

జీవిత బీమా అమ్మకపు ప్రక్రియ

ప్రతి వ్యాపారానికి ముఖ్యమైన వారు (bread and butter) వినియోగదారులే. బీమరంగంలో సేవలు మరియు సంబంధాలకు చాల ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ఉంటుంది. కనిపించని ఒక వస్తువు కొన్నందుకు కస్టమర్ చాలా అత్యుత్తమ సేవలను ఆశిస్తాడు.

సేవా నాణ్యత - 5 ప్రధాన సూచికలు: 1) విశ్వసనీయత, 2) స్పందన, 3) హామీ, 4) సానుభూతి, 5) కనిపించేవి (tangibles).

ఏజెంట్ అందించు సేవలు: 1) ప్రపోజల్ (Proposal Stage), 2) అంగీకార దశ (Acceptance), 3) క్లెయిమ్ పరిష్కారం (Claim Settlement), 4) ఇతర సేవలు (Other Service), 5) ఫిర్యాదుల పరిష్కారం (Grievance redressal).

నమ్మకాన్ని పెంచే అంశాలు: 1) ప్రతి సంబంధమూ ఆకర్షణ తోనే మొదలవుతుంది, 2) హాజరుగా ఉండటం, 3) సమాచార ప్రసారం, 4) వినే వైపుణ్యం, 5) హావభావాలు (బాడీ లాంగ్వేజ్).

01. వినియోగదారు జీవిత కాలపు విలువ అంటే ఏమిటి ?

- A) వినియోగదారుకు తన జీవిత కాలం మొత్తంలో సేవలు అందించే క్రమంలో ఏర్పడే వ్యయాల మొత్తం
- B) కల్పించిన వ్యాపారం ఆధారంగా వినియోగదారులకు ఇచ్చే ర్యాంక్
- C) వినియోగదారులతో దీర్ఘకాలిక సంబంధాలు ఏర్పరచుకోవడం ద్వారా సాధించ గలిగే ఆర్థిక లాభాలు
- D) వినియోగదారుకు అందించగల గరిష్ట బీమా

C

02. బీమా కంపెనీ తరపున అందించే ప్రతి సేవా వైఫల్యమూ కస్టమర్ మనసులో రెండు రకాల అనుభూతులు, సంబంధిత భావాల్ని ఉత్పన్నం చేస్తుంది. ఆ అనుభూతులు ఇవి:

- A) సందిగ్ధత, అర్థం చేసుకోవడం
- B) అవిస్వసనీయత, పగ
- C) అమాయకత్వం, సానుభూతి
- D) అన్యాయం జరిగిందని ఫీల్ కావడం, అహం దెబ్బతినడం

D

03. క్రింది వాటిలో ఏది చురుగ్గా వినడంలో భాగం కాదు ?

- A) బాగా శ్రద్ధ చూపడం
- B) బాగా తీర్చిదిద్దడంతో (judgement) ఉండటం
- C) అర్థం చేసుకుంటున్నట్లు వినడం
- D) సరైన రీతిలో స్పందించడం

B

04. \_\_\_\_\_ కన్పించే వస్తువు కాదు.

- A) ఇల్లు
- B) బీమా
- C) మొబైల్ ఫోన్
- D) జీన్స్ జత

B

05. \_\_\_\_\_ అనేది సేవా నాణ్యతకు సూచిక కాదు.

- A) తెలివిడి
- B) విశ్వసనీయత
- C) సానుభూతి
- D) స్పందించే తత్వం

A

06. వినియోగదారు సంబంధంలో తొలి ప్రభావం (first impression) ఇలా ఏర్పడుతుంది ?

- A) ఆత్మ విశ్వాసంతో ఉండటం ద్వారా
- B) సకాలంలో వెళ్ళడం ద్వారా
- C) ఆసక్తి చూపడం ద్వారా
- D) సమయానికి వెళ్ళడం, ఆసక్తి చూపడం మరియు ఆత్మ విశ్వాసంతో ఉండటం ద్వారా

D

07. సరైన వాఖ్యాలను ఎంచుకోండి.

- A) బీమాను విక్రయించేటప్పుడు నైతిక ప్రవర్తన అసాధ్యం
- B) బీమా ఏజెంట్ లకు నైతిక ప్రవర్తన అసాధ్యం
- C) ఏజెంట్ మరియు బీమా కంపెనీ మధ్య విశ్వాసాన్ని పెంపొందించడంలో నైతిక ప్రవర్తన ఉపయోగ పడుతుంది
- D) నైతిక ప్రవర్తన కేవలం ఉన్నత స్థాయి మేనేజ్ మెంట్ నుంచి మాత్రమే ఆశించగలం

C

08. చురుగ్గా వినడమంటే:
- వక్ర పట్ల శ్రద్ధ చూపడం
  - అప్పుడప్పుడూ తలూపడం, నవ్వుడం
  - పీడ్ బ్యాక్ ఇవ్వడం
  - వక్ర పట్ల శ్రద్ధ చూపడం, అప్పుడప్పుడూ తలూపడం, నవ్వుడం, మరియు పీడ్ బ్యాక్ ఇవ్వడం
09. \_\_\_\_\_ వాగ్దానం చేసిన సేవని బాధ్యతాయుతంగా, ఖచ్చితంగా పూర్తయ్యేలా చేసే సామర్థ్యాన్ని సూచిస్తుంది.
- విశ్వసనీయత (Reliability)
  - స్పందించే తీరు (Responsiveness)
  - వాగ్దానం (Assurance)
  - అర్థం చేసుకునే తీరులో వినడం (Empathy)
10. \_\_\_\_\_ వినియోగదారులతో పని ప్రాంతంలోనూ, బయట ప్రభావవంతంగా మాట్లాడటం తదితరాలకు సంబంధించిన నైపుణ్యాలు.
- హార్డ్ స్కిల్స్ (Hard skills)
  - సాఫ్ట్ స్కిల్స్ (Soft skills)
  - సంభాషణా స్కిల్స్ (Negotiating skills)
  - ప్రశ్నించే స్కిల్స్ (Questioning skills)
11. ఈ క్రింది వాటిలో నమ్మకాన్ని ప్రమోట్ చేసే అంశం ఏది ?
- ప్రజెంట్ గా ఉంటూ, కమ్యూనికేషన్ బలం కలిగి ఉండటం
  - హుందాతనం, నొక్కి చెప్పడం, కమ్యూనికేషన్
  - ఆకర్షణ, కమ్యూనికేషన్, ప్రజెంట్ గా ఉండటం
  - నిర్ధారించడం, నొక్కి చెప్పడం , ఆకర్షణ
12. వినియోగదారు సంబంధంలో ఈ క్రింది వాటిలో ఏది తొలి ప్రభావం (first impression) ఏర్పరచుకునే టిప్ ?
- సకాలంలో వెళ్ళడం
  - మిమ్మల్ని మీరు బాగా ప్రజెంట్ చేసుకోవడం
  - ఓపెన్ గా, ఆత్మవిశ్వాసంతో, సానుకూల వైఖరి తో ఉండడం ద్వారా
  - ప్రవన్నీ
13. \_\_\_\_\_ వినియోగదారుల పట్ల చూపించే ఆత్మీయ దోరిణి (caring attitude) మరియు వ్యక్తిగత శ్రద్ధని ప్రతిబింబిస్తుంది.
- హామీ (Assurance)
  - అర్థం చేసుకునే తీరులో సానుభూతి దోరిణి (Empathy)
  - విశ్వసనీయత (Reliability)
  - ప్రతి స్పందన తత్వం (Responsiveness)