

文章编号: 1005-8451 (2010) 01-0017-02

铁路货物保价运输 CRM 系统的研究

陈海泉

(北京交通大学 经济管理学院, 北京 100044)

摘要: 目前, 铁路保价与货物运输保险行业竞争激烈。为做好铁路保价管理信息化建设, 提高竞争力, 借鉴保险行业客户关系管理 (CRM) 系统, 提出铁路保价管理 CRM 系统的功能以及结构设计。

关键词: 保价运输; 保险; 客户关系管理系统; 铁路货运

中图分类号: U294

文献标识码: A

Research on CRM System of railway freight insured price traffic

CHEN Hai-quan

(School of Economics and Management, Beijing Jiaotong University, Beijing 100044, China)

Abstract: The railway freight insured price traffic was competing with insurance intensely. Drawn on the function of CRM System for insurance field, it was presented the function and the structure design of CRM System to railway insured price traffic.

Key words: insured price traffic; insurance; CRM System; railway freight traffic

随着国内各大保险公司纷纷进入铁路货运保险市场, 目前铁路货运保价管理部门面临的重要课题是如何提高保价制度的市场优势, 尽可能多地取得市场份额。客户关系管理 (CRM) 作为一种有效提升客户管理能力、取得竞争优势的手段, 为企业建立良好的客户关系提供了解决方案。同时, 信息技术的快速发展为 CRM 系统以“客户为中心”的管理思想和营销理念得以表现, 并形成了一套软件系统。

CRM 系统的目标就是多渠道拓宽企业与客户的沟通, 加强企业对客户的认识, 区别不同类型的客户特征, 并经常进行客户关系情况分析, 评价客户关系的质量, 采取有效措施, 建立和保持企业与客户间长期友好关系。

1 保险行业 CRM 系统功能

1.1 保险行业 CRM 系统基本目标

(1) CRM 系统为保险公司提供一个共享的信息平台, 对客户信息进行统一的管理, 为业务人员和公司管理层提供有效的决策支持。业务人员可及时地把握客户的详细信息, 了解市场机会, 发掘潜在客户等, 公司管理层可进行成本控制、风险预测以及市场分析等。

收稿日期: 2009-05-09

作者简介: 陈海泉, 工程师。

(2) 进行各种信息的统计和分析。在分析型 CRM 中整合客户信息、保单信息、收费信息以及理赔信息等。系统可帮助公司准确了解高价值客户的销售、各部门签单保费、实收保费与赔款和新增客户等各类信息。

(3) 借助于该系统, 跟踪销售过程, 考核业务人员的业绩, 辅助销售人员安排日程和制定行动计划, 使销售人员每天工作的计划性和目的性显著增强, 同时管理者可及时了解员工销售进展并加以指导和参与, 对员工的绩效管理也有据可依。

1.2 功能模块

(1) 客户资源分析

存储客户的各种属性信息, 包括联系人、联系电话、法人代表以及地址等信息。在该功能中, 可对客户的增长趋势、流失情况以及行业覆盖情况进行分析。该功能为业务人员提供客户的详细信息, 既可提高业务人员的服务质量, 又可避免因业务人员的离职而带来客户流失的情况。

(2) 客户行为分析

结合客户的属性信息对客户所带来的收入进行分析, 包括: 累计保费、预收保费和续保保费等。对客户的保费贡献、资金沉淀和中断情况进行汇总, 分析客户的忠诚度和贡献度, 并确定大客户名单, 针对重点客户提供一对一的营销服务。

(3) 客户成本分析

存储退还保费、实付赔款、实付退保金和实付

生存金等赔付信息。通过对这些信息的分析,可统计赔付险种和客户基本情况,从而为风险分析提供依据,同时,为险种的设置和市场的定位提供辅助决策。

(4) 应收费提示

检索应收费信息,主要作用是在线提示。汇总分析应收费的保单,提示业务人员,便于业务人员管理保单,提高收费效率,提高客户服务水平。

(5) 客户服务管理

针对投保客户的各种需求,提供服务,包括客户投诉情况的管理和分析,以及客户意见的反馈等。该功能可实现个性化和人性化的客户服务,提高客户的满意度。

(6) 预测分析

借助于数据仓库中的海量历史数据,预测一些重要指标,包括:可能发生的续保情况,可能发生的退保情况,可能发生的理赔情况,可能增加的新客户数量等,为各种决策提供依据。

保险行业CRM系统中集成了各种客户信息,可建立多种多维分析模型,实现各种灵活的数据分析。如图1。

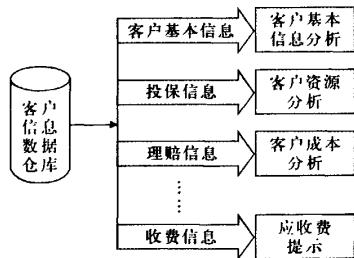


图1 CRM系统客户信息分析模型

2 铁路货运保价CRM系统功能设计

铁路货运保价CRM系统所要实现的目标和功能与保险公司的CRM系统有类似之处,在设计和开发上可借鉴保险公司CRM的成功案例。课题组结合铁路货运行业自身的特点,提出铁路保价CRM系统的功能如下。

2.1 货主信息的收集和管理

信息主要来源于保价生产的原始数据,包括货主的类型(个人或者企业),企业的性质(国企、私企或军工),货主联系方式,货物的种类、数量、

价值、发送地、是否保价以及保价金额等。

2.2 货主的投诉、意见反馈、业务咨询和服务质量评价平台

可通过电话、短信、Web访问等多种方式构建集成式客户服务中心(Call Center),加强铁路保价部门与货主之间的沟通和联系,加强对保价服务质量的调查和评价,提高货主的满意度。

2.3 无主、脱签货物的登记、查询和认领平台

铁路相关部门可把运输途中脱签或无人认领的货物图片和相关信息上传至此平台上,以方便货主查询和认领,减少货物丢失发生率。

2.4 客户营销管理

定期分析和跟踪高价值保价货运的重点客户,实现对保价大客户的营销管理,包括对大客户的认定、建档、查询其保价情况。对这些客户实行个性化和人性化服务,提高客户满意度,建立和保持大客户的忠诚度,提高货运保险市场占有份额。

综上所述,可用图2概括铁路保价CRM系统的功能架构。

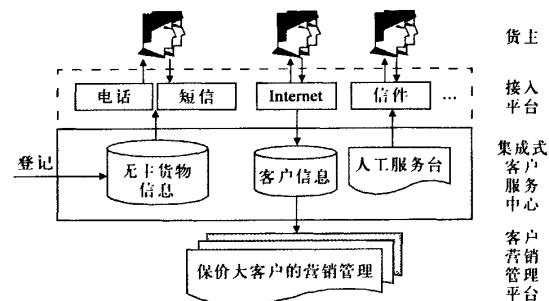


图2 保价客户关系管理系统功能架构

3 结束语

目前铁路保价与货物运输保险行业竞争激烈,谁能为客户提供更周到和便捷的服务,谁就能占领市场,获得更多的保价(保险)收入。通过借鉴保险行业CRM建设情况,结合铁路保价运输的业务特点,研究并提出了铁路保价CRM系统的功能架构,以供铁路信息化工作者参考。

参考文献:

- [1] 梅巧玲,史天远.客运营销辅助决策支持系统的研究[J].铁路计算机应用,2007,16(1).