

MERITZ 메리츠화재

안전판매 지정결의대회 실시

메리츠화재 원명수 대표이사 부회장은 9월 11일 메리츠타워에서 120여 명의 수도권 주요 Agency 대표 및 영업관리자들과 함께 안전판매 지정 결의대회를 갖고, 안전판매와 정도 영업을 통해 선진화된 판매전문 조직으로 성장해 줄 것을 주문했다.

원명수 부회장은 "진정한 의미의 안전판매는 3대 기본 지키기를 기본으로 고객의 니즈에 부합하는 완벽한 설계와 쉽고 정확한 설명을 통해, 고객이 합리적인 구매를 할 수 있도록 하는 것"이라며, "정확한 정보로 가입에서 보상까지 고객이 어떠한 불이익도 받지 않고, 고객에게 필요한 정보를 원하는 시기에 제공해 줄 것"을 당부했다. 메리츠화재는 지난 4월 3대 기본 지키기와 함께 '완벽한 설계', '충분한 설명', '정확한 정보 획득'을 3대 실천 항목으로 정하고, 모든 영업가족과 관리자들이 준수하여 완전 판매 문화가 정착할 수 있도록 핵심 KPI로 관리하고 있다. 또한 관리지표를 완전판매율에서 불완전판매율로 변경하여 불완전판매를 보다 적극적으로 근절하기 위해 관리하고 있다.

특히 기존의 '3대 기본 지키기' 외에도 고객정보 부정확 계약, 품질보증 취소, 2회차 실효 등 부실계약의 소지가 있는 계약에 대해 집중 관리하고 있다. 메리츠화재는 이번 Agency 본부를 끝으로 전국 영업본부의 안전판매 결의대회를 모두 실시했다.

'메리츠솔모로오픈대회' 개최

메리츠화재는 9월 17일부터 20일까지 여주에 위치한 솔모로CC(파기, 67570어드)에서 메리츠 금융그룹과 한진중공업이 함께 주최하는 'SBS 코리아투어 메리츠솔모로 오픈 대회'를 개최했다. 총 133명의 국내외 프로와 아마추어가 참석한 이번 대회는 총 상금 5억 원, 우승 상금 1억 원의 규모로 진행되었다.

이번 대회에서 김대섭은 마지막 날 - 6파로 단독 선두를 달리던 김대현을 17번 홀에서 약 20m 거리의 칩인이 성공하면서 -6타로 김대현을 바싹 쫓았다.

그리고 마지막 18홀에서 김대현은 1m퍼팅을 놓쳐 보기를 기록, 김대섭은 차분히 파에 성공하며 우승을 확정지었다.

김대섭은 이번 대회의 우승을 통해서 3년 전 실격의 아픔을 달랠 수 있었고 올 시즌을 마치고 군입대 예정이라 그 어느 우승보다 의미가 있었다고 밝혔다.



한화손해보험

2009 상반기 Top-Class Members 행사 개최

한화손해보험은 9월 8일부터 1박 2일간 대전 카네이션비전센터 및 경남 거제 한려해상국립공원 일대에서 Top-Class Members 행사를 가졌다.

이번 행사는 총 28명의 Top-Class Members가 대전 카네이션 비전센터에 모여 김관수 사장의 격려사를 듣고, 영업현장과 업무부문에 있어서 고충과 비전을 공유하는 시간을 가졌다. 간담회를 마친 후에는 거제로 이동하여 해금강과 외도, 거제조선테마파크, 포로수용소유적공원 등을 관람하며 즐거운 시간을 보냈다. Top-Class Members 행사는 월 영업소득이 일천만 원 이상이 되는 고능률 영업가족에 대한 독려 및 여타 영업가족의 도전의식 양양을 목적으로 매년 상반기 하반기에 나누어 실시되고 있다. 합병 이후 통합회사는 3년 내 점유율을 8% 이상으로 올리고 자산규모를 7조 원 수준으로 끌어올릴 것으로 예상된다.



한화손해보험-한화리조트 업무협약 조인식

한화손해보험과 한화리조트는 9월 30일 서울 태평로 한화손해보험 본사에서 업무협약 조인식을 갖고 앞으로 상호 협력관계를 수립, 발전시켜 나가기로 했다. 이날 조인식에는 한화손해보험 개인마케팅담당 이봉수

상무와 한화리조트 마케팅부장 임홍래 상무가 각 사 대표로 참석해 계약서에 서명했다. 양사는 리조트 연계 마케팅을 한화리조트가 분양하는 콘도 회원권을 한화손해보험 영업가족들이 직접 구매하는 사업을 추진하기로 했다. 한화리조트는 본인 명의 자산 취득인 오토닉 무기명 회원권 형태 제공 등 우대 조건을 제시했으며, 한화손해보험 영업가족들의 복리증진 및 고객 마케팅 용도와 더불어 상속재산으로도 활용할 수 있게 된다. 한화손해보험과 한화리조트는 한화손해보험 영업가족들의 마케팅 활동을 지원하기 위해 △우수고객 초대 행사 △교육과 문화가 결합된 이벤트 행사 등 다양한 콘텐츠를 개발하고, 갤러리백화점, 한화63시티 등 계열사 간 협력을 통해 부가 마케팅을 확충하는 등 그룹 차원에서의 시너지를 제고하는 데 지속적으로 노력하기로 했다.



롯데손해보험

'롯데금융센터' 오픈

롯데손해보험은 지난 9월 11일 백화점이나 마트를 찾는 고객들이 주중은 물론 주말에도 편리하게 보험에서 카드, 캐피탈까지 폭넓은 금융쇼핑을 한 곳에서 가능케 하는 신개념 금융센터인 '롯데금융센터'를 롯데백화점 잠실점 11층과 롯데마트 서울역점 2층에 개설했다.



판매 상품으로는 자동차보험, 통합보험, 연금보험, 운전자보험 등 금융센터 전용 보험 상품 및 DC플러스 카드, AUTO 세이브 카드, 쇼핑 세이브 카드 등 롯데카드 주요 상품, 그리고 캡론, 레이디론 등 캐피탈 전용 상품 등이 있다.

롯데손해보험 김창재 대표는 "롯데금융센터는 간단한 금융상담은 물론 구체적 컨설팅까지 손쉽게 받을 수 있다는 점에서 기존 금융시장의 영업 및 서비스 시스템에 큰 변화를 가져올 것"이라며 "향후 롯데금융센터를 롯데백화점 및 롯데마트 전 매장으로 확대, 발전시켜 나갈 것"이라고 밝혔다.

영업지원시스템 (LOTTERO) 오픈

롯데손해보험은 지난 8월 17일, 영업가족 전용 영업지원시스템인 'LOTTERO'를 개발, 오픈했다.

'LOTTERO'는 영업가족의 효율적인 영업활동지원을 통한 영업생산성 및 고객만족도 극대화를 도모하기 위



해 개발된 것으로 지난 5월에 재무설계를 중심으로 1차 시범 오픈 후 이번에 최종 오픈했다. 'LOTTERO'를 통해 영업가족은 고객자료 활용률과 접근 단계별 분류를 통해 체계적인 고객관리가 가능하게 되었으며 고객의 재무상태를 분석할 수 있는 재무컨설팅 툴을 통해 종합적인 재무컨설팅이 가능하게 되었다. 아울러 고객과의 프로세스 별 활동 관리와 무선 설계 지원도 가능하다. 개발에 참여한 영업지원팀 관계자는 "LOTTERO의 개발을 통해 영업가족은 다양하고 정확한 고객정보 확보는 물론 자동화된 고객 관리를 통해 영업 효율이 극대화될 것"이라고 말했다. 한편 'LOTTERO'는 <http://lottero.lotteins.co.kr>이나 사내 인터넷 초기화면에서 바로가기 기능을 통해서 방문 가능하다.

그린손해보험

그린손해보험, 운전자보험 2종 출시

그린손해보험은 새로운 '운전자보험'을 출시해 저렴한 보험료와 높은 보장내용 모두를 만족할 수 있는 고객 맞춤형 상품을 선보였다.

1만 원 이하의 저렴한 보험료로 빈틈없이 완벽하게 보장하는 '(무)그린라이프 마



이웨이 운전자보험'과 고액보장은 물론 만기 시 높은 현금금을 보장하는 VIP보험 '(무)그린라이프퍼펙트운전자보험'을 출시했다.

이 운전자보험 두 상품은 모두 업계최초로 가입일 이후 1년 이내에 실직으로 해약할 경우 납입보험료를 전액 현금해준다는 점에서 큰 특징을 가지고 있다.

여기에 '차량할부 SAFE 지원금' 담보를 신설해 상해 또는 질병 사고로 차량의 할부금 납입이 어려울 때, 보험금을 통해 차량유지를 보장 받을 수 있고, 최대 1,000만 원까지 지급받을 수 있게 했다.

이와 함께 체증형 담보도 신설해 보험금의 실질적인 가치도 보전받을 수 있는 장점이 있다.

또한 상해로 장기입원 요양 시 최대 가입금액까지 보장해주며 교통사고 시 중상해 부분까지 확대 보장해주고 있다.

그린손보, 부산 시민 건강증진 앞장서

그린손해보험은 부산/경남 지역마케팅의 일환으로 KNN 부산방송이 주최하는 '제4회 가족사랑마라톤대회'를 후원하고 참석해 뜻 깊은 시간을 가졌다.

이번 행사는 그 동안의 부산/경남 지역밀착마케팅과 연계돼 시민과 함께하는 긍정적인 기업이미지를 창출은 물론 시민 건강증진에도 이바지하고자 개최됐다.

행사에는 하프 3,000여 명, 10Km 로드레이스 3,500여 명, 건강달리기 3,500여 명 등 가족을 포함해 1만5,000여 명이 참가해 건강을 가졌다. 이와 함께 떡메치기, 민속놀이체험 무료건강검진, 체질검사, 마사지 서비스 등이 제공됐다.

향후에도 그린손보는 지역밀착마케팅을 통해 부산/경남지역 시민과 함께하는 기업으로 성장할 계획이다.





흥국화재, <뽀빠이의 자동차보험, 이유다이렉트> 광고 선봬

흥국화재 이유다이렉트가 이달부터 시금치를 먹으면 힘이 솟아나는 만화 주인공 공, 뽀빠이를 등장시킨 독특한 콘셉트의 광고를 선보였다. 금융업계 최초로 만화 주인공인 '뽀빠이'라는 캐릭터를 등장시킴으로써 코메디의 황제 이주일, 영원 불멸한 무술인 이소룡에 이어 독특한 컨셉과 차별화된 기법으로 이유다이렉트만의 특징과 장점을 효과적으로 전달한다.



뽀빠이가 시금치를 먹으면 무한한 힘을 발휘하며 악당 브루터스로부터 연인인 올리브를 위협에서 구해내는 '정의의 뽀빠이'인 것처럼 이유다이렉트가 자동차보험시장에서 저렴한 보험료와 최고의 보상서비스로 고객을 든든히 지켜주는 '정의의 뽀빠이'라는 메시지를 담은 것이다.

흥국화재 이유다이렉트는 온라인자본시장에서 현재 FY09 4~8월 누계평균 기준 시장점유율 7.68%로 전년동기 대비 0.84% 성장하는 등 2005년 진출 후 매년 꾸준한 성장세를 이어가고 있다.

또한 지난 8월 중상해 교통사고시 형사처벌 등과 같은 운전자 본인에게 발생할 수 있는 각종 위험을 보장하는 '든든한 이유 운전자보험'을 출시해 기존 이유자동차보험 가입자에게 보다 실속있는 보험료로 다양한 보장이 가능하도록 했다. 최근 대형 손보사들의 진출로 더욱 치열해진 온라인자본시장에서 이유다이렉트의 이러한 약진은 상품의 가격 경쟁력, 20분 긴급출동 보증제 등의 보상서비스와 함께 차별화된 광고의 효과가 큰 몫을 차지했다. 이유다이렉트 관계자는 "도와줘요~ 이유다이렉트" 캠페인을 펼치며 여러 형태의 광고물을 시리즈로 선보일 예정"이라며 "이번 광고를 통해 이유다이렉트자동차 보험이 뽀빠이처럼 든든한 친구이며 고객과 늘 함께한다는 메시지를 재미있게 전달하겠다."고 밝혔다. 한편, 이유다이렉트는 <뽀빠이와 함께하는 '도와줘요~이유다이렉트'> 캠페인으로 이벤트를 진행하고 있다.



아름다운가게 되살림터 봉사활동



지난 9월 22일, 제일화재 임직원 25명은 아름다운가게 용담동 되살림터에서 하반기 봉사 활동을 했다. 이 날 직원들은, 일반인들이 기증한 재활용품을 상태별로 분리하고, 재활용 옷에 라벨을 붙이는 등 기증물품이 전국 아름다운가게 매장에 비치되어, 판매할 수 있도록 힘을 모았다. 물품이 판매되어 발생한 수익금은 지역 불우이웃을 돕는 곳에 쓰인다. 한편, 제일화재는 10월부터 어린이재단이 운영하는 중증장애아 시설 한사랑 마을 봉사 외에도 한화손보와 공동으로 임직원이 참여하는 다양한 봉사활동을 운영할 계획이다.

제일화재-한화손보와 공동 투자설명회 열어

제일화재와 한화손해보험은 지난 9월 3일 삼성증권 본사 3층에서 합동으로 투자설명회를 개최, 양사 통합과 관련된 계획 및 주요 이슈 사항에 대한 내용을 발표했다.

단순 통합을 가정시 통합 한화손보의 FY09 예상 시장점유율은 6.9%, 합산비율은 102.8%, 지급여력비율은 163.1%가 될 것으로 전망했다. 통합 이후 한화손보는 FY12까지 시장점유율 8% 이상, 합산비율 102% 이하, 지급여력비율 200% 이상을 달성해, 중장기적으로는 손보업 2위 권 플레이어(Player)로 진입한다는 성장계획을 제시했다.

이에 대해 신한금융투자는 4일 "성장과 관리의 조화라는 게 양사의 강점을 융합한 시너지"라고 밝히며, 양사 통합을 통해 ▲제일화재의 장기신계약비 이연한도 버퍼(Buffer)를 활용한 더욱 적극적인 장기보험 성장전략의 추진 ▲제일화재의 상대적 자동차 보험 부문 경쟁력을 활용한 다변화된 수익구조의 보유 ▲규모의 경제 달성을 통한 시범비 효율성 제고 등을 달성할 수 있을 것으로 전망했다.



신상품 「애니비즈 종합보험」출시

삼성화재는 지난 9월9일 자영업 고객의 다양한 위험을 보장해주는 순수 보장형 소멸성 보험인 「애니비즈 종합보험」을 새롭게 개발, 본격적인 판매에 들어간다고 밝혔다. 음식점이나 판매점, 이·미용실 등의 자영업 고객들이 직면할 수 있는 각종 재산손해와 배상책임에 대비해 사업을 보다 안정적으로 운영할 수 있도록 한 상품으로 경기침체에 소득 감소로 보험료 부담을 느끼는 자영업 고객들을 위해 저렴한 보험료로 폭넓은 보장이 가능하도록 했다. 특히, 기존 자영업자를 위한 보험 상품은 대부분 보험기간이 5년 이상이고 보험료 부담이 컸다. 이를 보완하고자 보험기간을 1년 또는 3년 단위로 세분화했으며, 3년형인 경우 보험료가 대부분 월 5만 원 내외로 저렴한 게 특징이다.



「청소년 인재양성 영어대회 예선」 개최

삼성화재는 청소년 글로벌 인재양성 프로그램으로 「삼성화재 주니어 글로벌 리더스 포럼」을 개최한다고 밝혔다. 이번 행사는 "Speak to the World"라는 슬로건 아래 청소년들의 꿈을 키워주고 세계 시민으로서 나눔의 소중함을 느끼게 해주기 위해 마련된 것이다. 특히 영어 실력 위주의 일반 영어대회 평가 방식과는 달리 ▲글로벌 이슈에 대한 주제의식 ▲남을 배려하는 인도주의 정신 ▲세계인과 자유롭게 소통이 가능한 언어 능력 등을 평가하는 프로그램으로 구성된 게 특징이다.



올해 처음 열리는 대회임에도 전국의 초·중학교 청소년 2만 6천여 명이 참여해 국내 영어대회 중 최대 규모의 대회로 자리매김하게 되었다. 지난 1차 예선 합격자를 선발한 결과 국내파 학생들의 약진했다. 2차 예선을 거쳐 200명이 10월 중순에 열리는 본선대회에 진출하며, 본선 관문을 통과한 30명은 11월 1일 결선에서 환경, 안전, 건강 등을 주제로 영어토론 대회를 거쳐 최종 수상자를 가리게 된다. 최종 결선 진출자 30명 전원에게는 미국 아이비리그 해외연수 및 국제봉사활동의 기회도 제공한다.



2009 GCSI 장기 및 자동차보험 부문 1위 수상

현대해상은 2009 글로벌 고객만족도 조사(GCSI)에서 장기보험과 자동차보험 부문 1위를 수상하였다. 올해로 5회를 맞은 GCSI 조사에는 10만여 명의 소비자가 평가에 참여했으며 10개 산업 영역에서 165개 상품군, 697개 상품과 서비스를 대상으로 조사를 진행해 한국산업 전반의 고객만족 수준을 평가하였다. 현대해상은 2009년 최초로 실시된 장기보험 부문에서 1위를 차지하고 자동차보험 부문에서 5년 연속 1위를 달성해 손해보험 전 부문에 걸쳐 고객에게 최고의 평가를 받고 있음을 다시 한 번 입증했다. GCSI 인증식은 현대해상의 CCO 황규진 상무가 참석한 가운데 지난 7월 17일 도쿄 아카사카 뉴오타니 호텔에서 진행되었다.



하이라이프, 하이콜ECO보험 출시(제목 빼주세요)

현대해상은 종이사용을 억제하고 친환경 교통수단 이용을 장려하는 다양한 할인제도와 보장을 구비한 TM 전용 운전자보험 하이라이프하이콜 ECO보험을 출시했다. 이 상품은 녹색보험이라는 개발 컨셉에 맞추어 녹색계약자를 우대하는 다양한 할인제도를 도입한 것이 특징이다. 우선, 종이사용을 억제함으로써 환경을 보호하기 위해 녹색증권/약관제도를 신설했다. 계약자가 종이로 된 증권/약관이 아닌 전자문서로 교부 받는 것을 선택할 경우 초회 납입보험료의 9%를 할인해 주는 제도로써, 환경보호 활동에 동참하면서 보험료도 할인 받는 1석2조의 효과를 누릴 수 있다. 친환경운전자를 우대해 탄소배출을 줄이기 위해 에코드라이버 할인제도도 도입했다. 에코드라이버는 탄소배출이 전혀 없는 자전거를 이용(자전거 관련 특약 가입자)하거나 자동차 10년 무사고 운전자를 말하며, 에코드라이버는 초년도 보험료의 1%를 할인 받을 수 있다. 한편, 현대해상은 보험업계 최초로 저탄소 녹색성장의 실현을 위한 CDP(탄소정보공개프로젝트, Carbon Disclosure Project)에 참여하고 있으며 UN산하 환경단체인 UNEP에 1995년부터 가입한 유일한 보험사로, 환경경영에 적극적으로 실천하고 있다.



LIG 손해보험

LIG손해보험, 국내 최초 '마트슈랑스' 1호점 개설

LIG손해보험이 지난 8월 17일 홈플러스 영등포점에 보험숍 '재테크 보험 서비스'를 개설하며, 국내 보험사로는 최초로 '마트슈랑스'를 본격 도입했다. LIG 손해보험의 마트슈랑스 보험숍 '재테크 보험 서비스'



에는 LIG손해보험 소속 보험 컨설턴트 세 명이 상시 배치된다. 보험 지식과 더불어 재무설계 능력을 갖춘 전문 컨설턴트의 상세한 상담을 통해 고객의 만족도를 높이고 보험 불안전 판매의 가능성을 최소화시키기 위한 조치다. 또한 통합보험자녀보험운전자보험 등 가계성 보험 전상품과 자전거보험이나 여행자보험 같은 일반보험 상품은 물론 아파트담보대출도 보험숍 안에서 원스톱으로 가능하도록 해 고객 편의를 높였다. 운영시간 역시 마트 이용고객의 생활 패턴을 반영, 주말에 관계 없이 연중 무휴로 운영되며, 이용시간은 오전 10시부터 저녁 9시까지다.

LIG손해보험, 신상품 'LIG우리집안심보험'

LIG손해보험은 9월 17일 가정 화재사고로 인해 발생할 수 있는 각종 위험을 통합 보장하는 장기화재저축보험 상품 'LIG우리집안심보험'을 출시했다고 밝혔다. 이 상품은 장기화재보험으로는 최초로 가정의 화재로 인한



본인의 직접 피해는 물론 실화책임에 따른 배상책임을 최대 10억 원까지 보장한다.

실화책임이란 본인의 가정에서 발생한 화재가 이웃 가정에까지 옮겨 붙어 피해를 입혔을 때 그 손해액을 배상하는 것으로, 지난 5월 단순 전기누전처럼 경과실로 인한 화재였더라도 실화책임을 문도록 실화배상책임 관련 법률이 강화된 데 따른 조치다. 또 일상생활 중 배상책임에 대해서도 최대 1억원까지 피해를 보상받을 수 있다. 최저 3년부터 15년까지 가입이 가능한 이 상품은 장기간 가입하는 상품인 만큼 만기 시에는 그동안 납입한 보험료를 상환하는 만기환급금을 받을 수 있다. 연 5.2%(2009년 9월 현재의 이율)를 복리로 적용한다. 또 10년 이상 보험계약 유지 시에는 비과세혜택도 주어진다.

동부화재

동부화재, 3년 연속 최고기업대상 보험업종 최고기업 선정

동부화재가 한국표준협회한국경영인협회가 주최하고 대한상공회의소와 한국경제신문이 후원한 2009년 대한민국 최고기업대상에서 동부화재가 3년 연속 보험업부문 최고기업으로 선정되는 영예를 차지했다.



대한민국 최고기업 대상은 매출액 및 자산규모 500억 원 이상, ROE 및 영업 이익률 5% 이상, 부채비율 200% 미만, 경상이익 기준 2년 연속 흑자기업 1,772개사 가운데 업종별로 가장 두드러진 성과를 나타낸 단 한 개의 기업에 수여하는 상으로, 동부화재는 수익성의 기반이 되는 ROE에서 22.4%로 업계 1위를 기록했고 주요 평가항목인 총자산 및 총자산 증가율, 지급여력비율, 시가총액평가 등에서 두각을 나타내며 3년 연속 대한민국 최고의 보험회사로 선정됐다. 한편, World Class 부문에서는 삼성전자 등 5개 사가, 업종별 최고기업부문에서는 동부화재, 신한은행 등 8개 사가 수상 기업으로 선정 됐다.

신종인플루엔자 위험진단 실시

동부화재는 최근 전 세계적으로 확산되고 있는 신종인플루엔자 감염에 따른 직원과 회사의 리스크 경감 및 예방을 위해 8월 31일부터 본사 근무직원을 대상으로 신종인플루엔자 위험진단을 실시하고 있다.



동부화재가 실시하는 신종인플루엔자 위험진단은 동부화재 위험관리 연구소가 보유하고 있는 열화상카메라와 TV모니터를 본사 사옥 입구에 설치하고 출근하는 직원들의 체온을 측정하여 고열자를 모니터링하는 자동감역 시스템 방식으로 진행된다.

자동 모니터링 결과, 37.5도 이상의 발열과 더불어 콧물 혹은 코막힘, 인후통, 기침 증상 중 1개 이상의 증상이 있는 경우 신종인플루엔자 의심환자로 통보한 후 정밀 검사를 의뢰하게 된다.

한편 동부화재는 서울 광화문에 위치한 금호그룹 본사 사옥에서 신종인플루엔자 위험진단 서비스를 제공했으며 앞으로도 대고객서비스 차원에서 신종인플루엔자 위험진단서비스 대상을 전국에 위치해 있는 지점 사옥 및 우수고객을 대상으로 확대 실시할 계획이다.