

# 互联网时代保险营销模式的创新研究

刘洁琼

(中央财经大学保险学院, 北京 100081)

**摘要** 信息技术发展越来越迅速,人工智能、大数据、云技术、区块链等前沿技术广泛应用于社会的方方面面,不断推动经济社会的快速发展,对满足人民生产生活需要和企业现代化治理起着举足轻重的作用,在这个万物互联互通的新时代,互联网数字经济是当下发展的主要思路,在互联网的广泛影响下,保险营销方式发生了巨大的变革,原先的传统保险营销方式已经不适应新时代的发展要求。在这万物互联的大环境下,保险营销者应该努力找寻新的营销方式,结合新时代客户的需求,借助互联网的优势不断将保险产品线上线下互相融通。

**关键词** 保险行业 互联网 营销方式

**中图分类号:** F840

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1007-0745(2022)09-0055-03

随着经济社会的高速发展,科学技术作为第一生产力,电子信息技术的飞速发展是新时代最为显著的特征,互联网技术越来越成熟,人类社会正式进入了万物互联的新时代。随着数字互联网技术不断广泛应用,尤其是人工智能、区块链技术、数字技术和云计算技术的广泛应用,中国的各行各业都受到了互联网的深度影响,这就会直接导致企业的生产方式和销售方式发生新的变化。保险行业也不例外,它的营销方式也在互联网的影响下产生了较大改变。那么在这种新的社会发展背景下,保险行业应该主动抓住互联网带来的新的发展机遇,找到适合自身行业属性的新营销方式,以便进一步促进本行业的快速发展。保险行业应该结合实际从各个方面重新审视营销方式存在的弊端,并结合移动互联网,找到新的营销模式。

## 1 关于保险行业改变营销方式的原因分析

保险让生活更美好,保险行业存在的主要价值是为人类提供各种各样的保险产品,提高现代人类抗风险的能力。对于现代社会人们来讲,提高抗风险能力是他们保证生存的重要前提之一。现代人类需要进行多种多样的社会活动:生活、社交、旅游、工作和学习,在进行社会活动的过程中,他们也需要面临一些社会风险。比如,当人们出去旅游的时候,在旅游途中可能会遇见人身安全威胁或者是车祸等情况,那么在这个时候,旅游保险或者是汽车保险就可以派上用场,它们能够为这些人们提供一笔不小的赔偿费用,作为他们的保障资金。在很多时候,保险为投保人提供了一层重要保障,使得投保人减少后顾之忧,进一步提高自己的生存能力和抗风险能力。对于投保人来讲,

购买的保险具有很多价值,这些价值主要表现在以下几个方面:

首先,有效抵抗各种风险。对于生活在现代社会的人类来讲,他们需要面临各种各样的风险:疾病风险、生育风险、养老风险、财务风险,无论哪一种风险的到来,都会对人们的正常生活造成不利的影 响。那么在这种情况下,保险就可以帮助人们有效地抵御各种风险。保险是投保人与保险公司签订一种商业合同,投保人需要购买保险公司的保险产品,按月或者是按年定时缴纳保险费用。保险公司负责为投保人提供保障资金,当投保人遇到各种风险的时候,保险公司为投保人提供保险合同规定的保障资金。比如,当家人身患重大疾病的时候,巨大的医疗费用会压垮一个家庭,很多普通家庭承担不起这笔费用。那么,保险公司需要向生患重疾的投保人提供治疗资金,帮助这个家庭渡过难关。其次,充分利用资金,保障家庭生活。对于很多老年人来讲,他们最怕自己的晚年得不到子女的赡养,养老保险则可以为他们提供一层良好的养老保障,定时发放养老费用,进一步保障他们的老年安稳生活。对于年轻人来讲,投保资金可以算作储蓄资金,当自己面临失业或者是资金运转困难的时候,购买的保险可以及时地帮助自己渡过难关,缓解眼前的难题。总而言之,对于投保人来讲,购买保险能够为自己提供多层保障,来进一步提高自己生存的能力和抗风险的能力,保险行业的存在是十分有必要的。

就目前的情况来讲,保险行业的营销额已经达到了国民经济总收入的15%以上,创造的行业利润巨大。2022年,中国的保险营销机构共有10250家,其中从

事保险营销的工作人员更是达到了30万人名以上。从这些情况可以看出,我国的保险行业有着巨大的市场发展空间。

## 2 保险行业传统营销方式存在的弊端

对于保险行业来讲,互联网既是一种机遇,也是一种挑战。绝大部分的行业都已经迎合互联网的发展潮流,并学会了充分利用互联网的优势,转变自己的行业产品方向和发展方式。那么在这种“互联网+”的发展背景下,保险行业应该充分意识到自己原先存在的问题,并学会利用互联网的优势,找寻新的发展方向,因而本段内容重点分析保险行业传统营销方式存在的各种弊端。就目前的情况来讲,保险行业的传统营销方式主要存在以下几个弊端。

### 2.1 保险行业的营销理念欠缺

面对巨大的行业发展利润,大大小小的保险公司出现在了市场上,并且他们之间形成了强烈的竞争关系,每一个保险公司都希望获得属于自己的发展空间。在极其激烈的市场竞争环境背景之下,部分保险公司并不重视推销的保险产品质量,在一定的程度上忽视了投保人的利益。比如,为了能够获得比较可观的保险产品利润,他们会向投保人提供并不符合实际需求的险种。面对老年人,他们会向这一类的投保人提供较为高额的养老险。养老险虽然在一定的程度上可稳定老年人的晚年生活,但是高额的养老投保费用也是一笔不小的开支。推荐的养老险没有做足够的介绍和说明,导致老年人在没有弄清这款保险产品的全部内容的前提下,匆匆购买了产品。当真正需要养老险投入使用的时候,投保人不知道该如何充分利用这款保险产品,导致购买的产品没有全部发挥它的价值。这种情况主要是由于部分保险公司缺乏正确的营销理念,忽视了以人为需求,过于追逐自己的利益,导致投保人的利益受损。错误的营销理念会引导一个保险行业走向错误的道路,进一步有损整个保险行业的形象。

### 2.2 推销方式较为落后

线下推销是保险行业最主要的一种营销方式,它主要通过保险营销人员向投保人推荐符合他们需求的保险产品。线下推销是一种比较传统和落后的保险营销方式,这种方式比较强硬和武断,使得投保人没有多余的选择空间和了解空间,只能被迫选择保险营销人员推销的产品。互联网时代的到来,导致保险销售不能再坚守一种固定的销售方式,必须学会根据不同的客户需求,寻求新的营销方式。只有这样,保险公

司的保险产品才能够真正地推销出去。

### 2.3 缺少互联网保险产品

随着时间的飞速流逝,互联网应势而生,人类真正进入了互联网时代。就目前的情况来讲,互联网是新时代发展的主流方向,各个行业都应该迎合这个主流的发展趋势,保险行业也不例外。但是绝大部分的保险公司都坚持传统的保险产品和营销方式,导致销售额逐渐下降。互联网保险产品是近年来保险行业新的发展方向,它主要以线上投保为销售方式,为投保人提供合适的保险产品。<sup>[1]</sup>

相比较于传统的线下投保,线上投保更具有明显的营销优势。首先,线上投保有更多的选择空间。投保人可以自由浏览各种保险产品,充分了解和对比不同品种保险产品的优点和缺点,最终选择适合自己的保险产品。其次,线上投保的服务效率更高。线下投保主要依靠保险销售人员服务,保险销售人员需要为投保人提供保险产品知晓服务、购买服务和售后服务。但是有时候由于保险销售人员缺乏,时间被挤占,导致投保人没有办法要求保险销售人员提供自己想要的服务。线上投保却大不一样,投保人可以在自己的投保网站上,自行获得自己想要的各种服务。当投保人遇见问题的时候,可以及时地向网站客服提问问题,并获得自己想要的答案。互联网保险产品的种类繁多,可供投保人自行参考,根据自身的实际情况,选择最适合自身需求的保险产品。同时,线上投保具有随时随地的优点,大大减少了投保人的时间和精力,提高了保险服务的效率与质量。

### 2.4 保险营销人员素养有待提高

随着大大小小的保险公司诞生,保险营销人员的门槛也在慢慢地降低。在这种情况下,保险营销人员的素养整体有待提高。部分保险公司招聘营销人员的标准也在不断地降低,比如保险营销工作人员的学历为初中即可,这种情况导致保险公司招聘到的营销人员学历普遍偏低,没有专业的保险知识和营销经历。之前保险从业资格证书考的知识也比较简单,所以大部分的营销人员很容易取得这个资格证书,进入到保险营销的岗位。

## 3 在互联网社会背景下,保险行业改革营销方式的具体手段分析

### 3.1 正确定位市场需求

面对激烈的市场竞争环境,各大保险公司应该努力推出符合市场需求的保险产品,并坚持以客户需求

为根基,树立正确的营销理念。首先,保险公司应该坚持以客户为本的销售理念,努力创造丰富的保险产品。保险公司应该抓紧新时代的机遇,努力根据市场需求,创造新种类的保险产品:如节日旅游保险、食物保险、汽车保险、交通延误保险等。其次,保险营销人员应该引导投保人正确认识到保险产品的价值以及保险公司的可靠性,进一步提高投保人对产品的可信度。

### 3.2 采取有效的推销方式和服务方式

就目前的情况来讲,保险营销人员应该努力改变传统线下推广的方式,采取有效的推销方式和服务方式。推销保险一共分为两步:

第一,保险售前服务。投保人与保险营业人员在正式签订保险合同前,保险营销人员应该采用各种方式,让投保人明白这份保险合同的全部内容:投保责任、投保日期、费用等各种情况,这样做的方式是为了保证投保人能够知晓合同的全部内容,防止以后产生扯皮的情况。

第二,保单售后服务。当正式保险合同签订后,为了提升服务质量和及时发现风险,保险公司应该定期向被保险人进行回访,了解被保险人的各项情况变化。另外,保险公司也可以在保单外提供种类繁多的附加服务,提升消费者的消费体验。

目前,绝大多数机动车辆保险提供一定范围内的免费拖车服务或紧急救援服务,很多寿险公司也对客户提供免费体检等。但保险公司可以做得更好,例如与医院合作为客户提供护理或养老服务、为客户提供投资咨询、为客户财产提供紧急维修等<sup>[2]</sup>。

### 3.3 及时更新对接市场需求的互联网保险产品

在互联网的时代发展背景下,保险行业应该及时更新对接市场需求的互联网保险产品,改变传统的保险营销方式。首先,保险营销工作人员应该具备一定的互联网操作能力,了解不同保险公司的互联网保险产品。其次,保险营销人员应该学会利用互联网,做好互联网保险产品服务工作。比如,保险营销工作人员可以运用微信公众号、微博、抖音、小红书、快手等自媒体平台进行销售,做好本公司的互联网保险产品宣传工作,让用户进一步熟知该公司互联网保险产品的详情。最后,保险公司应该做好市场走向,提供多种多样的互联网保险产品,并做好购买平台服务工作。当投保人线上投保的时候,保险营销人员应该立即为该投保人提供这款保险产品的各种情况,并定时回访,了解到该投保人的生活状况。当投保人一旦遇

见突发状况的时候,保险营销人员应该立即给予保险资金保障服务,保障投保人的全部利益。<sup>[3]</sup>

### 3.4 采用有效方式,提高保险营销人员工作素养

为了能够保证保险营销工作人员的工作素养,保险公司应该采取有效的方式,提高他们入职和招聘的门槛。首先,保险公司应该设置一定的保险营销人员招聘门槛:学历要求、资格证书要求、互联网工作经历要求。其次,当保险营销人员正式入职的时候,保险公司也应该通过一段时间的培训,提高他们的保险推销能力。同时,保险公司应该大力惩戒保险营销人员不法的推销行为,一旦遇见保险营销人员恶意推销产品、欺骗客户、提高投保价格等不法现象,保险公司应该立即对该工作人员做出惩罚。保险公司可以建立一个内部征信系统,考察保险营销人员的信用是否合格。对于做出不法推销行为的保险营销人员,保险公司可以将该名营销人员纳入本公司的征信系统黑名单,如有再犯,可以将这份黑名单公布出来,以做警告。

## 4 结语

在新的互联网时代,保险公司应紧跟时代步伐,抓住时代发展的新机遇,结合新时代的发展要求,创新保险产品和变革思想观念,积极拥抱互联网,大胆将大数据分析技术、人工智能、区块链技术应用于保险行业,将“互联网+保险”融入保险行业的方方面面,保险公司应该充分认识到新时代移动互联网对营销的影响,好的产品就要有好的销售渠道,通过互联网平台进行保险产品销售,新的销售方式比传统的保险营销方式带来居多利好,保险营销者应该努力认识到自己内部的问题,并且找到解决的办法。充分运用互联网的思维去做好新时代的保险营销工作,抓好产品研发,利国利民,真正践行保险让生活更美好的愿景。

### 参考文献:

- [1] 侯昱宁,高晓风,欧阳上风.浅谈互联网时代保险营销模式的创新[J].中国建筑报报刊,2017(19):130-150.
- [2] 李娜娜,李明好,马永梅.浅谈互联网时代保险营销模式的创新[J].湖南建筑报报刊,2017(21):121-131.
- [3] 王先森,杨小智,米高乐.浅谈互联网时代保险营销模式的创新[J].湖南师范大学研究报报刊,2020(18):110-120.