

Thị trường bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp

Life insurance market in Vietnam: Current situation and solutions

Nguyễn Hữu Quỳnh Như*
Nguyen Huu Quynh Nhu*

*Khoa Tài chính - Ngân hàng, Đại học Tài chính - Kế toán, Quảng Ngãi, Việt Nam
Faculty of Finance and Banking, University of Finance and Accountancy, Quangngai, Vietnam*

(Ngày nhận bài: 07/4/2021, ngày phản biện xong: 12/4/2021, ngày chấp nhận đăng: 19/8/2021)

Tóm tắt

Bảo hiểm nhân thọ không chỉ đóng vai trò bảo vệ tài chính, tạo dựng quỹ tiết kiệm, hưu trí trong tương lai cho những người tham gia mà còn góp phần ổn định và phát triển kinh tế đất nước. Tuy nhiên, hiện nay số lượng người dân Việt Nam tham gia bảo hiểm nhân thọ vẫn còn rất thấp. Bài nghiên cứu tập trung vào phân tích thực trạng phát triển thị trường bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam trong giai đoạn 2016-2020, nguyên nhân khiến số lượng người dân tham gia bảo hiểm nhân thọ vẫn còn hạn chế. Từ đó, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển thị trường bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam.

Từ khóa: Bảo hiểm nhân thọ; Việt Nam.

Abstract

Life insurance not only plays a key role in protecting personal finance, creating savings and retirement funds in the future for the participants, but also contributes to stabilize and develop the country's economy. However, the number of Vietnamese people participating in life insurance is still very low. Therefore, the paper examined the current status of life insurance market's development in Vietnam for the 2016-2020 period, and analyzed the reasons why the number of people participating in life insurance is still limited. Since then, the author offered some solutions to develop life insurance market in Vietnam.

Keywords: Life insurance; Vietnam.

1. Đặt vấn đề

Bảo hiểm nhân thọ từ lâu đã được biết đến là một giải pháp hữu hiệu để bảo vệ cho con người trước những rủi ro khó lường của cuộc sống. Ở các nước tiên tiến trên thế giới, bảo hiểm nhân thọ có từ lâu đời và thu hút số lượng người dân tham gia bảo hiểm cao, tuy nhiên tỷ lệ này ở Việt Nam là rất khiêm tốn. Theo Hiệp hội Bảo hiểm

Việt Nam, tỷ lệ người dân Việt Nam tham gia bảo hiểm nhân thọ ước tính chỉ ở mức dưới 10%. Trong khi đó, ở những quốc gia phát triển như Mỹ, Anh, Nhật Bản, tỷ lệ người tham gia bảo hiểm nhân thọ lên tới hơn 90%. Ở các quốc gia khu vực Đông Nam Á, tỷ lệ dân số tham gia bảo hiểm cũng tương đối cao, như ở Singapore tỷ lệ này là 80%, còn Malaysia là 50% [1]. Do đó,

*Corresponding Author: Nguyen Huu Quynh Nhu; Faculty of Finance and Banking, University of Finance and Accountancy, Quangngai, Vietnam

Email: nguyenhuuquynhnhu@tckt.edu.vn

bài nghiên cứu sẽ tập trung vào bốn nội dung chính: (i) khái niệm và lịch sử phát triển của ngành bảo hiểm nhân thọ trên thế giới và Việt Nam; (ii) thực trạng hoạt động bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam giai đoạn 2016-2020; (iii) những nguyên nhân khiến tỷ lệ người dân tham gia bảo hiểm nhân thọ thấp; (iv) giải pháp để tăng tỷ lệ người dân tham gia bảo hiểm nhân thọ.

2. Khái niệm và lịch sử phát triển ngành bảo hiểm nhân thọ

2.1. Khái niệm bảo hiểm nhân thọ

Bảo hiểm nhân thọ là sản phẩm của các công ty bảo hiểm nhằm bảo vệ con người trước những rủi ro liên quan đến sức khỏe, thân thể, tính mạng. Người mua bảo hiểm thỏa thuận và ký kết hợp đồng bảo hiểm với công ty bảo hiểm về việc sẽ đóng đúng những khoản phí đều đặn vào quỹ dự trữ tài chính do công ty bảo hiểm quản lý, để được chi trả số tiền nhất định khi người được bảo hiểm không may gặp rủi ro hoặc đến thời điểm đáo hạn.

Ngoài tính chất đặc trưng là bảo vệ trước các rủi ro trong cuộc sống, bảo hiểm nhân thọ còn là một phương án tài chính có tính tích lũy, là kênh tiết kiệm dài hạn và cũng là kênh đầu tư có lãi suất. Khi kết thúc hợp đồng, nếu không có rủi ro, công ty bảo hiểm nhân thọ sẽ thực hiện chi trả quyền lợi đáo hạn bằng tiền cho khách hàng. Đó là khoản tích lũy từ phí bảo hiểm tham gia và lãi chia (nếu có).

2.2. Lịch sử ngành bảo hiểm nhân thọ trên thế giới

Vào những năm 1600, hoạt động giao thương hàng hóa đường biển diễn ra rất sôi động ở các nước Châu Âu. Và đây cũng chính là cái nôi hình thành nên bảo hiểm nhân thọ thời sơ khai. Năm 1583 hình thức bảo hiểm nhân thọ đầu tiên được ra đời ở Anh và người mua chính là thuyền trưởng William Gybbon. Ông yêu cầu bên bán bảo hiểm hàng hóa thực hiện một hợp đồng bảo hiểm cho chính mình.

Sau đó, năm 1759 công ty bảo hiểm nhân thọ đầu tiên đã ra đời tại Châu Mỹ, nhưng chỉ bán hợp đồng bảo hiểm cho một số thành phần nhất định. Năm 1762, ở Anh thành lập công ty bảo hiểm nhân thọ Equitable. Đây là công ty đầu tiên thực hiện bán các hợp đồng bảo hiểm rộng rãi cho người dân và áp dụng nguyên tắc phí bảo hiểm không đổi trong suốt thời gian bảo hiểm. Đến những năm 1800, bảo hiểm nhân thọ bắt đầu được đón nhận mạnh mẽ khi cung cấp sản phẩm dành riêng cho người trụ cột trong gia đình khi tử vong sớm. Khi đó, người dân mới thực sự thấy được ý nghĩa lớn lao của bảo hiểm nhân thọ. Người trụ cột trong gia đình không may mất sớm, với sự chi trả từ bảo hiểm nhân thọ, gia đình sẽ có nguồn tài chính bù đắp sự thiếu hụt, nhanh chóng ổn định cuộc sống. Vì vậy, đây là thời điểm bảo hiểm nhân thọ thực sự bứt phá và dần trở nên thiết yếu với các gia đình. Năm 1860, bắt đầu xuất hiện hệ thống mạng lưới đại lý bảo hiểm nhân thọ trên thế giới.

2.3. Lịch sử phát triển bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam

Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam ra đời khá muộn so với sự phát triển chung của ngành bảo hiểm nhân thọ thế giới. Tuy nhiên, hiện nay ngành bảo hiểm nhân thọ đang dần dần bắt kịp xu thế phát triển chung của bảo hiểm nhân thọ trong khu vực và quốc tế.

Vào trước năm 1954 tại miền Bắc Việt Nam, bảo hiểm nhân thọ được biết đến khi một số người làm việc cho Pháp được tham gia hợp đồng bảo hiểm nhân thọ, các hợp đồng này đều được mua trực tiếp từ các công ty bảo hiểm của Pháp. Năm 1987, nhờ tiếp cận và học hỏi những kỹ thuật bảo hiểm mới trên thế giới, Bảo Việt là công ty bảo hiểm duy nhất tại Việt Nam lúc đó đã tiến hành nghiên cứu và đưa ra đề tài: “Lý thuyết Bảo hiểm nhân thọ và sự ứng dụng vào thực tế Việt Nam”. Tuy nhiên vào thời điểm này, các điều kiện kinh tế tại Việt Nam còn rất hạn chế: thu nhập dân cư thấp, kinh tế

kém phát triển, tỷ lệ lạm phát cao, thị trường tài chính chưa phát triển,... Do đó, ý nghĩa của đề tài chỉ dừng lại ở việc triển khai “Bảo hiểm sinh mạng có thời hạn 1 năm”, đây là dạng bảo hiểm mang tính chất giống phi nhân thọ.

Ngày 20/03/1996, Bộ tài chính đã ban hành Quyết định số 281/TC/TCNH cho phép Bảo Việt triển khai thí điểm bảo hiểm nhân thọ. Ngày 22/06/1996, Công ty Bảo Việt Nhân thọ được thành lập nhằm phục vụ nhu cầu về bảo hiểm nhân thọ cho mọi tầng lớp nhân dân. Công ty sau đó đã cho ra đời 2 sản phẩm là: “Bảo hiểm nhân thọ có thời hạn 5 năm, 10 năm” và “Chương trình đảm bảo cho trẻ em đến tuổi trưởng thành”.

Đến tháng 6/1999, thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam được chính thức mở cửa, công ty bảo hiểm nhân thọ nước ngoài đầu tiên gia nhập thị trường là Chinfon-Manulife, liên doanh giữa Tập đoàn Taiwanese Chinfon và Công ty Bảo hiểm Nhân thọ Canadian Manulife. Sau đó có nhiều công ty bảo hiểm nhân thọ lớn trên thế giới tham gia vào thị trường.

Năm 2000, Quốc hội đã thông qua Luật Kinh doanh bảo hiểm, tạo hành lang pháp lý hoàn chỉnh cho thị trường bảo hiểm Việt Nam. Nhờ có Luật Kinh doanh bảo hiểm, các doanh nghiệp bảo hiểm cạnh tranh bình đẳng hơn và thực sự là động lực thúc đẩy thị trường bảo hiểm Việt Nam, đặc biệt là thị trường bảo hiểm nhân thọ phát triển. Đến nay, Luật Kinh doanh bảo hiểm năm 2000 đã trải qua 2 lần bổ sung, điều

chỉnh (năm 2010 và năm 2020) để đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành bảo hiểm nhân thọ.

3. Thực trạng hoạt động bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam

Sau hơn 20 năm hình thành và phát triển, thị trường bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam đến nay đã có 18 doanh nghiệp, cung cấp hơn 500 sản phẩm bảo hiểm nhân thọ, với hơn 11,6 triệu hợp đồng bảo hiểm có hiệu lực, giải quyết công ăn việc làm cho gần 900.000 đại lý, số tiền bảo hiểm chi trả năm 2020 lên tới hơn 25.000 tỷ đồng [2]. Bảo hiểm nhân thọ đang ngày càng trở nên quen thuộc với một bộ phận không nhỏ người dân. Tuy nhiên, tiềm năng phát triển của ngành bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam vẫn còn rất lớn.

3.1. Về quy mô thị trường

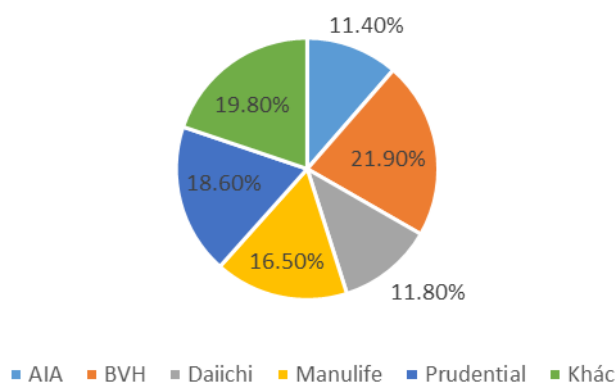
Thị trường bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam luôn đạt tốc độ tăng trưởng cao với mức trung bình 27,35%/năm trong giai đoạn 2016-2020, phí bảo hiểm nhân thọ chiếm khoảng 69,83% tổng phí của toàn thị trường bảo hiểm. Mặc dù tăng trưởng cao, ổn định song quy mô thị trường bảo hiểm nhân thọ vẫn còn nhỏ so với tiềm năng. Năm 2020, tổng doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ đạt 129.291 tỷ đồng, tỷ lệ doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ trên GDP chỉ đạt mức 2,7%, thấp hơn so với mức trung bình của các nước phát triển 9,6% [3].

Bảng 1. Quy mô thị trường bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam giai đoạn 2016-2020

Các chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ	Tỷ đồng	50.497	66.226	86.176	106.640	129.291
Tốc độ tăng trưởng	%	31,95	31,15	30,34	23,75	21,24
Tỷ trọng phí bảo hiểm nhân thọ/ Tổng phí thị trường bảo hiểm	%	57,80	61,42	64,72	66,65	69,52
Tỷ trọng phí/ GDP	%	1,12	1,32	1,53	1,77	1,60

(Nguồn: Cục Quản lý, giám sát bảo hiểm)

Phần lớn thị phần doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ tập trung vào 5 doanh nghiệp hàng đầu, bao gồm: Bảo Việt (21,9%), Prudential (18,6%), Manulife (16,5%), Daiichi (11,8%), AIA (11,4%) và các doanh nghiệp khác (19,8%).



(Nguồn: Cục Quản lý, giám sát bảo hiểm)

Biểu đồ 1. Thị phần doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ năm 2020

3.2. Về tình hình khai thác hợp đồng bảo hiểm mới

Trong giai đoạn 2016-2020, số lượng hợp đồng khai thác mới của các sản phẩm bảo hiểm chính luôn tăng qua các năm từ 1,53 triệu hợp đồng năm 2016 tăng lên hơn 2,5 triệu hợp đồng vào năm 2020 (tăng 63,4%). Đặc biệt là nhóm các sản phẩm liên kết đầu tư có sự tăng trưởng đáng kể, từ 634.970 hợp đồng khai thác mới năm 2016 tăng lên gấp 2,5 lần vào năm 2020 với hơn 1,6 triệu hợp đồng.

Tổng doanh thu phí bảo hiểm của hợp đồng khai thác mới của các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ chính năm 2020 đạt 40.964 tỷ đồng, tăng gấp 2,3 lần so với năm 2016 (17.498 tỷ đồng). Trong đó, nghiệp vụ bảo hiểm liên kết đầu tư chiếm tỷ trọng lớn nhất, đạt 61% tổng doanh thu phí khai thác mới. Tiếp theo là bảo hiểm hỗn hợp chiếm tỷ trọng khoảng 25%; bảo hiểm tử kỳ chiếm tỷ trọng 3%; bảo hiểm trọn đời, sinh kỳ, trả tiền định kỳ, sức khỏe chiếm tỷ trọng 0,8%. Doanh thu phí bảo hiểm bổ trợ chiếm tỷ trọng 10,2%.

Bảng 2. Doanh thu phí bảo hiểm của các hợp đồng khai thác mới giai đoạn 2016-2020 (tỷ đồng)

Nghiệp vụ	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Bảo hiểm trọn đời	20	28	51	68	49
Bảo hiểm sinh kỳ					
Bảo hiểm tử kỳ	259	425	849	888	1.229
Bảo hiểm hỗn hợp	6.293	7.835	6.741	4.054	10.241
Bảo hiểm trả tiền định kỳ	148	368	352	146	106
Bảo hiểm liên kết đầu tư	8.880	11.288	18.520	25.329	24.988
Bảo hiểm hưu trí	98	120	142	204	148
Bảo hiểm sức khỏe	5	4	31	33	25
Bảo hiểm nhóm	160	131			
Bảo hiểm bổ trợ	1.635	2.353	2.922	3.730	4.178
Tổng cộng (không bao gồm bảo hiểm bổ trợ)	17.498	22.552	29.608	34.453	40.964

(Nguồn: Cục Quản lý, giám sát bảo hiểm)

3.3. Về tình hình trả tiền bảo hiểm

Số tiền công ty bảo hiểm nhân thọ chi trả cho khách hàng luôn tăng trong những năm gần đây. Năm 2016, số tiền chi trả bảo hiểm chỉ 12.363 tỷ đồng nhưng đến năm 2020 số tiền

này đã tăng gấp 2 lần. Việc nhận được số tiền bảo hiểm đã giúp các tổ chức, cá nhân tham gia bảo hiểm xây dựng và thực hiện các kế hoạch tài chính, tiết kiệm, bảo vệ tài chính trước các rủi ro trong cuộc sống, góp phần tạo môi trường

thuận lợi cho phát triển kinh tế - xã hội. Ngoài ra, số tiền chi trả bảo hiểm tập trung chủ yếu vào các sản phẩm hỗn hợp và bảo hiểm liên kết đầu tư, chiếm hơn 90% tổng số tiền chi trả bảo hiểm trong giai đoạn 2016-2020.

Bảng 3. Tình hình trả tiền bảo hiểm giai đoạn 2016-2020 (tỷ đồng)

Năm	Số tiền chi trả bảo hiểm (bao gồm chi trả giá trị hoàn lại, chi đáo hạn, sự kiện bảo hiểm)
2016	12.363
2017	15.947
2018	19.455
2019	22.854
2020	25.115

(Nguồn: Cục Quản lý, giám sát bảo hiểm)

3.4. Về trung gian bảo hiểm

Có 2 kênh chính làm trung gian bảo hiểm nhân thọ đó là môi giới bảo hiểm và đại lý bảo hiểm. Trong đó, đại lý bảo hiểm chiếm tỷ trọng chủ yếu. Theo số liệu thống kê năm 2020, có gần 900.000 đại lý bảo hiểm nhân thọ đang hoạt động (bao gồm đại lý cá nhân và đại lý cá nhân trực thuộc tổ chức) chiếm gần 85% tổng số đại lý bảo hiểm cả nước. Hiện nay, có 18 công ty môi giới bảo hiểm đang hoạt động tại Việt Nam, tuy nhiên phí bảo hiểm nhân thọ thông qua môi giới rất thấp, chỉ chiếm khoảng 0,16% tổng phí bảo hiểm qua môi giới.

Bảng 4. Số lượng môi giới bảo hiểm và đại lý bảo hiểm giai đoạn 2016-2020

Loại hình trung gian bảo hiểm	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Đại lý cá nhân và đại lý cá nhân trực thuộc tổ chức	507.165	641.880	761.611	866.769	895.438
Công ty môi giới bảo hiểm	14	14	14	16	18

(Nguồn: Cục Quản lý, giám sát bảo hiểm)

4. Nguyên nhân khiến số lượng người dân tham gia bảo hiểm nhân thọ thấp

- Thị trường bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam vẫn còn non trẻ

Mặc dù thị trường bảo hiểm nhân thọ đã chính thức xuất hiện tại nước ta cách đây 25 năm nhưng đây vẫn là một ngành khá non trẻ so với bề dày lịch sử ngành bảo hiểm nhân thọ trên thế giới. Các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ vẫn còn hạn chế và chưa hấp dẫn được khách hàng tiềm năng tham gia. Trong khi đó, kỳ hạn của một hợp đồng bảo hiểm nhân thọ thường rất dài (khoảng 15 năm trở lên) nên tâm lý người dân vẫn còn e ngại trong việc tham gia bảo hiểm nhân thọ.

- Văn hóa người Việt Nam ngại đề cập đến các rủi ro

Người Việt Nam ghét nói về rủi ro, những điều không may mắn, xui xẻo do đó họ vẫn chưa cảm nhận được sự cần thiết của bảo hiểm

nhân thọ trong cuộc sống. Quan niệm đó khiến họ không muốn lắng nghe những lời tư vấn từ những nhân viên tư vấn bảo hiểm và có ác cảm đối với các công ty bảo hiểm nhân thọ.

- Một số chuyên viên tư vấn, đại lý bảo hiểm nhân thọ trình độ vẫn còn hạn chế và thiếu trung thực khi tư vấn bảo hiểm nhân thọ cho khách hàng

Để bán được hợp đồng, nhân viên của các công ty bảo hiểm đã không tư vấn cụ thể những điều khoản có thể gây bất lợi cho khách hàng như: Khai báo không trung thực, kết thúc hợp đồng trước hạn, những điều khoản loại trừ trách nhiệm bồi thường,... Điều này khiến khách hàng bị mất toàn bộ tiền đóng phí bảo hiểm khi kết thúc hợp đồng sớm hay không được chi trả, bồi thường khi rủi ro xảy ra. Ngoài ra, một số đại lý bảo hiểm vẫn chưa chuyên nghiệp trong quá trình tư vấn khách hàng, có thái độ chèo kéo, làm phiền khách hàng, nói xấu đối thủ

ạnh tranh,... khiến đại bộ phận người dân có cái nhìn không tốt đối với các nhân viên tư vấn bảo hiểm và công ty bảo hiểm nhân thọ.

- Công tác chăm sóc khách hàng sau bán hàng của các công ty bảo hiểm ở Việt Nam chưa thật sự tốt

Trước khi bán được hợp đồng, các công ty bảo hiểm nhân thọ thường tổ chức hội thảo, tặng quà, chiêu đãi tiệc; nhân viên tư vấn ân cần hỏi thăm và đến nhà để tư vấn cho khách hàng,... Nhưng sau khi khách hàng đã ký hợp đồng, rất ít nhân viên bảo hiểm nhân thọ giữ mối liên hệ tốt với khách hàng. Ngoại trừ một số ít công ty có chế độ chăm sóc tốt, đa số các công ty bảo hiểm nhân thọ hiện nay vẫn tập trung vào việc tìm kiếm khách hàng mới mà quên đi khách hàng hiện hữu. Trong khi đó, khách hàng hiện hữu lại là đối tượng khách hàng quan trọng, từ hệ khách hàng này, các công ty bảo hiểm có thể khai thác thêm nhiều hợp đồng từ gia đình và người thân của họ. Tuy nhiên, hiện nay số lượng công ty bảo hiểm nhân thọ khai thác được hợp đồng thứ 2, thứ 3 từ một khách hàng và gia đình của họ là không nhiều.

5. Giải pháp

Thứ nhất, thay đổi nhận thức của người dân về bảo hiểm nhân thọ.

Nhà nước và các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ cần phối hợp với nhau trong việc tuyên truyền, quảng bá để người dân cảm nhận được vai trò quan trọng của bảo hiểm nhân thọ trong việc bảo vệ nguồn tài chính cá nhân khi rủi ro xảy ra. Từ đó, người dân có cái nhìn thiện hơn đối với đội ngũ tư vấn bảo hiểm hay các công ty bảo hiểm nhân thọ.

Thứ hai, khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ phát triển và đa dạng hóa sản phẩm bảo hiểm.

Nhà nước thực hiện rà soát sửa đổi, bổ sung và ban hành mới các quy định về phê chuẩn sản phẩm bảo hiểm theo hướng đơn giản hóa thủ

tục hành chính, cho phép các doanh nghiệp bảo hiểm tận dụng kịp thời cơ hội triển khai, bảo đảm mặt bằng chung tối thiểu giữa doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ khi triển khai cùng một loại hình bảo hiểm sức khoẻ và tăng tính hấp dẫn, khả năng cạnh tranh của các sản phẩm bảo hiểm so với các sản phẩm tài chính thay thế khác (đặc biệt là các sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư).

Các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ cần xây dựng và thiết kế các sản phẩm bảo hiểm đa dạng và phù hợp với nhu cầu, điều kiện thực tế của người dân Việt Nam.

Thứ ba, nâng cao chất lượng đội ngũ đại lý bảo hiểm.

Nhà nước cần hoàn thiện các quy định về chuẩn hoá chương trình đào tạo đại lý bảo hiểm và điều kiện, tiêu chuẩn của các tổ chức đào tạo đại lý bảo hiểm. Tổ chức kiểm soát chặt chẽ công tác đào tạo, thi và cấp chứng chỉ đại lý bảo hiểm. Tăng cường kiểm tra, giám sát việc sử dụng đại lý của các doanh nghiệp bảo hiểm.

Các công ty bảo hiểm nhân thọ cần có quy định, chế tài xử lý đối với những đại lý bảo hiểm vi phạm các quy định, nguyên tắc nghề nghiệp khi thực hiện tư vấn tài chính cho khách hàng để nêu gương.

Thứ tư, đa dạng hóa kênh phân phối bảo hiểm.

Ngoài các kênh phân phối bảo hiểm hiện có, Nhà nước có thể nghiên cứu ban hành hướng dẫn đối với các kênh phân phối mới như phân phối bảo hiểm qua thương mại điện tử, phân phối bảo hiểm qua điện thoại di động..., nhằm tạo hành lang pháp lý giúp doanh nghiệp bảo hiểm đa dạng hóa kênh phân phối.

Thứ năm, nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng sau bán hàng tại các công ty bảo hiểm nhân thọ.

Các công ty bảo hiểm cần duy trì mối quan hệ với các khách hàng cũ thông qua việc gọi điện hỏi thăm để tư vấn tài chính cho khách

hàng, tổ chức các buổi hội thảo, tri ân khách hàng, tặng quà nhân dịp sinh nhật, cuối năm,... Việc duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng cũ sẽ giúp công ty bảo hiểm nắm được tâm tư tình cảm của khách hàng, hỗ trợ khách hàng khi khách hàng gặp khó khăn về tài chính, tránh việc tắt toán hợp đồng trước hạn hay tìm kiếm được nguồn khách hàng mới từ khách hàng cũ.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam, (2019), “Bảo hiểm nhân thọ còn nhiều tiềm năng phát triển”, Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam.
- [2]. Cục Quản lý, giám sát bảo hiểm (2020), Niên giám thị trường bảo hiểm Việt Nam, Cục Quản lý, giám sát bảo hiểm, Bộ Tài chính.
- [3]. Trần Thị Yến, (2020), “Bảo hiểm bức tranh đầy triển vọng”, Báo cáo phân tích chuyên sâu, Công ty cổ phần chứng khoán KIS Việt Nam.