

MERITZ 메리츠화재

2010 영업전략회의 개최

불완전판매 Zero化를 위해 삼진아웃제 도입

메리츠화재는 지난 1월 15일 대전 유성의 리베라 호텔에서 영업전략회의를 가졌다. 이 자리에는 원명수 대표이사 부회장을 비롯해 경영지원총괄, 영업총괄, LOB총괄 및 본사 임원, 점



포채널의 모든 영업 관리자 등 약 330명이 참석했다. 이번 전략 회의에서 소비자보호 및 정도영업을 위한 불완전판매 Zero化 시행방안을 공유하고 한층 강화된 완전판매 실천을 다짐했다.

불완전판매 Zero化 시행방안에는 삼진아웃 제도를 도입해 불완전판매 및 대외민원으로 영업제재를 3회 이상 받은 영업가족에게 영구거래 정지, 지점장과 단장 등 영업 관리자는 영업가족 제재에 따라 인사위원회에 회부해 최대 면직까지 제재를 가할 수 있도록 했다. 또한 완전판매 지침 신규 제정 및 완전판매 개념을 확대해 관리지표를 늘리고, 완전판매 관련 현장점검을 감사팀과 공조하여 매월 정기적으로 실시할 예정이다.

원명수 대표이사 부회장은 “완전판매를 통해 고객을 보호하고 고객의 신뢰를 얻는 것이 고객, 영업가족, 회사 모두를 위한 최선의 길”이라며 “상품의 주요 내용을 충실히 설명하고, 최상의 서비스 제공을 위해 고객 정보를 정확히 기재해 줄 것”을 강하게 주문했다. 또한 “2010년에는 Quality Business를 통한 수익성 있는 성장과 함께 메리츠화재를 정도영업 일등 보험사로 만들어 가자”고 강조했다.

이후 중부권본부 천안지역단장인 서현택 지역단장을 대표로, 참석한 모든 영업 관리자와 함께 완전판매 실천 다짐을 낭독하며 완전판매에 대한 결연한 의지를 다졌다.

한편, 이날 FY3/4분기 메리츠 그랑프리 시상식도 진행되었다. 영예의 대상은 서광주지역단 목포FC지점 김성호 지점장에게 돌아갔고 지역단 캠페인상인 메리츠 마스터즈 대상은 노원지역단이 차지했다.

시상식이 끝난 후에는 'Breakthrough 2010'을 모토로 지점당 두림수로 20명, 가동순중 10명 달성이라는 뚜렷한 2010년 영업 전략을 제시하고 조직영업 경쟁력 강화, Quality Biz 지속추진 등의 내용을 공유하는 시간을 가졌다.

한화손해보험

한화손해보험 '한마음 축제' 성료

제일화재와 통합해 하나가 된 한화손해보험은 1월 16일 오후 1시부터 인암동에 자리한 고려대학교 화정체육관에서 전 임직원과 영업가족 3,000여 명이 함께 하는 '한마음 축제'를 개최했다.



'새 시대! 새 출발! 힘찬 도전'이란 경영슬로건 아래 진행하는 이번 행사는 통합을 계기로 새 출발하는 임직원들을 격려하고, 한화손해보험 가족들이 향후 리딩컴퍼니로 우뚝 서기 위한 회사의 비전을 다지기 위해 마련됐다. 행사는 전 직원이 참여하는 레크레이션과 6가지 프로그램으로 구성된 한화인 올림픽, 팀별 장기자랑 순으로 진행했다.

이 자리에서 권차신 대표이사 내정자는 “새롭게 출발하는 한화손해보험의 모든 임직원과 영업가족들은 회사의 소중한 자산이자 동반자다. '한화'라는 브랜드 아래 우리 모두의 뜻과 마음을 한데 모으자”라고 직원들을 독려하고 “서로를 격려하고 부단히 노력해 2014년 매출 5조 원을 달성한 후 △고객이 선호하는 1등 손해보험사 △주주가 가장 투자하고 싶은 회사 △가장 근무하고 싶은 메이저 손해보험사로 우뚝 서자”고 강조했다.

기업이미지 광고 운영

한화손해보험은 1월부터 '인생은 조심조심'이란 메인 카피를 내세워 TV, CATV, 라디오에 기업이미지 광고를 운영하고 있다. 한화손해보험과 제일화재가 하나 되었다는 통합 고



지도 겸한 이 광고는 텔런트 최강희의 '백설공주' 편과 엠태웅의 '조로' 등 2가지 버전으로 제작되어, 고객들에게 새로운 한화손해보험을 널리 알리고 있다. 한편 라디오용 기업이미지 음원인 '좋겠다' 송도 중독성 있는 멜로디의 전개로 많은 사랑을 받고 있다. 상반기 회사는 음원을 임직원용 컬러링으로 도입해, 고객들에게 새로운 한화손해보험의 기업이미지를 적극 홍보하는 방안도 검토하고 있다.

롯데손해보험

FY2009 하반기 신입사원 채용

롯데손해보험은 지난해 10월부터 FY2009 하반기 신입사원 공개채용을 실시해 신입사원 47명을 최종 선발했다. 현장 중심의 자동차보상과 영업관리 직군을 비롯하여 보험업무, 일반관리, 재무회계 직군 등 총 5개 직군에서 선발된 47명의 신입사원은 지난 1월 초부터 오산 소재 롯데연수원에서 그룹 연수 및 자사 입문교육을 받은 후, 2월 1일 각 부서에 배치되었다.



롯데손해보험은 일상생활에서 발생 가능한 다양한 위험으로부터 배우자와 자녀 모두 100세까지 하나의 증권으로 보장받을 수 있는 '롯데 행복드림보험'을 출시했다. 이 보험은 상해, 질병, CI, 운전자비용손해, 배상책임 등의 위험을 100세까지 보장하며, 보험만기를 100세, 80세 2종으로 구분해 고객 취향에 따라 보험만기를 선택할 수 있다. 특히 사고나 질병으로 인해 80% 이상 후유장애 시 해당 보험금을 지급한 후에도 질병, 상해 등 다수의 위험을 계속 보장 가능토록 하면서 보험료 납입은 면제해주며, 50세 질병사망 담보를 신설했다. 또한 50세부터 80세까지 총 4단계의 역 계단식 설계를 통해 나이가 적을수록 사망보험금을 높게 받을 수 있다.

'롯데 행복드림보험' 출시

롯데손해보험은 일상생활에서 발생 가능한 다양한 위험으로부터 배우자와 자녀 모두 100세까지 하나의 증권으로 보장받을 수 있는 '롯데 행복드림보험'을 출시했다. 이 보험은 상해, 질병, CI, 운전자비용손해, 배상책임 등의 위험을 100세까지 보장하며, 보험만기를 100세, 80세 2종으로 구분해 고객 취향에 따라 보험만기를 선택할 수 있다. 특히 사고나 질병으로 인해 80% 이상 후유장애 시 해당 보험금을 지급한 후에도 질병, 상해 등 다수의 위험을 계속 보장 가능토록 하면서 보험료 납입은 면제해주며, 50세 질병사망 담보를 신설했다. 또한 50세부터 80세까지 총 4단계의 역 계단식 설계를 통해 나이가 적을수록 사망보험금을 높게 받을 수 있다.



한국신용평가 보험금지급능력평가 신용등급 A(안정적)에서 A(긍정적)로 상향

롯데손해보험은 지난 1월 14일, 한국신용평가로부터 보험금지급능력평가 신용등급 A(안정적)에서 A(긍정적)로 상향했다. 이는 지난 2009년 1월 16일 A(안정적)를 받은 후 등급전망이 상향된 평가이다. 이번 평가에서 롯데손해보험은 중소형 손해보험사의 열악한 시장 여건에서도 지속적인 외형 성장 및 실적 개선을 이룬 점과 견고한 자산운용으로 안정적인 투자영업이익을 실현한 점 등을 긍정적으로 평가받았다.

그린손해보험

제63주년 창립기념식 및 완전판매 자정 결의대회 열어

그린손해보험은 2월 1일, 본사 대강당에서 임직원 이 모인 가운데 제63주년 창립기념식과 완전판매 자정 결의대회를 열었다.



창립기념식은 1947년 국제손해재보험주식회사로 보험시장에 진출한 이래 63년 동안 손해보험 한 길만을 걸어오며 보험역사의 한 페이지를 장식해온 그린손보의 창립기념일을 자축하고, 장기근속자 표창을 통해 오랜 기간 동안 회사발전에 기여한 임직원들을 격려하기 위해 마련됐다.

이영두 회장은 창립기념사를 통해 "이제 100년 기업을 향해 달려갈 때"라며 "나 스스로의 발전이 곧 조직의 발전임을 주지하고, 모두가 하나 된 마음으로 더 나은 내일을 향해 힘차게 도약하자"고 임직원들을 격려했다.

한편 그린손보는 창립기념식에 이어 완전판매 자정 결의대회도 개최했다. 이번 행사는 결의문 선서와 결의문에 대한 실천의지를 담은 임원진 서약 순서로 진행됐으며, 각 본부 및 지점에서도 2월 5일까지 전 영업가족이 참석한 가운데 결의대회 및 서약행사를 가졌다. 그린손보는 이 같은 의지를 바탕으로 2010년을 완전판매 100%달성의 원년으로 삼고, 전사적인 완전판매 실천을 통해 소비자 보호에 앞장선다는 방침이다.

Green Mentoring 프로그램 시행

그린손보는 지난 1월 26일, 본사 강당에서 제 1기 Green Mentoring 프로그램 협약식을 갖고 본격적인 시행에 들어갔다. Green Mentoring 프로그램은 회사 업무에 대한 풍부한 경험과 전문지식을 소유한 직원(멘토)이 1:1로 다른 직원(멘티)을 전담해 코칭 및 조언으로 건전한 가치관 확립과 잠재력을 개발·성장시키는 프로그램으로, 총 25개의 결연팀이 12개월 동안 1기로 활동할 예정이다.

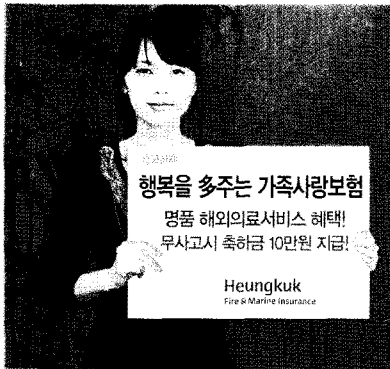




Heungkuk
Fire & Marine Insurance

'행복을 다주는 가족사랑보험(1001)' 출시

고소득, VIP고객 대상 보험에서만 주로 제공되고 있는 고급 의료 서비스가 실속형 보험에서도 제공된다. 흥국화재는 다국적 원격 진료 서비스업체인 월드케어



(WorldCare)와 제휴, 기존 보험서비스에 미국의 최상위 병원으로부터 2차 의료 소견 등의 월드케어 서비스를 추가적으로 제공해주는 '행복을 다주는 가족사랑보험(1001)'을 개발해 판매한다고 밝혔다. 이 상품은 가입과 동시에 가입일로부터 3년간 해외 2차 의료소견 서비스와 해외병원 진료 예약 대행 서비스를 제공한다.

'행복을 다주는 가족사랑보험(1001)' 가입자가 암, 심장질환, 뇌혈관질환, 간질환 진단을 받으면 약정된 치료비 외에 월드케어가 제공하는 2차 의료소견 서비스를 제공 받을 수 있다. 2차 의료소견 서비스는 원격진료 네트워크를 통해 환자의 1차 진료기록 및 X-ray, CT, MRI스캔, 초음파영상, 임상사진 등 다양한 의료관련 영상자료 등을 월드케어사와 제휴 맺은 미국 6개 병원의 권위있는 의사에게 보내어 2차 소견을 받는 의료서비스다.

또한 2차 의료소견 서비스 시행 후 미국에 소재한 제휴의료기관에서 치료를 원하면 치료에 필요한 절차를 예약하고 예상입원기관과 예상 치료비 견적은 물론 할인된 의료수가를 적용 받을 수 있도록 도움을 주는 진료예약 대행 서비스를 제공받을 수 있다. 무엇보다 이 상품의 가장 큰 특징은 기존 보장과 보험료는 그대로 유지하면서 별도의 추가 보험료 부담없이 고객에게 고급 의료 서비스를 제공한다는 점이다. 또한 실손의료비 담보에서 보험금을 지급받지 않을 경우 매 3년 마다 무사고 축하금으로 10만 원을 지급하는 것도 특징이다.

'행복을 다주는 가족사랑보험 (1001)'은 가입연령 범위가 1~60세로 신생아에서 노인까지 전 세대에 걸쳐 누구나 가입이 가능하고 100세까지 보장해 고�령화 추세에 맞춰 의료비 부담을 덜 수 있다.



삼성화재

'애니카홈플랜' 출시



삼성화재는 10일 자동차 보험에 가입하면서 집보험을 동시에 가입할 수 있는 '애니카홈플랜'을 출시, 본격 판매에 나섰다. 이 플랜은 가정생활 위험에 대비할 필요성은

느끼고 있으나 가입절차가 불편하거나 보험료 부담 때문에 '집보험' 가입을 미루고 있는 자동차보험 고객들을 위해서 개발되었다.

'애니카홈플랜'은 삼성화재가 판매하고 있는 자동차보험 '애니카(anycar)'와 집보험 '애니홈(anyhome)'을 통합해서 가입하는 형태다. 즉 기존 자동차보험 보장에 가정생활의 여러 가지 위험과 가정을 포함한 일상생활에서의 리스크와 서비스까지 보장받을 수 있다. 보험기간은 자동차보험, 집보험 모두 1년이며, 애니홈의 경우 보험료를 1만 원대부터 20만 원대까지 고객의 여건에 맞게 선택할 수 있도록 했다. 또한 이 플랜에 가입할 경우 집보험인 애니홈 보험료의 8%가 할인되며, 1년 후 갱신 시에는 추가할인까지 포함 12.6%가 할인되는 혜택이 있다.

'애니비즈기업종합보험' 출시



삼성화재는 사업장을 운영하면서 부딪힐 수 있는 여러 가지 손해를 하나의 증권으로 통합해서 보장 받을 수 있고, 보험료 절감 혜택까지 받을 수 있는 '애니비즈기업종합보

험'을 2월부터 판매한다.

'애니비즈기업종합보험'은 하나의 증권으로 화재(벽락 포함)로 발생하는 건물, 시설, 기계, 집기비품, 재고자산 등에 대한 '재산손해'와 각 업종별로 필요한 '배상책임'을 하나의 증권으로 대비할 수 있다. 특히 실화법률 개정으로 반드시 대비가 필요한 '실화(대물배상책임)' 특약도 신설하여, 자기 사업장에서 발생한 화재로 옆 사업장에 입힌 연소피해에 대한 배상책임도 보장받을 수 있다.

'애니비즈기업종합보험'은 사업장 규모에 따라 맞춤형 설계 가능하고, 화재보험이나 영업배상책임보험을 개별적으로 각각 가입하는 것보다 자사 보험료 대비 평균 10% 이상 저렴하다.

H 현대해상

'사랑의 쌀 나누기' 봉사활동



현대해상은 2월 9일 서울역 광장에서 '사랑의 쌀 나눔운동본부'에 2,500만 원 상당의 쌀 724포대를 기부하고 노숙인과 독거노인을 대상으로 한 무료급식 봉사활동을 펼쳤다. 이날 행사에는 CCO 이성재 상무를 비롯한 하이라이프 봉사단이 참여해 약 300여 명의 노숙인과 독거노인들에게 밥차에서 즉석으로 만든 따뜻한 식사를 제공했다. 이날 이성재 상무는 "작지만 소중한 의미를 담고 있는 현대해상의 나눔행사가 주변으로 확산돼 훈훈한 정이 넘치는 사회가 되기를 바란다"고 밝혔다. 이번에 기부한 724포대의 쌀(14.5톤)은 노숙인 14만 5천여 명에게 한 끼 식사를 제공할 수 있는 분량에 해당한다.

KNPS(고객이 가장 추천하는 기업) 전 부문 1위 수상

현대해상은 한국능률협회컨설팅이 주관하는 KNPS(고객이 가장 추천하는 기업) 조사에서 장기보험과 자동차보험 전 부문 1위를 차지했다. KNPS 조사는 상품 또는 서비스를 경험해본 고객이 다른 사람에게 그 기업을 얼마나 추천하는지를 나타내는 지표로, 서울 및 수도권과 6대 광역시에 거주하고 있는 만 18세 이상 65세 미만의 소비자 1만 1,789명을 대상으로 지난해 4월부터 8월까지 직접 방문을 통한 1:1 면접방식으로 진행됐다. 현대해상은 장기보험부문 2년 연속 1위에 이어 경쟁이 치열했던 자동차보험 부문에서도 이번엔 최초로 1위를 달성했다.



고객이 가장 추천하는 기업
장기/자동차보험부문 1위

LIG 손해보험

구자준 회장, "소중한 고객의 소리, 실천으로 응답하라"

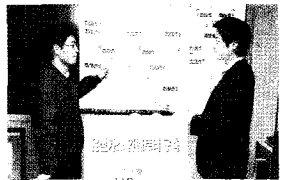
LIG손해보험 구자준 회장은 창립 51주년을 맞아 28일 전 임직원과 영업가족에게 보내는 특별 영상메시지를 통해 창립 50주년을 넘어 100년 기업을 향하는 시점에서 완전판매 정착과



고객 만족 극대화를 위해 최선의 노력을 다해줄 것을 당부했다. 구 회장은 이날 영상메시지에서 "보험회사는 상품의 우수뿐만 아니라 고객 섬김을 통해 고객의 신뢰와 사랑이 동반됐을 때만이 진정한 경쟁력을 갖춘 회사로 살아남을 수 있다"며 "고객의 목소리를 귀 기울여 듣고 이를 실천에 옮기는 것이 고객 섬김의 첫걸음"이라고 말했다. 이에 발맞춰 LIG손해보험은 고객 의견을 적극 업무개선에 반영하고자 'LIG발전기여상'을 제정해 운영하기로 했다. 'LIG발전기여상'이란 회사로 직접 접수된 고객 불만 건 중 회사의 제도나 업무 프로세스 개선에 실질적으로 기여한 것을 선별해 해당 고객에게 소정의 상품을 제공하는 시상으로, 금년 7월 첫 시상을 시작해 매년 1월과 7월 두 차례에 걸쳐 시상이 진행된다. 선별된 고객에 대해 구자준 회장이 직접 감사의 편지를 보내는 한편, 반기 단위로 우수 제안 고객을 회사로 초청해 'LIG발전기여상'을 수여하고 간담회를 통해 고객 의견을 적극 수렴한다는 계획이다.

보험업계 최초 '온실가스 인벤토리' 구축

LIG손해보험은 2월 21일 보험업계로는 최초로 전국에 위치한 사옥 및 사업장을 대상으로 '온실가스 인벤토리'를 구축한다고 밝혔다. '온실가스 인벤토리'는 사업장별, 설비별, 프로세



스별로 온실가스 배출량을 측정해 통계화하는 온실가스 관리 통합 전산 시스템으로, 올해 7월경 시스템 구축을 완료한다는 계획이다. 장차 시행을 앞두고 있는 '저탄소 녹색성장 기본법'에 대응하기 위해 이루어진 '온실가스 인벤토리'는 LIG시스템이 자체 개발한 온실가스 통합 관리 솔루션인 ECO2U(에코투유)로 구축될 예정이며, 탄소 배출량 산정, 분석뿐만 아니라 기업이 기후변화 규제 리스크를 종합적으로 관리할 수 있는 기능을 포함하고 있다.