

最新保险见客户心得体会 客户服务心得 体会保险(优秀5篇)

心得体会是对一段经历、学习或思考的总结和感悟。优质的心得体会该怎么样去写呢？下面我给大家整理了一些心得体会范文，希望能够帮助到大家。

保险见客户心得体会篇一

客户服务作为一种重要的企业运营战略，在保险行业尤为关键。随着保险行业的不断发展，客户对保险产品和服务的要求也越来越高。保险公司要想在激烈的市场竞争中脱颖而出，就必须拥有优质的客户服务体验。我在多年的保险从业经验中，总结了一些关于客户服务的心得和体会。本文将分享一些我个人的见解和实践经验。

第二段：培养专业团队，提供高质量服务

首先，保险公司需要培养一支专业能力强、热情周到的客户服务团队。这个团队需要具备一定的专业知识，熟悉各类保险产品，并且能够将复杂的保险概念和流程以简单易懂的方式传达给客户。同时，他们还需要具备良好的沟通和解决问题的能力，以便及时解答客户的疑问和提供帮助。通过不断的培训和学习，提高员工的专业素养和服务水平，保证客户能够得到高质量的服务。

第三段：建立良好的客户关系

其次，建立良好的客户关系对于保险公司来说至关重要。客户关系管理的核心是建立信任和互动。当客户购买了保险产品后，保险公司需要及时跟进，了解客户的需求和反馈。通过定期的电话或面对面的交流，保持和客户的的良好沟通，增加客户满意度。同时，有了良好的客户关系，客户也更有可

能在未来再次购买保险，或者向朋友、家人推荐保险公司，为公司拓展更多商机。

第四段：精细化的服务流程和个性化定制

另外，保险公司需要不断优化和改进服务流程，以提升客户的服务体验。通过引入先进的技术，例如在线保险购买平台、在线理赔服务等，加快办理速度，减少客户的等待时间。同时，保险公司还应该在服务过程中注重个性化定制，根据客户的需求和特点提供个性化的服务。例如，为客户制定符合其风险承受能力和需求的保险方案，或者针对老年人、年轻人等不同人群提供不同的险种和保费选择等。这样的个性化服务能够更好地满足客户的需求，提升客户满意度。

第五段：持续改进和提升

最后，保险公司应该持续改进和提升客户服务，以适应市场和客户的变化。通过及时收集和分析客户的反馈和投诉，及时调整和改进服务流程和产品设计。定期组织培训和评估，激励员工提供更好的服务。同时，保险公司还可以通过建立客户满意度调查和评价机制，了解客户对服务的真实反馈，及时解决问题，不断提升客户满意度。

总结：

客户服务作为保险公司的核心竞争力，对于公司的发展至关重要。通过培养专业团队、建立良好的客户关系、提供高质量的个性化服务以及持续改进和提升，保险公司能够在市场竞争中脱颖而出，赢得客户的信任和忠诚。我相信，只有拥有了优质的客户服务，保险公司才能长久稳健地发展。

保险见客户心得体会篇二

一、工作基本完成情况：

20__年，我司客服部在上级的正确领导和直接(大力)支持下，紧紧围绕公司总体发展目标，注重部门规范管理，主动靠前服务一线，延伸放大客服职能，实现了客户满意、领导认可、自身提高的预期目标，为我公司业务发展提供了良好的后援保障。

(一)、建章立制，注重夯实工作基础

20__年，为进一步提高工作效率、提升服务技能、规范业务处理、提升客服满意度，我部建立健全了一系列管理规范：

1、建立了客户服务工作日志，规定所属人员对每日工作详情以及需上级或其它部门关注的事项进行记载备案和及时反映、反馈；针对工作中暴露的问题，部门负责人要定期不定期进行总结梳理、制定措施、有效应对、防范风险。

2、建立了客户服务差错考核制度，严格客服人员工作流程，对工作中出现的问题或差错实时记载，定期进行汇总、讲评、反馈，并作为考评的重要依据。

3、严格按照总公司相关要求，对客户回访、客户投诉、二线业务处理流程和问题件跟踪处理等客服制度及流程进行了全面梳理和修订完善。

4、针对我司客服部新员工多、工作职能不熟悉的情况，按照总经理室的要求，我部于对全区客户服务人员履职尽责进行了全面摸底，建立了员工档案，科学细化了客服岗位职责，逐一明晰了人员奖惩指标，极大地提高了客服人员的工作积极性和主动性。

(二)防控风险、高度重视回访工作

20__年，我司客服部始终把回访工作作为防范经营风险、确保公司业务持续健康发展的重要抓手，努力做好回访工作。

1、在公司总经理室的高度重视、有力领导下，我部对公司回访工作中的重点、难点进行了梳理，针对一些薄弱环节加强改进，并对出现的问题制定了整改措施。

2、加强对问题件的跟踪处理，与公司司各部门进行协调沟通，强势控制因问题件可能引发的一系列有损公司形象的负面效应，确保了公司业务的持续健康发展。

3、适时制定总、省公司的相关文件要求，重点宣传客户服务工作的重点难点，提供客户服务信息，通报各类违规违纪现象。

4、及时对回访工作进行准确的分析，将客服工作主动融入一线展业、后台支援等各项工作中，为公司有针对性地开展运营管理提供科学合理的数据支撑。

(三)、诚信服务，稳妥处理客户投诉

在工作中，我部的工作人员始终牢记“顾客至上，服务第一”的工作“专业、真诚、感动、超越”与公司“成己为人，成人达己”的企业文化有机地结合起来，做好每项服务工作，在保障客户利益的同时，又维护了公司的形象。

(四)、立足本职工作，树立国寿品牌形象

20__年我部在做好基础工作的同时，按照总省公司的相关要求，陆续开展了“3.15消费者维权日”、“6.16”国寿客户节、“精彩无限、鹤卡相伴”感恩系列活动、“国寿大讲堂”、“健康好帮手”、特约商家专场活动vip客户华西专场体检等等回馈客户的活动，通过系列活动的开展，大力宣传“国寿1+n”服务品牌，树立公司的品牌形象，增强公司的市场竞争力。

1、我部利用多种形式加强各员工的业务技能培训，加强客服

人员的学习能力、专业能力、沟通能力和执行能力等，建立一支高素质的客服队伍，提升了全员整体综合素质，增强了客户和销售人员的客服满意度。

2、为了更好地与销售部门做好协调沟通工作，促进公司的业务发展，我部开展了多次培训进职场的机会，认真聆听业务伙伴的问题和需求，同时听取销售部门的意见和建议，对工作的一些不足之处加以总结改正，进一步提升服务水平。为协助业务的发展，客服部对各公司销售部门进行了客户资源数据分析需求的调研，以便为各展业团队提供目标客户信息。

保险公司客户服务心得体会【篇2】

保险见客户心得体会篇三

客户服务是保险行业的核心竞争力之一，保险公司要想在激烈的市场竞争中脱颖而出，就必须注重客户服务。作为一名保险从业者，我长期与客户打交道，积累了一定的经验和体会。在这篇文章中，我将分享我对客户服务心得的理解和体会。

第二段：积极倾听客户需求

作为一名保险从业者，我们首先要做的就是积极倾听客户的需求。无论是电话咨询，还是面对面接触，我们都要耐心倾听客户的疑问和要求，并尽可能地给予满意的答复和解决方案。在与客户交流的过程中，我们要保持专注和耐心，不打断客户的发言，并用积极的语言表达我们对客户所说的每一个问题的重视程度。

第三段：提供个性化的服务

每个客户都是独一无二的，他们的需求和偏好也不尽相同。因此，我们需要针对不同客户的特点提供个性化的服务。在与客户的沟通和接触中，我们要了解客户的需求和期望，并根据客户的情况提供相应的服务方案。例如，对于有保险需求的家庭客户，我们可以向他们推荐一个全面的家庭保险计划，包括保护他们的住房、车辆和家庭财产；对于年轻人群体，我们可以推荐一些灵活的人身保险产品，满足他们的未来规划和理财需求。

第四段：主动关怀客户

客户服务并不仅仅限于买保险的过程，还包括售后服务。为了提供更好的客户体验，我们更要时刻关注客户的需要和关切，并主动向客户提供帮助和建议。当客户遇到理赔问题时，我们应积极协助客户处理，并尽快解决问题。另外，我们还可以通过电话回访、生日祝福等方式与客户保持联系，让客户感受到我们对他们的关怀和尊重。

第五段：不断提升服务质量

客户服务是一项需要持久投入和不断改进的工作。随着时代和市场的变化，客户的需求也在不断变化。因此，我们要不断提升自己的专业知识和服务水平，以满足客户更高层次的需求。我们可以参加培训课程、读相关的专业书籍或参加行业研讨会，通过不断学习和积累经验，提升自己的专业素养和服务技巧。

第六段：总结

客户服务是保险行业不可或缺的一部分，对于提高客户的满意度和忠诚度有着重要的作用。积极倾听客户需求、提供个性化的服务、主动关怀客户以及不断提升服务质量，是我们在客户服务方面应该关注的几个重要方面。只有不断地改进和提升，才能够建立起一个良好的客户服务体系，为客户提

供更好的保险服务。

保险见客户心得体会篇四

20__年，在市公司总经理室的带领下，市分公司克服重重困难，坚持业务发展与内部管理并重，以齐抓共管的管理模式使各项工作均取得了不俗的成绩。20__年，面临着市场竞争进一步加剧等不利因素的影响，将不可避免的在一定程度上造成客户资源的流失、保源的缩小。那么，如何在困难的环境中逆流而上，走出一条不平凡的道路，从而推动公司在14年实现“又好又快”的发展，就成为我们目前所要思考的重要问题。而客户服务管理工作作为公司的形象窗口，肩负着为公司树立品牌形象，争取市场主动权的重任，因此更应该及时地、科学地谋划14年的各项工作。“如何培养客户的忠诚度?如何提高续保率”成为我们在14年面临的首要问题。

众所周知，企业的业务来源于他的客户资源，而每个客户又都有他特有的特点，作为企业只有知己知彼，运用技巧努力把客户团结在自己的周围，不断提高他们的忠诚度，才能在激烈的市场竞争中占据一席之地。然而对于保险企业来说，展业难，续保更难的情况却屡有发生。在14年这样一个市场经济不景气的大环境中，如何建立和提高客户的忠诚度就显得尤为重要了。那么，作为客服人员我们究竟应该怎样提升客户的忠诚度，提高公司的续保率呢?总结过去的经验和教训，我们认为，要建立和提高客户的忠诚度主要应注意以下几个方面：

一、要全面掌握业务知识，了解客户需求

作为保险公司，出售的不是实质的某一物品，而是附加在保险合同过程中的服务。无论是承保环节、报案环节、查勘定损环节还是后续的赔款支付环节，都是面对客户提供的服务。然而对于大部分客户来说，保险合同、保险条款、索赔手续等专业名词他们知之甚少，甚至一无所知，因此工作人员就

有义务为客户做详细而准确的说明和解答。这就要求我们的工作人员必须充分地认识和了解公司的产品，并尽可能多地主动了解与产品相关的一系列服务等等，只有这样才能更好地为客户提供相关的服务，从而为自己和公司赢得客户的信赖。

同时，还要不遗余力的了解顾客的需求。在现今激烈的市场竞争环境中，仅有服务的口号是留不住客户的。客服工作不能仅考虑如何解决客户已经面临的问题，而是要站在客户的角度，尽可能地去了解客户的需求、消费习惯、服务预期和接受服务的方式等等，想客户之所想，急客户之所急，为客户提供更加人性化的服务。只有倾听客户的声音，找到其不满的根源所在，服务过程才会变得更加顺畅，服务的失误率也会下降。首先，要重视对客户需求的调查分析。通过调查发现哪个环节的服务对客户最重要，并指出每项服务的重要程度；分析所有的客户接触点和机会，思考如何才能沟通、服务好客户，分析客户的选择和行为方式，为他们提供更多的选择，更好地迎合他们的要求。其次，要关注、询问客户的再购买意向，他们是否会将公司推荐给朋友，是否相信公司，以及他们是否感到公司及时回复了他们的问题，并关注他们的需要，这既是我们发现自身问题的关键，也是发掘潜在客户的重要手段。最后，也是最重要的一点，不能忽视忠诚度较高的客户群体。这些客户或者出于对我公司现有服务水平认可，或者出于对人保品牌的信任，在较长一段时间内表现出了对我公司的忠诚，对待这样的客户就更更要征求并听取他们的意见和建议，让客户感觉到你对他的关怀，使之忠诚度得到进一步的提高。

二、不断提高服务水平和服务质量

客户服务工作的重心应为致力于为客户创造愉快的购买经历，专业的投保咨询和引导、方便快捷的签单出单，个性化人性化的电话回访关怀、事故后快速而高效的理赔等都将给客户带来一次次良好的服务体验。“没有最好，只有更

好”，“我们一直在努力”的服务精神，将会不断超越顾客的期望值，使客户的“口耳相传”的广告效应发挥到最大。

此外，要想提高客户的忠诚度，还要努力探索增值服务。整合利用企业的一切资源，根据客户需求和具体问题提供科学合理的解决方案，以客户增值体验为中心，引导客户的需求。

三、要正确处理客户的问题

这里所说的“客户的问题”并不是指客户的投诉或者举报。一般而言脱保的客户绝大部分是不曾进行过投诉的客户，这类客户在被服务的过程中由于服务不当或者发现其他公司更能吸引他的服务措施而对原有的公司产生了抱怨，“签单手续繁琐”、“理赔时间过长”、“服务人员态度不够热情”等都可能引发客户的抱怨和不满。对于客户的抱怨我们则要在日常的工作中细心收集并进行分类登记，务必要在客户流失前就发现这些抱怨，并解决引发这些抱怨的根源。经调查得知，通常在25个不满意的顾客中只有一个人会去投诉，其他24个则悄悄地转移到了其他公司。因此，调查客户流失原因，思考怎样予以挽回，远比应付投诉更重要。

重视客户投诉的解决：要想赢得顾客的信任和垂青，除了善于听取客户的意见和建议之外，还要善于处理顾客的抱怨或投诉。通常情况下，一个对服务感到不满的顾客，在问题得到满意解决之后，往往更容易成为企业最忠诚的顾客。

项工作及活动的开展与日常业务处理和服务工作结合起来，全员服务，营造良好的服务氛围，逐步形成长效机制，加强制度执行力，才能让我们公司的竞争力逐步增大，在市场上享有充分的话语权。20__年，注定是不平凡的一年，市场环境的恶化，同业竞争的加剧必将影响到公司整体业务的发展，在这种形势下“固守续保，提高客户的忠诚度”成为业务发展的基石，这就要求我们：

一、通过长期不断的培训，有效提高全体服务人员的业务技能，更好地服务于客户；

三、探索新的增值服务领域，全面提高公司的整体服务水平和服务能力；

四、广泛收集客户意见，对客户反映集中的问题要及时纠正和整改；

五、重视客户投诉，对待每一起投诉都要寻根问底，找出引发投诉的根源，并与客户良好沟通，积极处理和解决。

保险公司客户服务心得体会【篇4】

保险见客户心得体会篇五

时光过得真快，转眼间即将逝去，新的一年又将到来，回顾这三年来的工作，才发现自我的成绩虽未拔得头筹，但也不低于他人。此刻想来，能取得这样的成绩，固然同单位领导的关怀、各位同事的帮忙是密不可分的，但同自我的努力和付出的辛勤也同样密不可分。现就我个人方面以及对工作做一下总结分析：

一、敬业爱岗，视单位为家

自从20进入公司至今已过了三年多的时光，作为一名客户经理，我深深明白爱岗敬业的重要性和一份工作的来之不易，从进入公司以来我对烟草公司怀着一份深深感激之情，也许正是这样，才使我对新的工作充满热情。正所谓隔行如隔山，对于从事烟草公司客户经理一职来说，我以前所学知识和工作经验完全无用武之地。此刻要应对的是一个活生生的人，这就要求我重新做起，从头再来。我想尽一切办法，利用业

余时光向一些同事请教，但随着卷烟销售网络的改变提升，再加上这项工作在我县起步较晚，也算是一种新生事物，实在是没有太多现成的经验可学，一切几乎全得靠自我摸索，包括怎样搞好同客户的关系，怎样培育新的卷烟品牌，怎样调剂卷烟品种来满足不一样的消费地域和群体等等。

二、加强对客户的沟通，维护客户利益

作为公司的客户经理，同我每一天接触最多的就要算是卷烟零售客户了，没有他们的支持，我所做的一切全是无用功，透过三年的磨合，我同他们之间建立了牢不可破的亲情和友情关系。其实卷烟与药品一样，都是属于国家垄断的产品。公司是属于专卖专营的商业批发企业，虽然其体制与一般的商业批发企业有所不同，但有一点是完全相同的，那就是所应对的市场及商业批发企业的立足之本就是客户。

因此我务必把他们的利益放在第一位，设身处地为他们的利益着想，这样做的目的也正是为了使他们成为我公司忠实的客户。把我们作为商品的第一供应商，自觉地抵制假冒伪劣卷烟的冲击，更好地保护好消费者身体健康、维护好消费者利益的同时，无形中也为公司创造了效益，在客户能获得最大利益的时候他们也就真正成为了烟草公司的销售终端，为今后烟草公司的可持续发展带给了充足的网络保障。

三、下一步打算

进入年，随着卷烟销售网络的进一步提升，我们客户经理的工作职能也在发生转变；而我同卷烟客户的关系也进入一个新阶段，我对他们可说是已经很熟悉了，谁最爱卖什么样的卷烟，谁最爱老品牌，谁最爱新品牌，谁几天该补一次货等，我都了如指掌，对于他们提出的一些问题我也能够及时处理并带给帮忙。对于个性化服务，我更是驾轻就熟，运用自如，我把自我的手机号给每个客户都留了一份，他们谁有问题能够随时同我联系，对于该补仓而未补的状况，我也会打电话

过去或亲自登门去提醒一下，他们对此都十分感谢，把我当成知心人，有什么事全对我说，而我在卷烟品牌的调剂方面尽量做到紧俏烟户户有，断档卷烟必须会告知他们一个合理的理由。

此刻广大农民的收入还较有限，消费水平也比城市低很多，加上外出务工人员较多，所以四、五类卷烟在农村这块市场的消费需求比较大，而由于烟厂在生产方面也在提档增效，因此，五类卷烟的生产量极小，根本无法满足消费需求。在访销过程中，就有很多客户、普通消费者问到这个问题，问为什么没有五类卷烟，我对他们提出的问题一一答复，不论时光再晚都会解释清楚每个问题，直到他们满意为止，这些东西看来是微不足道的小事，实际上并不尽然，虽然多费些口舌，但对于他们来说却是一种信息的传达，使他们增加了对我、对烟草公司的信任度，不解释清楚的话，他会认为是烟草公司故意不给他烟，断他的财路，他就会转向别的地方寻求货源，对于烟草公司以后的发展造成不稳定因素。