

人保电话车险实现救援服务全国联网

“电话车险不仅具有更实在的价格优惠,车主还能获得很多独具特色的服务体验。不论在何地,打保险公司电话就能解决车辆抛锚的尴尬,一个电话就会有专业的工作人员来实施救援,投保电话车险还真蛮超值的。”记者日前从人保电话车险的新浪微博中看到了这条网友的心得体会。更有网友调侃道:“你出险或者不出险,人保电话车险的服务都在那里等你。”

随着电话车险市场竞争的加剧,各家保险公司突出了服务的核心竞争力,服务内容不断增加、服务热情不断升温、服务层次不断升级。以往车主不曾想过的投保车险的服务体验,如今逐一浮现到公众视野中,并迅速得到车主认可和肯定。业内人士表示:“在以服务为核心的竞争战中,最终获益更多的是消费者。”

据了解,人保电话车险基于先进的服务理念和完善的服务体系,近期发展极为迅猛,用户口碑及市场影响力愈发得到彰显。一方面,中国人保是新中国成立后的第一家保险公司,拥有强大的品牌背景及深厚的资源累积;另一方面,中国人保财险2010年车险保费突破1000亿元,拥有巨大的客户资源和广阔的市场上升空间,因此,在电话车险的资本投放、技术发展、运营管理、人员规范等方面进行了前瞻性的战略规划和精细化的管理设计。由此,人保电话车险发展至今,在服务能力和服务范围上都实现了跨越式变革,通过不断完善服务,铸就行业新纪元。

近期,随着中国人保一年一度的客户节的启动,人保财险电话车险再次提出三大服务、10多项细则升级承诺,其中的“全

国联网救援服务”备受车主青睐。“全国联网救援服务”,即在全国范围内对故障车辆实施免费救援和事故车救援服务。服务承诺实行以来,深得车主赞誉。人保电话车险全国联网故障车救援服务是根据不同的客户分类及服务需求为全国范围内的承保9座以下非营业客车和家庭自用汽车客户提供不同次数的免费故障救援服务,包括拖车、送油、充电、更换轮胎、轮胎充气等救援服务。对于VIP客户,在保单有效期内提供不限次免费故障车救援服务,拖车免费范围50公里内,对于普通客户,保单有效期内提供1次免费故障车救援服务,拖车免费范围50公里内。

同时,人保电话车险在全国范围内为投保的车险客户提供快捷的事故救援服务。事故救援服务针对投保车损险且发生单方事故或承担全部责任的被保险人,强调救援机构在进行施救时不得向客户收取救援费用,如需支付救援费用,应由人保车险与救援单位按照一定的周期进行统一结算;针对未投保车损险或事故责任尚未明确或第三者车辆提出救援申请时,同样给予施救,但是会按照人保车险公司与救援服务机构签订的收费标准先行收费,收费标准会得到合理的说明。对于保险公司能够实施事故车和故障车救援,很多车主还不是很清楚。人保电话车险通过此次客户节,将多项服务中的救援服务全面升级,在全国范围内开展,最大程度涉及到全国各个中小城市。据统计,人保电销在全国范围内的城市覆盖率达到98%、郊区县覆盖率达到80%,人保车险在全国拥有服务网点4500多家,是网点最多的财产险公司,在全国能实现最大程度的覆盖。

人保财险电子商务事业部相关负责人表示:“人保电话车险要全力做好车主守护者,通过‘全国联网救援服务’和事故救援服务项目的推出,为非出险和出险的车主提供更为周到便利和全方位的服务,增强我们与车主间的互动,通过我们的贴心服务,让车主安心驾车,舒心生活。”

业内资深人士也表示:“现在汽车救援行业内依旧乱象丛生,不合理收费、技术不过关、救援人员不专业等问题较为突出。汽车救援行业是一个专业性很高的行业,要达到标准的行业水平,救援公司必须具有雄厚的资金和先进的管理模式作为后盾。人保车险能够在全国范围内开展事故车救援服务充分验证了其专业性、规范性背后蕴藏的深厚实力。”的确,车子在路上不论出了什么故障,甚至是事故,车主第一时间想到的,除了报警就是汽车救援公司,而后才是找保险公司前来查勘定损。近期,频频爆出的天价拖车事件让车主们有些无奈,而人保电话车险提供的全国联网救援服务恰好解决了车主们的后顾之忧,真正让客户放心出行。

电话车险行业经过这几年的积淀,迎来了井喷期,市场规模呈现几何增长,但在投保价格相差无异的情况下,能够提供更多切实、贴心、周到的服务是获得长久发展之良道。人保电话车险作为业界的领军者,凭借资深的品牌背景及雄厚的实力,深得消费者的信赖,并依托强大的全国网络服务架构,始终领跑前沿,推动行业稳健发展。此次人保电话车险在救援服务上再次领先于业界服务标准,成功掀开了电话车险救援服务新篇章。

(魏 依)

企业热捧CN域名 你好万维网将30元注册价持续到底

日前,你好万维网率先行动发起CN域名新一轮普及战,将注册价拉低到每年30元,向急需注册域名迈出网络推广第一步的中小企业大力推荐CN域名。CN域

名是由我国管理的国际域名,具有中国特色,此后缀域名在国内外市场都易于推广,在中国企业开展对外营销网络业务中,更能体现企业价值,保障企业利益等

优势,因此在国内企业中的认同感渐高。你好万维网此举再次催生了国内企业CN域名注册热潮。

(张 毅)

东风日产新一代TIIDA 两厢车市场永远的王者



任勇

近日,东风日产乘用车公司副总经理任勇公布了新一代TIIDA的官方指导售价,宣布这款为新世代精英人群量身打造的两厢车王”即日起正式上市。

“新一代TIIDA代表了我们对中国消费者需求的深刻洞察与全面满足。”任勇在新一代TIIDA上市发布会上表示,“对于东风日产来说,新一代TIIDA的意义已经不仅限于销量的提升和市场地位的巩固,我们要凭借其‘两厢车王’的强势产品实力,全面称霸B区隔两厢市场。”“新一代TIIDA,将是两厢车市场永远的王者!”任勇说。这不仅展示了东风日产对新一代TIIDA产品的信心,也表明了东风日产征战两厢车市场的雄心。”

联袂出击 开启品牌新里程

全新换代、全面领先的东风日产新一代TIIDA作为日产全新B平台的代表车型,是日产先进技术的集大成者,凝聚了技术、品质等方面的综合实力。此次上市的新一代TIIDA和新一代TIIDA GTS将形成“双剑合璧”之势,目标直指中级两厢车市场的销量冠军和领袖。

生而优越——新一代TIIDA独创的“Agile”跃式风尚造型设计,使其整体外观更加时尚动感,高品质“U-Room”理念营造出全方位的舒展宽适室内空间,最新研发的“Pure Drive”纯净动力系统及“T-Box”超稳定车身与悬挂等核心技术的应用,为新一代TIIDA带来了超越同级的强势产品力。新一代TIIDA的目标人群是追求乐享活力、品位兼备的品质生活的新世代精英人群。而它动感、时尚的造型设计,卓越的动力表现及平顺自如的驾驶感受,满足了这一目标消

费群对两厢车的全方位需求。“生而优越”不仅体现出了新一代TIIDA强势的产品力,更是对时尚品味与轻松自如兼备的高品质生活的最佳诠释。

为动而生——新一代TIIDA GTS,将搭载日产创新研发的全新直喷涡轮增压发动机,以智能涡轮增压、DIG缸内直喷、双C-VTC等日产最前端的先进技术,配合智能XTRONIC CVT传动系统,打造出“T-Power”强劲动力系统,提供强劲的黄金动力输出及钻石恒稳的工作状态。新一代TIIDA GTS,同时采用彰显年轻运动、激情个性的“Agile”跃式炫动设计,应用与“T-Power”动力系统对应的“T-Box”超稳定车身与悬挂,大幅提升驾乘的稳定性和操控的灵活性,为追求运动与激情驾驭的新世代精英人群带来高档创新与动感激情兼备的高品质生活。“为动而生”是新一代TIIDA GTS的品牌精神,它将让消费者释放心中激情,畅享无穷驾控乐趣。

信心之源 产品力完胜同级

“身为全球最大汽车市场中的一员,中国消费者有理由享受到最先进的造车技术和最舒适的用车生活。同样,作为国内主流车企,东风日产有责任、有必要为消费者提供这样的选择。”任总表示,“正是基于这样的思考,我们推出了新一代TIIDA,它将以‘两厢车王’的姿态,为国内两厢车市场树立全新的价值标准。”

正如任勇所言,新一代TIIDA可谓集日产技术之大成,采用同级别最高标准的日产全新B平台,实现了舒适性、操控性与燃油经济性的完美结合。直观来看,2700毫米的轴距、681毫米的后排空间、综合工况6.2L的百公里油耗、囊括全球最先进技术和最高变速比7.3:1的CVT变速器以及其他静音、悬挂等先进配备,全面超越竞争对手。此外,更令行业侧目的,当属新一代TIIDA GTS车型。其搭载的全新直喷涡轮增压发动机,不仅满足了消费者对车型运动性能的需求,也就此宣告日系合资车企在Turbo战场上空白期的结束。任勇指出,新一代TIIDA和新一代TIIDA GTS将形成“双剑合璧”之势,目标直指中级两厢车市场的销量冠军和领袖。

“新一代TIIDA诞生于日产最新B平台,凝聚了全球顶尖技术,是NISSAN最先进技术的集大成者,同时也是我们的一款重要战略车型。在这款车型的企划、设计过程中,中国市场的调查结果和中方设计

团队起到了非常重要的主导作用。”任总表示,“这样做的目的,不仅在于日产汽车对中国市场的重视,更表达了我们要为消费者量身订做一款中级两厢车的决心。”对于新一代TIIDA双系列车型,业内人士表示,纵观东风日产产品线,从代表了中高级车智能、舒适、安全、动力四大新坐标的旗舰车型全新天籁,到易享、易行、易驾的精品小车玛驰,再到各自雄踞城市SUV细分市场的奇骏、逍客,每一款车型都体现了东风日产矢志不渝的“技术日产·车·生活”品牌愿景——新一代TIIDA也不例外,凭借日产领先技术,为消费者提供和谐愉悦的用车生活,新一代TIIDA完美承载了东风日产的品牌精髓。

志在必得 推动两厢车市变革

“但是,我们并不希望新一代TIIDA在两厢市场上一骑绝尘。”在谈到车型销量的市场预期时,任勇的转折在意料之外,却又属情理之中,“‘全面满足消费者需求’是东风日产始终追求的造车理念,因此,新一代TIIDA背负的目标远不止销量贡献和市场地位,更多的则是对整体两厢车市场产品力升级的带动和引领,最终让消费者享受到最好的产品和服务。”他说。

2005年进入中国市场至今,TIIDA完成了6年75万辆销量的市场传奇,其中,骐达车型更是占据了大半江山。由于进入市场时间较早、销量表现突出,骐达车型还被行业誉为中级两厢车细分市场的开辟者和引领者。如今,这个“领头羊”脱胎换骨,以全面领先的产品实力再度肩负起推动市场变革的重任。“在所有市场需求和考量标准中,中国消费者尤其重视车型在空间和油耗方面的表现。只有不断满足消费者日益增长的需求,同时进一步提升车型的性价比,才是对消费者负责的表现。”任勇谈到,“试想,如果2700毫米轴距成为中级两厢车的标准尺寸,那么对于消费者来说意味着什么?当然是更加愉悦的汽车生活。”

诚然,市场竞争将换来整体行业的发展和消费者利益的提升,而东风日产以“敢为天下先”之势推出新一代TIIDA,则体现了一家主流车企对推动市场变革的期望与决心。这也让消费者有理由相信,“TIIDA级别”的两厢中级车市场即将到来。“毫无疑问,新一代TIIDA将是一款消费者满意度极高的车型,同样,我们也将继续努力为国内车市和消费者提供这样的产品,以推动中国汽车行业的发展。”任勇如是说。(余 欢)

中欧国际工商管理学院喜获2011“创意·中国”四海商舟杯挑战赛冠军

中欧国际工商管理学院教授 Lydia Price 和海外营销整体解决方案提供商四海商舟的首席执行官顾牧琛近日共同宣布,中欧国际工商管理学院获得中欧2011“创意·中国”四海商舟杯挑战赛冠军,大赛圆满落下帷幕。

本届竞赛邀请了资深咨询顾问、长期关注电子商务的投资者与中欧创业学教授一同组成评委团,包括四海商舟负责人、麦肯锡大中华区总裁等。本届挑战赛决赛在来自伦敦商学院、西班牙 IESE 商学院、加拿大多伦多大学 Rotman 商学院等8支队伍的参赛者之间激烈展开。“创意·中国”的主题为“易生活:让电子商务优化生活”。此次四海商舟参与协办“创意·中国”竞赛项目,正是希望为中国电子商务这块土地提供新鲜的养分,为中国电子商务事业挑选更优秀的人才。顾牧琛强调,希望藉此次大赛,帮助中国中小企业利用电子商务来扩展海外市场。在决赛中,各支代表队的MBA学生对在电子商务环节帮助一家中国的眼镜生产商在扩大市场、建立品牌等方面给出了精彩的解决方案,也体现出他们对实际案例各自不同的独到见解和思考。

四海商舟这几年来一直致力于开发电子商务市场,帮助国内民营中小企业更好地发展经济。本次比赛,四海商舟不仅提供资金赞助30万元,更将潜在客户的企业发展

细节提供给竞赛筹委会作为决赛蓝本。

顾牧琛表示:“我看到了大家的激情和创意,相信电子商务在中国将有非常光明的未来。我们与中欧共同承办此次活动的目的,是为了搭建一个共同分享知识和激情的平台。我从同学们身上学到了很多东西!”他同时表示,希望通过此次比赛,能够集合更多在电子商务领域有独特见解的专业人士和各界同仁,一起探讨和研究,让中国企业在电子商务领域的发展过程中突破艰难险阻,努力让中国的企业实现“做外贸比做内贸还要简单”的服务目标。(陈 宇)

背景介绍:

“创意·中国”是中欧国际工商管理学院MBA学生创办的环球商业策划比赛,创始于2008年。每届比赛都会邀请来自世界著名商学院的学生,针对中国的案例,在企业策略、市场营销、人力资源等不同方面提供解决方案。“创意·中国”比赛的主办方抱着为中国商业带来改变的信念,希望建立一个商业平台,让具有创新概念、国际视野的学生,和拥有丰富经验、眼光独到的中国企业家、投资家相互交流,让崭新的商业概念在中国境内萌芽。所谓“十年树木”,“创意·中国”希望通过友好的竞赛,播下未来商界精英的种子,为各界企业的人才发展做出贡献。

成长路 平安行

儿童成长规划家庭教育活动暨2011年大连市志愿者活动启动

近日,由全国心系系列活动组委会、大连市教育局主办,中国平安人寿保险股份有限公司协办的“心系好儿童”之“成长路、平安行——儿童成长规划家庭教育活动暨2011年大连市志愿者活动启动仪式”在大连日航大酒店举行。大连市教育部门领导、全国心系系列活动组委会专家委员会专家代表、志愿者代表、儿童家庭及媒体代表等300人次参与了启动仪式。

全国心系系列活动组委会主任霍海云、大连市教育局副局长杨跃权、中国平安人寿保险股份有限公司大连分公司副总经理吴佳鹏分别代表主办、协办单位致辞。在启动仪式现场,全国心系系列活动组委会副主任宋立英与杨跃权、吴佳鹏走上舞台,携手共同启动活动,2011年儿童成长规划家庭教育活动暨大连市志愿者活动由此在大连正式开启。

启动仪式后,全国心系系列活动组委会专家委员会专家程准老师为现场的近300名家长带来了儿童健康家庭成



长教育课堂,程准针对儿童成长关键期的家庭教育进行了解析,系统地讲述了在儿童成长规划家庭教育中应重点关注的内容。

据了解,今年的“心系好儿童”之“成长路,平安行——儿童成长规划家庭教育系列活动”的范围从原来的5个城市延展到10个城市,共发放50万份知识大赛试卷,配合大赛活动免费发放宣教资料50万册,组织开展20余场专家授课并组织2万名志愿者走进社区为广大家庭服务。(游 娟)

内蒙古万正投资集团公益事业投入超过5亿元

近日,内蒙古万正投资集团举行了2011年“博爱一日捐”暨无偿献血仪式。这也是万正集团红十字会自2007年正式成立以来,连续第四年开展“博爱一日捐”活动。当日活动现场总共募得善款10万元,已全部交付当地红十字会。

万正集团在公益慈善事业方面,一直以对承担社会责任和义务为荣,尽已所能,回报社会。从2005年起,万正集团每年出资30万元,举办元宵灯展等文化活动;2006年,为鄂尔多斯市政府、东胜区政府举办“一会两节”捐款200万元;2006年9月,在实验中学设立“万正教育奖励基金”,并每年注资20万元;2009年5月,为汶川大地震捐资114万元;2009年与2010年连续两年与鄂尔多

斯市红十字会举办“博爱一日捐”活动,筹得善款20万元;2010年2月,为万正小学和实验中学各捐助10万元。

除了这些资助行动外,万正集团还为教育、医疗卫生、城市基础设施条件改善方面做出了努力。2007年,万正集团建成新区医院楼;2008年,出资5400万元建设万正小学,并于2009年8月交付教育局使用;先后兴建了园丁小区、杏林苑等小区,为教师及医疗工作者改善住房条件;修建了铁西公园、新长途汽车站、绕城公路等城市基础设施,为东胜区人民提供了良好的休闲、娱乐场地及便利的城市交通。据统计,该集团在兴资助学、抗震救灾、文化教育、城市保障性住房、卫生医疗等公益事业方面的支出已累计超过5亿元。(王亚亮)

众泰 M300 / 朗悦掀起“全国金牌服务风暴”

品质是车辆的生命,服务是品质的延续。对于一家车企来说,基业长青的愿景,不仅仅限于产品质量的优劣,同时取决于如何做好服务。为庆祝众泰汽车首款欧式大两厢家轿——众泰M300/朗悦上市半周年,也为了感恩回馈众多新老用户,树立众泰汽车品牌形象,自今年6月份开始,针对众泰M300/朗悦,众泰汽车在全国范围内开展免费进站保养保修的优质服务活动。

即日起,凡已购众泰M300/朗悦的车主,均可在众泰汽车全国范围内的各服务站中享受包括更换机油机滤、清洁空气滤清器、检测空调制冷、制热效果、检查调整制动踏板及手制动行程、间隙及制动力情况、检查离合器踏板行程、间隙及离合情况、检查制动管路、汽油管路等多达19项

内容的免费保修与检测服务。届时,众泰各级服务网点,将竭诚以热情周到的态度,全方位为各新老用户提供专业优质的检测保修服务。让每一位光临众泰汽车经营店及服务点的客户不仅拥有宾至如归的感受,更能体味到众泰汽车提供的高品质服务和长效如一的品牌承诺。

据了解,众泰M300 / 朗悦是众泰汽车秉承“引进开发,集成创新”的理念研发的中国首款大两厢家轿。它基于欧洲高科技轿车平台研发,整车将欧式设计逐一消化后与国内尖端工艺进行了有机的结合,搭载1.6L排量高性能发动机,带来更强劲动力与更经济的用车感受。独创的前排3座设计,满足了更多乘坐需求,而多种座椅组合,也创造了同级车最大空间。(尚 云)