

新聞稿

2021-02-17

中壽推「精英躍進計劃」 助業務轉型再升級

2020 淨增年成長率為大型壽險業最高 提供財補輔導業務員往晉升襄理邁進

中國人壽於 2018 年 11 月啟動業務轉型後，成效逐漸浮現，不僅登錄人數連續三年持續攀升，且統計截至 2020 年 12 月，已穩居業界第五大，同時淨增年成長率，更為國內大型壽險公司最高，尤其去年受疫情影響，多數保險公司呈現負成長的狀況下，中壽如此表現更顯難得，且隨著公司轉型的腳步，新進業務員平均年齡下降、收入月均 4 萬以上。面對新的一年，中國人壽宣布再推出「精英躍進計劃」，將開啟新階段的培育主管養成，協助精英人才在中壽開展自己的事業版圖。

有別於過去輔導業務員晉升至主任，「精英躍進計劃」更加進階、升級，鎖定專案身分的業務人員，鼓勵其再往晉升襄理之路邁進，提供優渥的津貼與補助獎金，最高總計可領到 45 萬及一台 iPad。同時，輔導有成的直屬主管，也能額外領到最高 14.5 萬元，達到共好的目標。

此外，「精英躍進計劃」特別導入 LIMRA(美國壽險行銷協會)線上微學習課程「關鍵銷售系列」、「業務經營管理技能」，無論是業務人員或其直轄主管，都能藉此學習行銷技能與組織發展，並且於達成一定時數完訓後，發放 LIMRA 結訓證書。

中國人壽表示，每位選擇投入壽險工作的業務員，都希望能在這立下一番事業，而中國人壽也瞭解，優秀業務員養成不易，因此比業務員本人更在意長遠規劃的重要性。

事實上，對於有意加入壽險銷售工作的人才，中國人壽除了既有的商品、銷售、業務品質培訓外，去年開始最特別之處莫過於建立完整的通訊處實務培訓系統，透過「行銷尖兵」、「增員高手」與「主管大師」三大系列課程，無縫接軌總公司的培育，讓學習延展、深化並形成循環與習慣，讓學到和做到的落差不再存在。

而新的一年推出「精英躍進計劃」，在整體公司原有訓練架構下，中國人壽獨家引進 LIMRA(美國壽險行銷協會)行銷管理線上課程，採數位微學習模式，透過輕量化的 5 分鐘時間，就能隨時隨地吸收即時的銷售與管理技巧，提升業務夥伴的工作職能；搭配里程碑式獎勵，完成各階段條件後，既有利益不變下，再額外給予獎勵金，若是業務新人透過「精英專案」並參與「精英躍進計劃」成功晉升襄理，本人最多可領到 iPad 與 45 萬元，而培育其晉升的直屬主管亦同步享有 14.5 萬元獎勵金機會。

提升同仁業務推廣效能，中國人壽除原本開發「i-Agent」系統後，今年因應行銷轉型，在國際知名顧問公司協助下，再推出「i-遊戲」與「i-探索」，透過這兩種新形態的行銷工具，結合大數據，讓業務員快速瞭解客戶需求，並透過智能運算分析推薦最適合的保障組合給客戶；為保單銷售工作注入話題性與視覺性，不僅提升效率，也有助精英人才無後顧之憂全力衝刺事業。

中國人壽強調，啟動業務轉型後，不但擴大組織基盤，更帶入新血輪，讓整體通路呈現年輕化，目前 20~40 歲業務員占整體比近八成，且新人 13 個月定著率達 77%，也較往年有顯著提升，成功協助更多人工作與夢想同時達陣。

新聞聯絡人：

中國人壽 公關部

陳盈儒 julia.chen@chinalife.com.tw 02-2719-6678#1050

張中昌 benny.chang@chinalife.com.tw 02-2719-6678#3848