

保险营销课程心得体会(实用5篇)

心得体会是对一段经历、学习或思考的总结和感悟。那么你知道心得体会如何写吗?那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好,我们一起来看看吧。

保险营销课程心得体会篇一

看到这,您肯定问我,说了那么多,都是从客户经理自身在总结战绩和感受,那如何打动客户才是营销保险的关键啊!是的,如何打动客户呢?我们简单总结了针对不同个贷客群的保险需求点和营销话术:

1、年轻白领“你有积蓄吗?每个月发的钱都有节余吗?你是不是觉得不管发多少钱的工资都不够花?那你就是和我一样了。我06年的时候每个月拿700多块钱,07年每个月1000左右,08年2000-3000,09年至今算上奖金差不多5000-6000,怎么好象工资拿多少都差不多呢?!”。“你做过基金定投?基金定投从长期来看能带来丰厚的回报,短期内市场震荡还是可能有一些亏损,目前我的是亏了,虽然亏的不多,但这种市场好象一时半会也没有上涨的迹象,你有没有尝试过每年拿出一小部分钱来做点保本型的投资,比如我们现在的银保产品?……”“年轻的时候给自己多积攒点,以后退休了可以拿到一大笔钱,何乐而不为呢?”“您看您贷款50万,每年积累下1万元钱作为给自己的定期投资,应该是很轻松的事啊,而且有了贷款之后您还会增强储蓄的意识,我们的授信也可以随时提前归还,不用钱反正也不算利息,最适合年轻人的消费观念了”。

2、中青年父母亲“您孩子多大了?呦,真可爱,您有没有给您的宝宝做一个资金的定期积累?”。

“你看您贷款出来,无非也是想给孩子提供一个比较好的成

长环境，以后孩子上大学、出国读研啦，没有一大笔积蓄怎么成，做生意也有赔有赚，孩子的事情可是不能耽误了。”“现在我们有一款新的银保产品，您为您的孩子投保以后，孩子不但60岁之前每年可以领取年金，60岁的时候还可以一次性领出一大笔钱，如果他60岁的时候不想领取，60岁以后还能继续领养老金，可谓终身受益啊，做父母的不都是为了孩子嘛”。“您看，您也可以给自己投保啊，保障您自己，受益您孩子嘛！”

3、生意人“贷款扩大生产肯定是好的啊，但您有没有想过，您生意做的再大都始终会有市场啊、政策啊等等的风险，按照我们金融理财的理念，您一定要在生意做得顺风顺水的时候居安思危，做一些中长期的保本投资，而且这些保险金是受法律保护的，是任何部门都无法冻结、查封的，不仅是您，您的家人都有可能从中受益的”。

应该说不同的客户需要不同的营销模式，客户的需要千奇百怪、客户的想法丰富多彩，每一次销售都是在与客户博弈，在博弈的过程中，我们也获得了快乐。首先你要对自己的产品有信心，你自己有底气了，客户才会接受。你要学会开口，只要开口了就可能会有机会，但如果你不开口就一定没机会。你要有营销的激情，只有激情才能保持每天积极的营销状态。当我做出了成绩，我就会感染我身边的人，逐渐的，部门里的营销冠军越来越多。我沉醉在这种氛围里，享受着部门的团队热情，相信靠着这种营销激情，任何困难、任务都将迎刃而解、不攻自破！

保险营销课程心得体会篇二

首段（引言）

随着社会经济的不断发展和人们生活水平的提高，大学生保险的市场需求正逐年增加。作为一名大学生保险销售人员，我认为，关注客户需求、提高服务质量是开展保险营销工作

的关键。下面我将分享我的保险营销心得体会。

二段（了解客户需求）

保险营销首先需要了解客户需求，不同阶段的客户其需求也大相径庭。对于初入社会的学生，他们的经济压力大、风险承受能力低。此时，应该向他们提供经济实惠、保障全面、邮递保单的保险产品。对于步入职场的客户，他们已经具备了一定的风险承受能力，需要的是更为全面、个性化的保险方案，而此时我们应该着力于提升服务质量和客户满意度，耐心了解客户的需求与意愿。

三段（增加客户粘性）

客户提出问题，我们应该快速的做出回应，而非你来我往，拖延时间。这样做不但会降低客户的信任感，还影响到了保险公司形象。为此，我们化繁为简，建立起专业的服务团队，为客户提供23小时服务，让他们实现一天投保，尽享一生保障的愿望。这些优质的保险服务，不仅可以增加客户粘性，还能让客户产生口碑效应，有利于保险公司的宣传推广。

四段（培养忠诚客户）

如何培养忠诚客户？类似于获得朋友，首先要热情接待，并关注他们的日常生活；其次，跟进客户的投保过程，提高客户的满意度；最后，做好客户记录，建立起耐心沟通的客户关系管理体系，能够有效开展后续保险投保业务。忠诚客户的口碑效应不限于留存客户，还会不断扩大客户群体，提高保险销售的曝光率。

五段（营销心得总结）

作为保险销售人员，我们不仅要具备专业知识，还需要有高素质的服务能力和个性化的营销策略。以客户为中心，不断

提高服务质量，引导客户了解保险的重要性，以满足客户的不同保险需求。从业者不断学习、磨炼自己，将为保险产业作出积极的贡献，促进产业繁荣发展。

保险营销课程心得体会篇三

保险是一种重要的金融工具，具有风险分担、保障安全和理财增值等功能。为了有效推广和销售保险产品，营销保险成为了一项重要的工作。通过多年的工作经验，我对营销保险有了一些心得体会。在下面的文章中，我将介绍我对营销保险的一些观点和经验。

首先，了解客户需求是成功营销保险的关键。不同的客户有不同的需求和关注点，只有了解客户的需求，才能为其提供最合适的保险产品。因此，作为一名保险销售人员，我始终注重与客户的沟通和交流。通过问询和观察客户的生活和工作状况，我可以了解客户的需求，并根据其需求提供相应的解决方案。这种个性化的服务能够有效提高客户满意度，并增加保险产品的销售量。

其次，建立信任是营销保险的关键要素之一。保险购买是一项长期的决策，客户需要在选择保险公司和产品时感到信任。因此，作为一名保险销售人员，我要时刻保持诚信和专业的形象，与客户建立良好的关系。我会积极回答客户的问题，并及时解决他们的疑虑和困惑。同时，我也会提供一些客户的案例，向潜在客户展示保险产品的好处和重要性。这种建立信任的态度和方法有助于赢得客户的信赖，从而促成保险产品的销售。

此外，积极地培养和发展新客户是保险销售的核心工作。保险行业竞争激烈，销售人员需要积极地寻找和争取潜在客户。通过参加各种商业活动和社交场合，我能够结识更多的人，并扩大人脉圈。我还利用社交媒体和互联网等渠道，发布保险产品的信息和优势，吸引潜在客户的注意。在与潜在客户

的接触过程中，我会了解他们的需求和兴趣，并提供适合的解决方案。与此同时，我也会与现有客户保持联系，并通过引荐更多的潜在客户来扩大销售渠道。

另外，定期的培训和学习对于成功营销保险至关重要。保险行业发展迅速，不断出现新的保险产品和销售方法。为了保持竞争力，销售人员需要不断学习和更新知识。我会参加保险公司组织的培训和会议，学习最新的保险发展动态和销售技巧。在日常工作中，我也会阅读相关的保险书籍和文章，不断提高自己的专业知识和销售技巧。通过不断学习和积累经验，我能够为客户提供更好的服务，同时也提高自身的销售能力。

最后，保持耐心和坚持是成功营销保险的关键。在保险销售过程中，很多客户可能不会立即做出决策。因此，作为销售人员，我需要有足够的耐心，为客户提供持续的关注和帮助。我会及时回复客户的问题和需求，并提供相应的解决方案。我也会与客户保持定期的联系，向他们介绍新的保险产品和优惠。通过坚持不懈的努力和耐心，最终能够赢得客户的信任和达成销售目标。

总之，营销保险是一项需要技巧和耐心的工作。通过了解客户需求、建立信任、积极发展新客户、定期学习和坚持不懈的努力，我相信能够取得较好的营销保险效果。保险行业是一个充满机遇和挑战的行业，我希望能够不断提升自己的专业素养和销售能力，为客户提供更优质的保险服务和产品。

保险营销课程心得体会篇四

1推销保险，必须对保险条款吃透。

条款能否吃透，关系到您对保险好处能否说清楚的大问题。比方一个人存钱5年定期利息有多少，买保险的收益是多少，买保险的优势在哪，如果这都不清楚，人家也很难购买你推

销的保险。所以一定要把条款弄懂弄通，磨刀不误砍柴工。

2、推销保险，语言的技巧更为重要。

同样是一张嘴，人家几句话就说到客户的心坎上。同样是讲保险好处，人家几句话就说得一清二楚。有的人不研究语言的技巧，话没少说，却把人家说烦了，哪还谈得上推销保险。推销保险就是全靠嘴，因此，当你在推销之前，除了选准对象、选准突破口之外，还要捉摸语言的技巧，对象不同，表达的语言也不同。应该先说什么、后说什么，从哪儿说起。可千万注意，险种的条款那么多，也不要面面俱到。要把条款的话，变成自己的话，通俗易懂、简单明了。

3推销保险，如何选择营销对象，如何找准突破口，也至关重要

当人们保险意识还不那么强烈，当人们的经济收入没有那么高的情况下，选择投保对象很重要。很简单，当人们吃穿住行都解决挺好，资金有剩余，肯定考虑是剩余的钱在尽量低的风险下获得最大的收益。一般情况下，定期的以及活期存折里面的钱取款次数不多并有剩余的可以作为销售对象。当然，有的有钱也不买，这没关系，帮助对方提高风险意识，加深对保险的了解，好事多磨，客户最终会买的。

4推销保险，必须学会做人。

推销保险时，往往有些人不是站在客户的利益上去做工作，不按条款规定说话，动员客户有随意性，对客户不负责任。请大家记住，保险保障是有范围的，不能为了佣金见利忘义。即使动员人家购买了，当人家一旦明了，回过头来找你算帐。我们有些人为了提取佣金，误导宣传，不顾客户利益，那么最后的结果如何呢？退保率很高。这里，我提醒大家，推销保险，实际是交朋友的过程，买也好，不买也好，都没关系，咱们交个朋友总算可以吧！那么如何交朋友呢？与朋友交往，

就得说点真话、说点实话。我们交朋友就得实实在在，以诚相见，心诚则灵。

一流业务员推销理念、思想，二流的推销方案，三流的推销商品，末流的什么都卖不出去。我们要给客户推销保险，就应该时时刻刻在想这些目标客户在想什么，怎样让他认识到你是在帮他。让客户非常高兴地把口袋里的钱拿出来并给你，还要说声谢谢你。其中最重要的是让客户在短时间内信任你，让彼此成为朋友，做到诚恳待人不误导。另外，每个人都有自己的性格特点，推销保险也注重察言观色和随机应变，了解客户的需要才能更好地迎合客户。

5推销保险，要有失败是成功之母的思想。

1 推销保险，必须对保险条款吃透。

条款能否吃透，关系到您对保险好处能否说清楚的大问题。比方一个人存钱5年定期利息有多少，买保险的收益是多少，买保险的优势在哪，如果这都不清楚，人家也很难购买你推销的保险。所以一定要把条款弄懂弄通，磨刀不误砍柴工。

2、推销保险，语言的技巧更为重要。

同样是一张嘴，人家几句话就说到客户的心坎上。同样是讲保险好处，人家几句话就说得一清二楚。有的人不研究语言的技巧，话没少说，却把人家说烦了，哪还谈得上推销保险。推销保险就是全靠嘴，因此，当你在推销之前，除了选准对象、选准突破口之外，还要捉摸语言的技巧，对象不同，表达的语言也不同。应该先说什么、后说什么，从哪儿说起。可千万注意，险种的条款那么多，也不要面面俱到。要把条款的话，变成自己的话，通俗易懂、简单明了。

3 推销保险，如何选择营销对象，如何找准突破口，也至关重要

当人们保险意识还不那么强烈，当人们的经济收入没有那么高的情况下，选择投保对象很重要。很简单，当人们吃穿住行都解决挺好，资金有剩余，肯定考虑是剩余的钱在尽量低的风险下获得最大的收益。一般情况下，定期的以及活期存折里面的钱取款次数不多并有剩余的可以作为销售对象。当然，有的有钱也不买，这没关系，帮助对方提高风险意识，加深对保险的了解，好事多磨，客户最终会买的。

4 推销保险，必须学会做人。

推销保险时，往往有些人不是站在客户的利益上去做工作，不按条款规定说话，动员客户有随意性，对客户不负责任。请大家记住，保险保障是有范围的，不能为了佣金见利忘义。即使动员人家购买了，当人家一旦明了，回过头来找你算帐。我们有些人为了提取佣金，误导宣传，不顾客户利益，那么最后的结果如何呢？退保率很高。这里，我提醒大家，推销保险，实际是交朋友的过程，买也好，不买也好，都没关系，咱们交个朋友总算可以吧！那么如何交朋友呢？与朋友交往，就得说点真话、说点实话。我们交朋友就得实实在在，以诚相见，心诚则灵。

一流业务员推销理念、思想，二流的推销方案，三流的推销商品，末流的什么都卖不出去。我们要给客户推销保险，就应该时时刻刻在想这些目标客户在想什么，怎样让他认识到你是在帮他。让客户非常高兴地把口袋里的钱拿出来并给你，还要说声谢谢你。其中最重要的是让客户在短时间内信任你，让彼此成为朋友，做到诚恳待人不误导。另外，每个人都有自己的性格特点，推销保险也注重察言观色和随机应变，了解客户的需要才能更好地迎合客户。

5 推销保险，要有失败是成功之母的思想。

保险营销员心得体会总结（篇3）

保险营销课程心得体会篇五

20xx年来了，一些问题会在脑海里出现。如何提升这个行业从业者的社会地位，如何改变寿险行销在老百姓心中的形象，如何让保险走进千家万户，如何让这个行业的经营者的经营者更加轻松惬意地前行，在金融危机的大环境下保险行业如何保持高速稳健的增长，现有的经营模式是不是到了必须转型或者打破的时候了。是的，我们应该梳理一下充满收获的20xx年，然后朝着20xx年出发。

坚持是属于自己的成功信念

20xx年的1月3日，上天用一场大雪对20xx年作了最彻底的告别，也对20xx年做了一个清晰的印记。在这个雪花飞舞的时刻，我们是否想过□xx0年只做这一件事情，那就是教育，那就是保险培训，能做出什么样来？是不是要用时间的积累和沉淀来印证很多成功的企业家和大师所说的话和坚持的真谛。

记得在20xx年12月31日的中国经济年度人物评选的舞台上，几乎所有的企业家都在强调着一件事情，尽管他们所做的事情五花八门，但道理都只有一个，要成功需要做好一件事情，那就是坚持。而这简单而朴素的两个字，却是我们中国保险业和营销精英成功的真谛。

几天前，听到的人民大学许玉林教授在演讲时提到的一个结论性的概念，他说全球著名的咨询企业麦肯锡耗时十几年的时间对上千位企业家做了一个调查，最后得出了一个结论，要成功就需要做到这两件事情：第一，随便找个事干；第二，坚持干30年。你就会成为自己这个领域里绝对的权威。当然光有干30年的想法是不够的，光知道干30年就可以成功的结论也是不够的，你需要具备坚持干30年的能力，在寿险营销这个领域，你更需要坚持的毅力。在这里，不是你一个人在从事，更不是没有人和你竞争，最关键的在这30年的过程里，

你能保证自己不被保险业竞争的洪流淘汰出局，这是个大问题。

走进20xx年，我们要说的还是那个说了无数次的非常朴素的两个字：坚持。在新年来临的时刻，在20xx年漫天飞舞的大雪中，希望大家在心底对自己许下这样的诺言：坚持做营销，坚持做保险□20xx年不动摇。

把每个动作做到极致

没有谁强大到不能被挑战，也没有谁弱小到不能去竞争。这是xx年前就有人说过的话，而正是这句话让很多人在自己的事业里苦苦坚持了xx年，赢得在营销事业上的柳暗花明。我们不禁为这样一句话而记在了心里整整xx年而惊讶，当然还有感动。

面对20xx年和未来，做保险的，我们需要继续坚持每天出勤，每天写工作日志，每天坚持准时出现在客户的面前，每天固定时间给客户发短信息，每天坚持做属员辅导，每天坚持做6个拜访。在每天的6个拜访中，其中有一个应该是增员拜访，每天坚持参加早会，每天坚持在二次早会上检查下属昨日的拜访情况，每天坚持看新闻联播，每周坚持开一次夕会，每周坚持开周经营总结会，每周做一次团队检视，每周做团队成长分析和经营检讨，每月坚持开经策会，每月开一次月度检讨会，每月开一次爱心激励会，每月一次增员的创业说明会，每月至少两次产品说明会，每月一次顶尖高手促进会等。

这些我们早已经熟悉且成为寿险营销业客观规律的东西，在20xx年的岁月里我们需要一如既往地坚持，并且把每个动作都做到极致。新年用一场大雪来证明，我们用这些文字来记下：坚持做保险□20xx年不动摇。