

라이나생명은 믿을 수 있는 텔레마케팅 전문 생명보험회사 입니다.

LINA's Customer Centricity

라이나생명은 고객중심경영과 업계 최고의 텔레마케팅 영업 판매 조직을 기반으로 해마다 최초, 최고의 성과를 기록해 나가고 있습니다. 특히 보험 사각지대 해소를 위한 고령자 및 유병자 대상의 혁신적인 상품을 업계 최초로 개발하여 지속적으로 제공하고 있으며, 2013년에는 한국소비자학회 선정 보험사 최초 제6회 소비자대상을 수상하는 등 고객을 위한 라이나생명의 고객중심 경영은 외부에서도 많은 주목을 받고 있습니다.

About LINA

라이나생명은 1987년 외국계 생명보험회사 가운데 최초로 한국 시장에 진출하여 고객의 건강(Health), 웰빙(Well-being), 재정적 안정(Sense of security)을 도우며 텔레마케팅 영업에 특화된 경영전략을 통해 괄목할 만한 성장을 이뤘습니다. 또한 국내 보험업계 최초로 다이렉트 마케팅을 도입한 라이나생명은 텔레마케팅 최고 생명보험사로 명성을 이어가고 있습니다.



고객중심경영

늘 최고를 추구하는 라이나생명의 전략에는 고객을 위한 마음이 담겨있습니다



대한민국 No.1 텔레마케팅 전문 생명보험사

최대의 텔레마케터 영업 조직과 텔레마케팅 최적화 상품

- 약 5천여 명의 텔레마케터 설계사가 근무, 텔레마케팅 영업에 최적화된 이해하기 쉽고 심플한 상품 라인업과 합리적인 가격 책정

전문 텔레마케터 설계사 양성에 지속적인 투자

- 국내최초로 서울대학교와 손잡고 금융소비자보호교육 과정 개설, 라이나생명 텔레마케터 약 2천 4백여 명 교육
- 전문성 강화를 위한 텔레마케팅 전용 교육 과정 운영



철저한 고객 정보 관리

세계적 수준의 인프라와 보안 시스템으로 고객의 소중한 개인정보를 보호

- 전 임직원 100%에 가까운 정보보호 교육 이수
- 영업시스템 상 개인정보를 자동으로 삭제하는 시스템 구축 운영



업계 민원건수 최저 수준 라이나생명 민원발생률 0.01138%

- 보유계약 10만 건당 11.38건
- 업계 평균 0.02538%, 10만 건 당 25.38건 (금감원 집계 2016년 1월~12월 기준)



보험사각지대 해소를 위한 업계 최초 특화상품 개발

- 무진단, 무심사 정기보험 (무) OK실버보험
- 고령자 대상 간편심사 암보험 (무) 실버암보험 (갱신형)
- 고혈압자 대상 정기보험 (무) 고혈압OK암보험 (갱신형)
- 치과 치료를 위한 (무) THE건강한치아보험IV(갱신형)

고객과의 약속을 소중하게 라이나생명 지급여력비율(RBC) 316%



업계평균 223% (금감원 권고 150%)
(금감원 집계 2016년 1월~12월 기준)

* RBC비율이란? 보험계약자가 일시에 보험금을 요청했을 때 보험사가 보험금을 제때 지급할 수 있는 능력

라이나전성기재단 설립

사회적 책임을 다하는 존경받는 기업



- '사랑있는전화'를 통한 텔레마케터 재능기부로 보건복지부 장관상 수상 (2013년, 2016년)
- 시니어들의 여가, 취미, 문화를 공유하는 배움 커뮤니티 '전성기 캠퍼스' 운영
- 심정지환자의 생존율을 높이기 위한 심폐소생술 App '하트히어로' 오픈
- 음악에 꿈이 있는 시니어·아마추어 활동가들의 꿈 실현을 위한 '꿈의 무대' 제공
- 시니어 세대의 삶의 질 향상을 돕는 인물 및 단체를 찾아 상을 수여하는 '라이나50+어워즈' 제정

앞서 실천하는 고객중심경영



- 업계 최초 고객보호위원회 및 고객중심경영위원회 운영
- 국내 보험업계 최초 미청구 보험금 찾아주기 프로젝트 시행
- 2013년 한국소비자학회 선정 보험사 최초 제 6회 소비자대상 수상
- 2015년 대한민국 금융대상 '생명보험부문' 대상 수상 (외국계 생보사 최초)
- 2016년 제23회 기업혁신대상 '산업통상자원부 장관상' 수상
- 2016년 금감원 '제 11차 보험약관 이해도 평가' 변액보험 부문 '우수' 평가
- 2016년 제5회 금융소비자보호대상 '금융감독원장상 수상'

라이나생명 -
고객중심경영을
실천하는 보험·헬스
서비스 리더