司的VIP客户、特邀嘉宾及社会各界朋友共1000余人,共同欣赏了此次演出。

据了解,该剧由总政歌舞团团长张继钢担任编导,集结了国内外舞台艺术领域一线艺术家,通过讲述千手观音的传说故事,表现了中华民族自古以来所秉承的仁爱、至善的精神。全剧贯穿始终的鬼斧神工的编排巧思、出神入化的肢体语言和大爱无形的感召力量,也深深吸引和感染着在场观众。作为压轴登场的千手千眼,成为全剧最

高潮,几十名装扮成观音形象的舞者带来的表演极具视觉震撼,排山倒海的气势蔚为大观。精彩的演出不时赢得全场观众的阵阵掌声。

演出结束后,一位观众表示,通过参加此次富德生命人寿公司的活动观看到如此精彩绝伦的演出,感到非常高兴,并表示将继续支持公司举办的其他客户服务活动。富德生命人寿河北分公司相关负责人表示,公司将秉持以人为本、以客为尊的服务理念,有节奏地开展灵活、新颖、多维度的客户服务活动,不断提升公司服务品牌影响力,携手提升生命价值。

(张茜)

