



打造社交电商新标杆

安利创玩嘉年华破浪出圈

求新求变的直销社交电商安利,这个夏天又有大动作。8月21日至23日,安利集结重磅专家学者、顶流明星、各界创客大咖,打造的首届“安利创玩嘉年华”破浪出圈,引爆兴趣创业新模式,打造社交电商新标杆。

安利创玩嘉年华狂欢三天,接力推出“2020经济复苏与大众创业论坛、超A创客盛典、优选直播间、创玩Live Show”四大盛会,41个城市举办线下“创玩派对”,点亮十城地标,成功“破壁”新一代年轻群体,吸引粉丝学干货、看直播,追爱豆、一键购货,“学、玩、购”一体,吸引超过6千万人参与,向受众传递一个可感可知的新安利。



安利创玩家计划启动

◎敢创敢玩 安利创玩家引领兴趣创业

未来,只有兴趣和热爱是人工智能无法取代的。创客盛典上,安利推出了“创玩家计划”。

改革开放初期,通过允许从事个体经营,激活了强大的个体经济。数字经济大潮下,各种新业态新模式不断涌现,推动就业模式从传统的“公司+雇员”向“平台+个人”兴趣创业模式的转变。

决定创业选择的底层逻辑,是社会价值观的变迁。目前“80、90后”已经成为主流的创业群体,相较于前几代创业者,他们原生家庭的经济条件显著改善,创业不再是为了生计拼搏,而是实现自我价值的手段。他们不仅注重创业成功,人生赢家这样的结果,更重视创业过程和体验,从自己的兴趣爱好出发,玩转生活,轻松创业。

安利(中国)总裁余放介绍,从2010年起,安利与德国慕尼黑工业大学合作发布《安利全球创业报告》,在全球范围内就创业环境及创业意愿等进行调研和分析,数据覆盖44个国家和地区的数万名受访者。2020年的报告中有一个核心洞

察,即68%的受访者将“可以做自己热爱的事情”排在创业益处的前三名。

做自己感兴趣的事,是创业的动力源泉,能够激发创业者更大的热情和创造力,是对人的潜力的极大释放。共同的兴趣爱好,本身就是很好的社交货币,不仅可以帮创业者快速找到和锁定消费者,也可以迅速凝结起志同道合的创业团队。

著名咨询机构埃森哲研究发现,美食、健身、美容、养生、育儿是目前流量最大的兴趣圈。安利创业者们,围绕这些兴趣圈,发展出健康塑形俱乐部、魅力私享会、美妈会、美食轰趴、乐活养生等核心社群,以及夜跑团、烘焙趴、读书会、户外营、品酒会、汉服社等兴趣社群。他们用兴趣拓展和链接顾客,基于安利全线优质产品和自己的个性化优质服务,为消费者提供一站式营养健康解决方案。

在安利创业,兴趣就是事业,生活就是工作,朋友就是伙伴。这些新一代大众创业者,就是安利所提出的“创玩家”。而安利就是赋能创玩家,帮助他们把兴趣发展成事业的平台。

◎深耕私域广拓公域 打造社交电商新标杆

2020年,受疫情影响,直播带货异军突起。据商务部数据,上半年电商直播超1000万场,活跃主播数超40万。今年5月,安利(中国)总裁余放亲自下场带货,2小时销售额破亿元,安利自此跻身直播带货单场亿元俱乐部。

安利直播电商的迅速崛起靠的是运营私域流量,并能与自己的直销模式完美融合。安利创业者通过运营OMO生活方式社群,如美食、健身、美容、养生、育儿等,拓展并积累了庞大的忠实顾客群体,也就是安利的私域流量,他们只需要把意向客户带进直播间,就能在里面完成购物的全流程。

安利迅速把握这轮直播电商的风口,正是6年来推进数字

化变革的厚积薄发。2014年,安利开始布局数字化、体验化、年轻化战略,线下体验实体接轨社群经济的落地,线上电商平台实现一站式下单,通过线下线上的充分融合,赋能营销人员依托兴趣社群创业,打造一个突破传统直销,以数字化和社交电商驱动的“新安利”。

余放介绍,安利是最早从事社交商务的企业之一,在互联网出现之前,安利营销人员就通过线下面对面的方式,与顾客建立起了真实的链接和信任。目前,安利搭建的社交电商创业平台,承担了研发、生产、品牌、物流等多种职能,向创业者提供产品品牌、社交电商和学习成长三大支持系统,创业者只承担销售、服务职能,让创业者风险最小化,

收益最大化。

在工作、娱乐、消费全面线上化的背景下,如何帮助安利创业者线上吸引新客户、运营线上社群、通过社交媒体和直播平台做好售前、售中、售后服务,将是未来安利数字化建设的发力点。余放说,安利将持续开发简便易用的数字化工具,赋能创业者打破地域限制和社交圈的瓶颈,开启个人带货直播间、定制开发社群管理工具,构建数字化新能力,打开网络新流量,实现他们粉丝量的指数级增长;深耕私域、广拓公域,进一步释放安利社交电商能力的破局点,为创业者们搭建一个智能化、多元化的创业生态系统,打造社交电商新标杆。

◎政策利好为创新创业开辟新空间

7月中旬,国家发改委等十三部委联合发文《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》,明确鼓励发展“新个体经济”,支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业;大力发展微

经济,打造兼职就业、副业创业等多种形式。

疫情期间,电商直播、远程医疗、线上教育等数字经济领域新业态迅速涌现,纾解就业压力,展现出巨大潜力。余放说,直销、微商、网店、直播带货、地摊

经济这些大众创业形式,在经济复苏过程中,表现亮眼,促进了经济持续健康发展;伴随“新个体经济”创业者借助互联网力量的快速崛起,有理由相信,后疫情时代,将成为一个新大众创业蓬勃发展的时代。

中国人寿烟台分公司2020年上半年十大赔付案例

中国人寿烟台分公司始终秉承“以客户为中心”的服务理念,创新服务方式,提升服务专业技能,高效快捷地为客户提供便捷、专业的理赔服务。

2020年上半年,面对突如其来的新冠肺炎疫情,中国人寿烟台分公司快速响应积极应对,开通线上理赔功能,并对部分险种减免理赔资料,极大地提高了客户满意度并缩短理赔服务时效。

案例一

Z先生是公司资深客户,自1999年至2012年先后在公司投保康宁定期保险、国寿康恒重大疾病保险(2007修订版)、国寿康宁终身重大疾病保险(2012版)。2020年5月Z先生确诊为(直肠)隆起型中分化腺癌。中国人寿烟台分公司接到客户的理赔申请后,

立即核实处理,及时向客户给付保险金999200元。

案例二

G先生于2020年5月13日通过某海产养殖厂投保国寿绿洲团体意外伤害保险(A型),2020年5月G先生出海工作时溺水身故。中国人寿烟台分公司接到客户家属的理赔申请后,快速处理,及时向受益人给付身故保险金602832元。

案例三

L先生于2013年至2015年先后投保国寿瑞鑫两全保险(分红型)、国寿安欣无忧两全保险(分红型)、国寿防癌疾病保险。2019年12月,L先生确诊为甲状腺癌。中国人寿烟台分公司接到客户的理赔申请后,立即核实处理,及时向客户给付保险金512090元

案例四

W先生通过某建筑公司于2020年投保国寿绿洲团体意外伤害保险(B型)。2020年6月,W先生在工地被高处坠落的铁块砸伤当场身故。中国人寿烟台分公司接到客户家属的理赔申请后,立即核实处理,及时向受益人给付身故保险金502361元。

案例五

Y先生通过某石业有限公司于2019年投保国寿绿洲团体意外伤害保险(A型)(2013版)。2019年9月,Y溺水身故。中国人寿烟台分公司接到客户家属的理赔申请后,立即核实处理,及时向受益人给付身故保险金500000元。

案例六

S先生于2013投保国寿康宁终身重大疾病保险(2012版)。2020年3月因急性心肌梗塞住院治疗。中国人寿烟台分公司接到客户家属的理赔申请后,立即核实处理,及时向客户给付保险金400000元。

案例七

2019年某建设有限公司为W先生投保国寿绿洲团体意外伤害保险(A型)(2013版)。2020年1月,W先生出车祸身故。6月中国人寿烟台分公司接到客户家属的理赔申请后,立即核实处理,及时向受益人给付保险金400000元。

案例八

J女士于2016年投保国寿祥瑞终身寿险,2020年1月确诊为乳腺癌。中国人寿烟台分公司接到客

户的理赔申请后,立即核实处理,及时向客户给付保险金300000元。

案例九

山东某工程有限公司于2020年为C先生投保国寿绿洲团体意外伤害保险(A型)(2013版)。2020年3月C先生在工地意外身亡。中国人寿烟台分公司接到客户家属的理赔申请后,立即核实处理,及时向受益人给付保险金300000元。

案例十

2010年,T女士为其丈夫S先生办理国寿瑞鑫两全保险(分红型)、国寿附加瑞鑫提前给付重大疾病保险。2020年3月,S先生确诊为恶性肿瘤。中国人寿烟台分公司接到客户的理赔申请后,立即核实处理,及时向客户给付保险金240000元。