

最新推销盐的生意好做吗 意外保险推销方案(大全5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

推销盐的生意好做吗篇一

1、向顾客学习

我们必须清醒认识到：要在现代竞争中胜出，关键是抓住客户的需求。因此，在保险产品研发过程中，首先需要保险营销一线业务人员（无论是保险公司 保险营销 策略 的直销人员，还是各种保险中介人）更深入地了解潜在投保人的需求和需求动向（包括顾客的抱怨也可能正是我们的商机），并把客户的需求信息及时反馈到产品研发部门，使保险产品真正作到按需定制、投客户之所好，那么后一工序一投保，核保才会顺利实现哪“惊险的一跃”（顺利成交）。

因此，在保险产品的设计中，必须尽快消除霸权思想，从根本上确定以人为本、顾客至上的理念，扎扎实实、谦虚向顾客学习，达到（需求）从顾客中来，（产品销售）到顾客中去。否则，可能将丢失部分市场。

2、全国性产品，区域创新销售。

中国经济 发展 的态势和发展 的水平呈现明显的区域特征，按全球标准来衡量已呈现发达、中等和落后三种经济 水平分布。因此，我们的保险产品必须牢牢地立足经济第一性的基础，各地保险公司保险营销策略在全国性通用保险产品的基

础上，结合各地区经济特征和投保人的偏好，改良、创新本地化的产品（即把全国票改为地方票），即可实现全国性产品的地方成功营销。

3、向同行（竞争对手）学习

飞速发展的中国 保险业使本来就十分稀缺的保险人才（包括调研、设计、精算、营销等人才）分散到众多的公司，单一一家保险公司保险营销策略难有充分的精力和人才投入全方位精准周到的产品设计，尤其在中国保险产品日趋个性化的今天，各公司同类产品各有强弱，各有优劣，因而需各公司放下盲目的“自尊”，虚心向同行、向竞争对手学习（包括向先进的国家，进入中国的外资、合资保险公司保险营销策略学习），取其精华，扬长避短，站在巨人的肩上，可以更快地推动中国保险与国际接轨，催化中国保险业的成熟，提升本土保险业的综合竞争力。

4、公司内部相互学习。

无论是保险公司保险营销策略，还是中介人公司，在公司内部建立学习型组织，以现代师徒制为雏形，开展互动学习，经验共享；打破部门边界，形成“人人都是业务员”的展业机制，推动学习与业务共同进步。

保险营销策略二：强化品牌意识

现代经济已由产品竞争进入品牌竞争阶段（品牌竞争当然地包括了服务竞争）。一个有影响力的品牌，可以取得越来越大的市场份额。这正是中国本土（日用消费）产品纷纷倒在洋品牌之下的症结。强化品牌意识，就是以品牌与客户建立长期的亲密关系，形成自己的长期“回头”客户群。

品牌建设，可以是以公司为单位，建设公司品牌（比如中国人寿，平安财险等）；也可以是产品品牌，比如国寿鸿泰养

老保险等鸿系列险，太平人寿房主两全保险营销策略等。

保险公司保险营销策略和保险中介人公司品牌建设关键要把握三点，一是寻找区隔概念，即找出一个概念，把自己与竞争对手区别开，解决目前保险/保险中介人公司之间只是名称不同而已的问题。在保险行业，产品高度同质化，保险/保险中介人公司与竞争对手的差异则应更多地体现在服务上。二是品质卓越，即产品质量充分符合顾客的要求，达到顾客满意，并争取给顾客超值服务——带给顾客意外的惊喜。三是品牌建设离不开广告，但决不可陷于广告即品牌之误区。广告可提高知名度，但不能逻辑的形成认知度（——它的核心在于“认”即认可，而知名度的核心在“知”即知道）和忠诚度。认可度和忠诚度须以保险产品的合适与服务的周到，靠保险人及保险中介人长期励精图治，靠市场的口碑方可在顾客中站住脚。

保险营销策略三：创新营销模式

中国保险的营销创新，有三个前提：一是政府重视并予以支持，二是保险主管部门的理解和帮助，三是社会、客户认同。因此，保险/保险中介人公司必须高度重视营造一个良好的公共关系环境。

推销盐的生意好做吗篇二

随着经济的不断地发展，人们的生活不断提高，人们的风险防范意识越来越高。保险公司的数量越来越多，保险业的竞争压力越来越大。寿险的竞争压力更加的大。同时保险业管理体系的不完善，使得保险业的发展极其的困难。要在保险业中立足于不败之地，我们就必须要有的营销策略，要不断的扩大产品的认知度，扩大产品的市场份额，提高保险企业在市场上的地位或占有率，在社会上树立良好的信誉。我们只要坚持顾客至上的原则，只有这样我们才能获得成功。

一、摘要：

随着经济水平的发展，人们对寿险的需求越来越大，但是寿险业的竞争是很激烈的，要想在行业中得到快速的发展，我们就必须要制定出好的营销方案，并严格的执行。

二、市场状况分析

近年，我国人寿保险业发展迅速，新型的保险产品日渐成为市场的主流产品，其所具有的投资理财功能越来越多的为大众认识，人寿保险产品服务个人及家庭保障、理财需求成为人身保险业的发展趋势。随着中国经济的不断发展，人们的收入水平越来越高，人们有更多的闲钱用于购买保险。同时人们的风险意识也会随着经济的日益发展得到增强，使得购买保险的可能性更高了。而这种具有投资理财功能的保险会受到越来越多人的喜爱。虽然现在的中国寿险市场人存在着很多问题，但是随着时间的推移也日益的到改善，寿险是有很大的发展潜力的。随着寿险的不断发展，养老保险市场也具有很大的发展潜力。同时随着我国老龄化问题的越来越的严重，单单依靠基本的养老保险已经不能满足众多退休职工的需啊。企业为能够稳定员工，留住人才，促进企业的管理发展，不断地健全养老保险机制。国家为了发展养老保险，解决人口老龄老问题，而做出了有利于与养老保险发展的政策。我国的税收法规中，对保险公司从事养老保险业务的税收政策是较明确的。对保险公司的寿险业务免征所得税，对保险公司开展一年期以上(包括一年期)返还本利的普通人寿保险、养老年金保险，以及一年期以上(包括一年期)的健康保险免征营业税。有了企业的支持和国家的支持养老保险的发展是很有潜力的。

三、消费者定位分析

(一)、政策改变带来的消费消费群

- 1、随着国家对养老保险的大力支持，越来越多的人加深了对养老保险关注。很多人开始关系养老问题。
- 2、人口老龄化越来越严重，老年的的养老成为了一个社会关注的问题。老年人所占人口比例越来越大，他们的养老问题对有很大的. 影响。
- 3、养老观念的转变，享受品质生活的同时减轻子女的责任已被认可

（二）、目标市场细分、锁定：

- 1、家庭中有成年的孩子，他们是十几后的潜在客户
- 2、有家庭责任感的家庭经济支柱的人，懂得为父母做打算的人。
- 3、不愿要孩子的夫妇（丁克一族）
- 4、有一定经济力的55岁的老年者
- 5、以以消费者所在工作单位为投保者进行组织投保。

（三）、消费市场的特征以及市场潜量；

- 1、有一定的经济基础或是固定资产，自强自立，精神独立，有投资理念和保险意识，热爱生活，善于交流。
- 2、养老保险的消费者大多是已经进入了社会的经济独立体，他们比较成熟，有一定的社会阅历，人生观、价值观已经成熟。他们大部分已经成家。

四、竞争对手分析

- 1、大量外资企业的涌入

推销盐的生意好做吗篇三

嫁接睫毛的优点有很多，简洁地列出了一下几点：

1. 可以取得和真正的睫毛同样的效果。
2. 不需要睫毛膏和眼线。自然舒适,没有任何不适。
3. 不是手术,自然不会疼痛,也无需手术费。
4. 睫毛浓密,长而卷曲,显得眼睛格外美丽。
5. 操作过程简单,没有浮肿,术后可以即刻恢复正常的生活。
6. 不同于睫毛移植,不需截断睫毛。

当然，任何事物都不可能做到尽善尽美，嫁接睫毛也有其缺点的，例如：

需要持续不断地管理,才可以长时间保持。因为睫毛生长周期问题，嫁接睫毛需要不断地管理，才能够保持完美的效果。天然睫毛每天都会掉3根左右，所以，当部分睫毛随天然睫毛脱落的时候，我们就要去对我们的睫毛进行一定程度的修补，才能使睫毛一直保持完美的效果。

推销盐的生意好做吗篇四

——活动概况——

活动主题：魅力游信

新颖海派

蓄势勃发

盛大开放

（备选）新式海派

璀璨绽放 活动时间：2015年11月21日 活动地点：游仙区

——活动亮点——我们对这次活动的认识：

通过系列活动强化中恒国际房产的概念，引导客户对高端房产的需求。提高中恒国际品牌知名度、美誉度、赞誉度。发觉目标客户与潜在客户，为后期开盘销售积累资源。亮点一：

腰鼓队巡游：腰鼓是一种历史悠久、特色鲜明的民间鼓舞，其集体群打的整体性和队伍变化的规模性，表现出阳刚、矫健的气势，深受广大人民群众喜爱。亮点二：

青花鼓舞：青花鼓舞根据原有鼓舞改编而来，舞蹈者根据陶瓷鼓乐改编，整天整体舞美效果，让这个舞美充满古韵特色，同样青花瓷的装饰让整个舞台更具特色，原有的鼓乐也同样极具舞台演出效果。加上青花瓷的独特美，舞蹈演员的演艺风姿，让整个舞台充满洋溢氛围。亮点三：

水晶球启动、揭幕：领导在舞台上进行水晶球启动仪式，工作人员将营销中心的幕揭下，以示渔人码头开门纳客，迎接大家的到来，同时也祝福渔人码头获得良好的市场效果，并伴随彩烟，更显壮观。亮点四：

冷餐品鉴：活动当天，营销中心内将放置饮品冷餐。在寒冬里，让客户感受到游信房产的热情。

——活动流程——

方案一： 活动流程 上午

腰鼓队巡游

活动开始前播放

在营销中心内，进行企业宣传片播放，增加客户对企业的认知度。楼盘推介

销售顾问和意向客户交流并讲解楼盘信息。

第一轮微信集赞领取奖品

揭幕活动开始前15分钟

主持人对项目进行简明介绍，加深客户对企业的印象。领导致辞 10 分钟

企业领导对营销中心亮相致辞 启动仪式

10分钟

邀请本土歌手进行歌曲串烧表演，点燃现场气氛。现场第二轮微信集赞领取奖品15分钟

现场进行热辣爵士舞表演，使客户在寒冷的冬天，感受到游信房产的热情。小型魔术表演

10分钟

邀请一位魔术师在现场进行小型魔术表演与观众进行互动，使现场气氛热闹非凡。歌曲串烧 10分钟 邀请本土歌手进行歌曲串烧表演，点燃现场气氛。上午场演绎活动结束（时长80分钟）

下午客户可在营销中心内进行冷餐品鉴。楼盘推介

销售顾问和意向客户交流并讲解楼盘信息。第三轮微信集赞领取奖品 15分钟

主持人宣布第二轮集赞开始，客户集满50个赞即可领取精美

礼品一份，继续为营销中心吸引、聚集人气。

微信红包抽取终极大奖15分钟

主持人宣布开始微信红包抽取大奖，使营销中心，气氛达到高潮。

方案二： 活动流程 上午

腰鼓队巡游

揭幕活动开始前30分钟巡游

腰鼓队在营销中心外巡游，为上午的活动吸引人气。活动签到

揭幕活动开始前

节目开始之前，客户可进行签到，在签到墙上签到留念。宣传片播放

活动开始前播放

在营销中心内，进行企业宣传片播放，增加客户对企业的认知度。楼盘推介

销售顾问和意向客户交流并讲解楼盘信息。第一轮微信集赞领取奖品

活动开始前15分钟

在营销中心门口设置微信集赞奖品领取处，客户集满50个赞即可领取精美礼品一份。活动开始：

开场舞——青花鼓舞 10分钟

主持人对项目进行简明介绍，加深客户对企业的印象。领导致辞10分钟

企业领导对营销中心亮相致辞 揭幕仪式 10分钟

邀请外籍爵士乐队，现场进行爵士乐表演。歌曲串烧 10分钟

邀请本土歌手进行歌曲串烧表演，点燃现场气氛。热情爵士5分钟

现场进行热辣爵士舞表演，使客户在寒冷的冬天，感受到游信房产的热情。上午场演绎活动结束（时长90分钟）

下午客户可在营销中心内进行冷餐品鉴。楼盘推介

销售顾问和意向客户交流并讲解楼盘信息。小丑杂技 150分钟

主持人宣布第二轮集赞开始，客户集满50个赞即可领取精美礼品一份，继续为营销中心吸引、聚集人气。

微信红包抽取终极大奖15分钟

主持人宣布开始微信红包抽取大奖，使营销中心，气氛达到高潮。

——现场包装布置——

方案一

空飘宣传 数量：8个

空飘装饰挂于营销中心外场，烘托气氛，吸引路人驻足关注。
红地毯 铺设面积：舞台

营销中心入场采用红地毯，尽显尊贵迎宾礼仪。司仪台及鲜花摆件： 数量： 各1个

用于舞台上主持人及领导讲话 电子彩烟： 数量： 6箱

用于现场仪式气氛。冷餐区：

现场提供冷餐，供客户品尝。外场座椅：

宴会椅： 28个（预计2排） 塑料椅： 66个（预计3排）

用于领导及现场客户就座，观看节目。

方案二

空飘宣传 数量： 10个

空飘装饰挂于营销中心外场，烘托气氛，吸引路人驻足关注。
红地毯

铺设面积： 场外区域

营销中心入场采用红地毯，尽显尊贵迎宾礼仪。签到墙及鲜花摆件：

数量： 签到墙1个、 鲜花摆件2个

用于现场仪式气氛。现场条幅

现场营销中心上悬挂条幅祝词。冷餐区：

现场提供冷餐，供客户品尝。

功能区域

功能：到场领导、客户观看节目；

功能：监控现场情况、协调现场工作、音控指挥； 配备：桌椅、水、音响设备、对讲机及其他通讯设备 仪式气氛区：

功能：签到、客户接待、礼品发放；

配备：签到用具、桌椅、台布、礼仪小姐、工作人员。演员更衣休息区： 地点：舞台背后

功能：用于演艺人员更衣休息，及演出准备； 配备：帐篷遮挡、桌椅等。

——紧急预案——

1. 遇雨：及时采用活动备用预案：后勤服务组准备足量雨伞。活动前检查并做好现场有关用电的保护措施，防止漏电事件发生。

2. 受伤：后勤服务组在营销中心准备医疗箱，对客户，工作人员、演艺人员等保证紧急医疗，对意外受伤事故进行处理或联络。

3. 物资设备发生故障：主持人准备串词相观众解释，工作人员维持现场秩序，技术人员及时维修。

4. 现场观众拥挤：主持人及时疏导，保安加强秩序维护，管理人员协助维持秩序，防止踩踏事件发生。

5. 奖品不足：活动开始前提前清点，提前发现，延迟发奖时间，及时补充奖品。

——活动预算——

包含主持人费用，节目演出费用，舞台搭设费用□led设备费

用，营销中心包装费用，工作人员配备费用。详情见附件。

推销盐的生意好做吗篇五

故事的第一主人公是位极其成功的商业大亨，他为准学徒们规定了一系列的命题，将他们分为两组进行竞赛，并在竞争过程中逐一淘汰失败者，从而选出最后的接班人。

每一轮竞赛后，失败一方的领队便要选出两个应该承担过失者与自己一同进入大班室，由大亨为首的智囊团决定谁这一轮的淘汰者。比赛进行到第五轮时，题目是“买进卖出”：比赛双方各自利用手中的种子基金选购商品，然后售出，这一天的收支差距便是唯一的胜负准则。美丽的克丽丝汀是这一轮失败方的领队，她在比赛过程中犯了一系列的错误，从而出现了80美元不翼而飞却不能说明丢在何时何处的尴尬境况。

在过失检讨会上，几乎所有队员都将矛头指向了克丽丝汀，认为她是最该被淘汰的人。但是按照游戏规则，她仍然必须选出两个与自己一起承担过失者，并和她们同时面临智囊团的最后问询。她选择了丢失80美元的财务主管和另一个不停在抱怨的`多嘴女人。她们一起坐在了大班桌前，换言之，她们同时面临了被开除的威胁。这是最后的审讯。

财务主管拒不承认自己该为丢钱负责，她说这全是领队的错，因为她当时并没有提出要查账；多嘴女人更是不遗余力地攻击自己的队长，说她做错了每一个决定，全然无视自己的意见；而克丽丝汀呢，她一直在沉默，用沉默承担了队友们激烈而尖锐的指责。大亨很遗憾地对智囊团的同仁说：“多么可惜，此前的比赛中，克丽丝汀一直是个当之无愧的明星，非常出色。她是个很好的战士，但不是好的领导人。她很有潜质，很好的潜质。”比赛过程中，我也一直认为这轮的淘汰者应该是克丽丝汀，因为她在领导决策上的确犯了很多错误。但到她们进入大班室的一刻，我却改变了看法，认为她

应该留下：因为她如此沉默而坦然地承认了自己的错误，毫不推诿，绝无争辩。而我认为，这是一个领导者应有的风度与德行。

然而结果是多么令我意外。大亨做出了最后的结案陈词：“克丽丝汀，我很惊讶于整个过程中，你没有对自己做出任何辩解。我看到她们俩一直在为自己的生活战斗，不懈地战斗。我却看不到你的斗志。你一下子失去了斗志，你不反击，根本没有为自己辩护过一句。你放弃了为自己争辩的权利，你放弃了坚持己见，因此，我们也只有放弃你。你被解雇了。”

实践：

伙伴们，在我们从事销售的路上，有很多时候都需要拿出这种精神，学会反击，但这并不意味着我们与客户为敌、与伙伴为敌，而是要学会保护自己，为自己争取更多的成功的机会。

当你面对拒绝、面对困难时，如果你就此放弃，那你就永远失去了成功的机会，甚至有一些伙伴在几次遇到困难和拒绝后黯然离开了这个充满机遇与挑战、前途无限光明的朝阳行业。更使自己以往的种种努力付之东流，白白浪费了时间和机会，等到别的伙伴获得成功时，只能悔不当初。

而有些毅力坚强的伙伴在困难面前从没想过放弃，而是不停地寻找新的解决办法和新的出路，他们知道如何反击去保存自己，他们知道销售路上的难题总会有个答案等在前方，关键就是看你能否坚持，能否笑到最后。其实，销售行业的魅力就在于它的答案不像数学或其他自然科学那么唯一，而又像很多自然科学那样有不同的方式找到答案。看看我们周围那些取得成功的伙伴，他们总是那样充满激情与梦想，在困难面前没有一个人选择了退出，所以伙伴们在困难面前一定要锻炼自己的毅力和精神，学会不被打倒，学会反击，保存

并积累力量，记住：只有作为、只有坚持，才能看到成功的曙光。