

最新银行营销保险的感悟和体会心得 银行营销心得体会感悟(精选5篇)

体会是指将学习的东西运用到实践中去，通过实践反思学习内容并记录下来的文字，近似于经验总结。那么心得感悟该怎么写？想必这让大家都很苦恼吧。那么下面我就给大家讲一讲心得感悟怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

银行营销保险的感悟和体会心得篇一

“柜台营销”是银行营销的一种促销手段，从狭义上讲就是利用现有的柜台和人员，为客户办理业务的同时，把客户需要的其他金融产品推销给客户。银行提供的产品其实质都包含着服务，有的产品甚至直接表现为服务，金融产品是银行提供服务的一种载体。金融产品质量的好坏，除了增值以外，就是服务水平的高低。它也是客户选择银行的重要原因之一。那么，如何做好柜台营销，最大限度地满足顾客的需求，培养顾客的忠诚度，取得竞争优势呢？在长期的柜台服务中，有以下的几点心得体会：

没有人会拒绝微笑

微笑，是自信的一种流露，是无声的语言，传递着友好的信息，是人们交往中最丰富、最有感染力的表情。微笑就是无往不利的武器。保持良好的心态，养成微笑的习惯，这对于自己毫无损伤，但却已经给别人产生良好的印象，在别人的心中引起快乐的共鸣，使客户走进银行时感觉到扑面而来热情，即使是初次到银行办理业务的客户也不会感到畏惧。只要我们真情付出，一定会得到回报，为别人带来快乐，将使自己更加快乐。我们发自内心的微笑，已经很大程度的提高了客户的满意度。

知识就是力量

有一句话说得好：人与人之间的差别其实就是学习能力的差别。由于个人素质、经验、训练程度的差异造成服务水平的高低，要通过学习和培训，熟练掌握各种产品的特点和适用人群，向客户作个性化的推介。掌握各项业务的操作规程，提高自身分析和处理问题的能力，提高服务质量，增强客户的满意度和忠诚度，从而留住了客户，赢得客户的信任，营销也就成功了。

换位思维，加强沟通

要树立“换位思维”的思想，从客户的角度出发，想客户之所想，急客户之所急，加强沟通。一是要加强内部各部门之间的沟通，理顺业务流程，杜绝因内部协调不足而出现服务质量问题。做到内部沟通流畅，协调充分确保每个环节运作正常；二是要加强与客户的沟通。不把自己的个人情绪带到工作中来，每天以饱满的精神和认真地态度面对工作，当客户在叙说他的需要时，我们要做一个最佳听众，认真倾听客户的需求。从客户的角度出发，适时为客户提出符合客户利益的理财建议，这样才能与客户实现真正的沟通。才能为客户提供全方位的服务，让客户获得超出期望值的需求。

充分利用自助设备，减轻柜台压力

要有目的地将零散客户办理的简单业务引导到自助设备、网上银行、电话银行等渠道上，适当减轻柜台人员的工作压力，可专门办理一些复杂业务，同时积极展开营销，这样，不但减少了排队现象，提高了办事效率，也为客户节省下大量时间，服务水平最终得到了保证。

有的放矢，做好差异化营销

我们可以根据顾客个人的年龄、性别、职业、收入、文化程度等情况进行市场细分，根据不同细分市场中顾客的不同需求，提供差异化的便利性服务和支持性服务以达到优质的无

差异性。

如何做好柜台营销？说到底就是优质服务。传统的服务理念认为，顾客来了，给客人倒上一杯茶，送上一杯水就是优质。其实不然，随着生活节奏的加快，城市现代化水平的不断提高，“准确、高效、快捷”才是人们所倡导的优质服务。金融产品和服务产品的创新，硬件设备的提高，竞争对手只要投入资源，就很容易达到；只有以高质量服务为切入点，形成了特色的服务风格，才能使竞争者难以在短时间内模仿成功，我们才能在激烈的竞争中立于不败之地！

银行营销保险的感悟和体会心得篇二

在信用卡的营销过程中，我觉得以下四个方面是十分重要的。第一，是对产品的把握；第二，是对市场的了解和开拓；第三，与客户面对面的营销；最后，就是申请表格的填写和客户的维护。

首先是对产品的把握。熟悉产品的各种功能并不代表对产品的把握。刚开始，我拿到资料后的第一感觉是，这么好的产品，一定会有市场，我还准备了很多套说辞，如果客户问我这是什么卡？我就这么说。如果客户问我，你们行的卡有什么特点？我就那么说。可是当我真正面对客户时，他们的问题完全出乎我的意外，已经脱离了本身的功能。他们根本不会问你信用卡的好处，而是问你，你们的卡收不收年费？或者说我钱包里的信用卡已有好几张了，我不想办了？还有的说你们行的网点少，还钱不方便。说的最多的是，我没有用卡的习惯。这些问题弄的我是措手不及，我开始重新审视这张令我自豪的、非常漂亮的信用卡。

到底是我出了问题，还是客户出了问题。最终，我发现忽略了三个细节：一是建行在9月之前，已经覆盖了一遍信用卡市场，我行的信用卡和该行的信用卡有很多的同质性；另外一个就是中国人的消费习惯，量入为出；第三个就是人故有的性格

在作怪，明知是好东西，偏偏不办，因为他对你不熟，请人办事要讲人情的。经过一阵时间的思考，我对信用卡的认识开始转变。我们只有站在用户的角度来看问题，才算是真正把握信用卡。信用卡在银行工作人员眼中是可以透支的卡，但在客户眼中，它是什么？是放在身边的一颗定时弹，是一个鼓励你用钱的工具，是放在皮夹里的累赘，是用来可以交换人情的砝码等等。

文档为doc格式

银行营销保险的感悟和体会心得篇三

为期三天紧张的培训结束了，但自我感觉意犹未尽。xx商服务质量信息公司的老师们给我们带来了非常新颖的观念。我虽工作多年，但对市场营销、管理、策划工作还是知之甚少，通过这次的培训学习，使我对营销有了更深一层的认识，学习到了一些新的营销方面知识，懂得了在实践中锻炼出一个高绩效的营销队伍，对我们银行的发展是多么的重要。结合了自己工作实际，通过认识、学习、自查、我感觉受益非浅，学到了很多新的理念和工作技巧，受益良多。思考之余，将培训学习结束后的心得体会概括以下几点：

首先，做为支行行长，要注重个人能力、素质的修炼，要提高自己的思维能力，具有高度的自信心和责任感，注重自身平时的工作礼仪，文明用语，礼貌待人，亲切温和地与人沟通，在良好的氛围之下，发挥团队的组织力量，真正地在每天的工作中创造出有气质的、高品味的生活。培训学习，使我认识到了自身的不足，与他人之间的沟通技巧、语言表达能力有待提高，这在平时的工作中，也带给我许多困惑。领导、同事都曾给我指出过，但始终不知道如何正确地表达出自己的意思。通过这次学习，我了解到必须要掌握一些与人沟通的技巧，才能更好地营造融洽、和谐的氛围，拓宽业务覆盖面。

其次，不仅要掌握一些基本的业务知识，还要明确自己的目标和任务，制订出切实可行的计划，带好队伍，做好平时支行的营销工作。积极发动职工，合理营销策划，充分把握商机，不打无准备的仗。准备工作的主旨，就是要做到胸有成竹，使下一步的工作有较强的针对性，能够有计划、有步骤地展开。物质准备工作做得好，可以使客户感受到营销人员的诚意，可以帮助营销人员树立良好的形象，不能丢三落四，言辞激烈，要增强自信，充满信心，回答疑问从容不迫，言语举止得当，更好的取得客户信任。

再次，发展新的客户，开拓新的业务范围，这是发展的经营理念，同时也是对营销人员的要求。寻找目标客户来源，不仅要有核心目标，营销人员一定要勤奋、敬业。为了获得更多的客户，更快地提升营销业绩，除了精心维护老客户，同时还必须勤于开发新客户，时刻注意市场的变化动向，掌握客户的最新情况，随时做好向客户介绍新业务的准备。要走进千家万户，说尽千言万语，历尽千辛万苦，想尽千方百计，勇于进取，积极向上，百折不挠，不灰心，不气馁，始终保持良好的心理素质，全面开展工作。

营销人员要有一双慧眼，有敏锐的目光时刻了解市场动向，还要从客户的行为中发现反映客户内心活动的信息，它是营销人员深入了解客户心理活动和准确判断客户的必要前提。当然，还应具有很强的创造能力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。要有一种“别出心裁”的创新精神，更要突破传统思路，善于采用新方法走新路子，这样我们的营销活动才能引起未来客户的注意。

人脉是营销过程中不可缺少的重要因素，每个人都有两个彼此不同的人际网络，一个是我们自然得来的，一个是自己创造的。自然得来的人际网络包括我们的亲属、好朋友及其他一些熟人。如果具有良好的个人魅力，主动开拓自己的人际关系，利用时间与优质客户进行情感交流，引进贵宾服务的项目，客户受到特殊礼遇，就会产生回报的心理，从而更忠

实于我们，甚至帮我们发展新客户。诚信为本，忠实于客户，与客户成为朋友，让客户感受我们真实、热诚的一面，互相信任，保持长久的合作。

成功需要一种精神，营销也需要一种意志，要有锲而不舍，愈战愈勇的精神，更要有坚定不移的信念，自我激励，自我启发，才能坚持到底，达到目标的彼岸。

最后，通过这次培训学习，我不仅看到了自己的不足，还学习到了一些新的营销知识，看到了发展的希望，确立了今后努力的方向，它就像是黑暗中的一盏明灯，给我以动力，我会按照所学习到的知识，坚持不懈地融会贯通下去，在自己的工作领域，开拓出一片新的蓝天。

银行营销保险的感悟和体会心得篇四

做为一名在xx银行信用卡从事营销工作近一年多的营销人员，一向以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应潜力、懂得拿捏揣测客户心理变化、对产品的认知与诠释、语言表达技巧、良好的心理素质。

经过一年半载的努力与奋斗，在这一年多营销工作时间里，有喜、有悲，有笑声、又有泪水，有成功，也有失败。但是在短短时间里，让我深深体会到，无论做任何事情，都要对自己充满信心。

从事营销行业除了对自我要有足够信心，有经验之外，更重要的是自己的一种心态。我是一名刚刚被提升为小分组长的营销人员，对刚被提升，我感到十分荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力能够给与我推动力，在那里我也想与大家分享下，相信很多在公司工作的同事，他们也有独特的见地。博众长而用之，这样才能为自己在打开一片天地！

一、对自我要有信心。

在我刚开始从事营销工作的时候，要拜访客户时犹豫再三不敢进门，好不容易鼓起勇气进门，却又紧张得不知说什么，刚刚开口介绍产品，就被客户三言两语打发出来。一次又一次的拜访失败，我开始为自我在找借口，在抱怨。但我从未意识到给自己找借口的同时，我已经变得相当的消极了。消极的情绪给我工作带来很大影响，之后领导得知此事，他找我聊了许多，他告诉我：“一名合格的营销员首先要具备充分的自信，只有对自我充满信心，才能消除应对客户是的恐惧，才能给自我一个清晰地思路，把产品透过流畅的语言介绍给客户”。这番话深深的刻入我的脑海中，每当我低落的时候，我都会暗暗给自己鼓劲，我坚信一点，只要对自我有信心、对产品有信心，那我已成功了一半。

二、给自己在不一样时期制定一个力所能及的目标

每个人都要合理安排每一天的工作，都要有计划性、目的性，为了避免一种盲目性的用心，也能够说是一种没有方向性，这种状况往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自我，还要带领组员，既然带领了一支小团队，那要有周详的工作计划、合理时间安排、充分调配人员、良好的团队精神等等。给自我、组员制定一个力所能及的目标！

三、要瞬间获得客户的信赖

在营销产品的时候，我们要与客户交朋友，让客户对自我有好感、信赖。与客户初次见面时的说辞十分重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅仅仅体此刻初次见面，交谈时客户可能在很长时间对营销员是无动于衷的，但在一些细节上的改变或许能够赢得客户的倾心。

四、在营销失败中学到新知识

常言道：“失败乃是成功之母”！在营销过程中，很多时候我们都会遇到形形色色的客户，也许你幸运，遇到很好说的客户，但也有倒霉的时候，客户专门刁难你。所以很多时候失败了，不要气馁。要从事情的根本去找原因，为什么失败，是专业知识不到位，还是营销技巧不如人，期望下次不要常犯同样错误。

以上几点是我从事营销员到营销小分组长一职的一些心得体会，如果我们能做到：“把握此刻、向过去学习、着手创造将来。想象一个完美的将来是什么样貌的，制定一个切实可行的计划，这天就做些事情使之成真。明确你的目标，发掘让你的工作和生活更有好处的方法，你会更快乐，更成功！”

银行营销保险的感悟和体会心得篇五

一、银行驻点的重要性

证券资金三方存管业务的全面实行，为银行接纳证券公司到其网点设立开户咨询柜台提供了利益驱动，现在各大银行网点的分布非常广泛，银行在普通老百姓心目中的公信力不亚于政府机构。鉴于此，我认为多花点精力在银行网点上。为了抢驻同一银行网点，证券营销人员大打出手的事件媒体也曾有过相关报道，银行驻点的竞争激烈程度可见一斑，其银行驻点的重要性也不言而喻。

二、银行驻点的客户来源

1、首先，银行职员就是我们的现成客户，他们的收入稳定，社会关系复杂，家庭成员也都以高收入群体为主，其进入证券市场的意愿强烈，通过我们的适时引导，开立证券帐户参与股票交易是水到渠成的事情。对已开设证券帐户的银行职员，我们只要通过感情营销来游说其转户或拿直系亲属的身份证重新开户就行了。

2、每天到银行办理业务最频繁的，就是各类企业的财务人员，有的一天要在银行与单位之间奔波两三次。他们和银行职员一样，具有专业的财务知识和一定的经济实力，都是证券营销业务的目标客户，有的甚至早已是老股民了。而这些财务人员，在本单位系统内与各个部门的同事关系密切，有一定的号召力与影响力，通过这些企业财务人员的桥梁作用，我们可以将营销的触角延伸到与银行有业务来往的各个企业，将潜在客户的挖掘提升到一个新的高度。

3、在股市高涨的时候，赚钱效应的显现使新增客户蜂拥而入，而在

股市下跌行情中，每次下跌的中继，都会引发场外抄底新客户的进场。所以，无论是在股市行情火暴的时候，还是处于低位震荡的时候，银行开户客户都是存在的，我们只要做到耐心守候，不轻易离岗，这些客户都是有可能会开发过来的。

三、银行驻点的注意事项

1、克服害羞心理

2、细分目标客户群体

面对不同的客户群体时，要做到对客户进行细分，不能“一刀切”，要根据客户提供的不同信息，针对不同的客户群体向其介绍不同的产品以及不同的投资手段，例如面向20-35岁的年青人士，鉴于其具有较积极的冒险精神，富有拼劲，对风险不太敏感，发展潜力大，可以为其介绍成长型的股票，使其在投资过程中使财富迅速的增值，从而扩大其资金量，加大对证券市场的投入；面向35-50岁中年人，鉴于其在工作创业的过程中，积累了相当的财富，因此需重点挖掘这部分客户资源，使其成为我们的重点目标客户，为其推荐价值型的股票，鼓励其长期投资，从而使其在投资过程中资产保值增值，从而加大对证券市场的资金投入，至于对50岁以上的

中老年人，则较多地向其推荐基金以及稳健型的股票，降低其风险，获得稳定收益。

3、协助银行大堂经理引导客户办理银行业务

成为大堂经理助理。在银行驻点中，如何处理好与大堂经理的关系意义重大。因大堂经理在整个银行系统中面向的客户群体最广，其接触的是一线客户，可以说哪里有客户需要，大堂经理就会在哪里出现。但由于某些繁忙时点，银行来办理业务的客户过多，导致大堂经理应付不过来，作为驻点工作人员不断地学好证券和银行方面的知识，熟悉银行的各类业务，积极协助大堂经理为客户办理业务，使大堂经理对你产生好感，从而为你介绍潜在的客户，这对于拓展公司客户来源是很有帮助的。

4、具备良好的亲和力和交际力

在驻点的过程中，我们面对着银行的领导和职工，以及形形色色的客户群体，良好的亲和力和交际能力一方面可以使我们拉近与银行工作人员的距离，处理好与银行工作人员的关系，甚至在某种程度上决定了驻点工作的有效性，另一方面可以使我们与客户进行有效地沟通，从而更好开发客户。

5、以客户利益为主，关心客户所关心的方面

在与客户的交流以及服务过程中，要做到稳健，做到让客户放心。成功的营销人员，更加注重细节，以信誉和口碑，赢来更多的客户。不能因为蝇头小利，破坏原本或更多可以建立的客户网络。

6、驻点工作要持之以恒

在驻点过程中，最忌讳的就是三天打鱼两天晒网，这样的话，闻讯而来的客户就会流失到别的银行网点咨询和开户。

营销业务的深入，慢慢的，积极的驻点人员都会融入到银行这一特定环境中，找寻到银行驻点营销工作的乐趣。

7、在驻点过程中要主动向银行领导汇报工作，使银行领导了解银行驻点的最新情况以及客户的相关资产情况，并能采取相应措施共同解决存在的问题，使驻点工作持续发展。

8、做到与银行互赢互利

作为银行，由于有业绩以及三方存管业务的压力，因此需要与证券公司合作，而银行作为证券公司拓展客户的主阵地，更是重中之重。一方面在与银行合作的过程中，从中开发有效的客户资源，为客户提供优良的服务，使客户投资资产资金增值，增加了公司的业绩，另一方面则缓解了银行的三方存管业务的压力，并且客户在证券方面的盈利意味着其有更多的资金可以存到银行，从而使银行的存款增加，业绩增长，从而使两者互利共赢。

9、理论与实践相结合

10、在驻点的过程中不断学习与总结

遇到不熟悉的业务，要虚心向公司人员以及银行工作人员学习，提高工作的积极性。对于日常工作，要针对当日新情况勤作总结，分析存在的问题与不足。从而提高驻点的有效性，提高自身综合能力，为公司创造良好经济效益。

四、客户的维护与培养

对现有客户的维护，我们一定要本着客户是上帝的原则，将客户维护

尽心尽力做到尽善尽美，这点至关重要，这样做的目的，绝不仅仅限于公司层面的品牌树立及满足证券交易的基本要求，

就个人层面来讲，这也是一个营销人员的职业操守及后续开发能力的体现，因为营销工作的终极目标，就是要做到能让你的客户为你带来（介绍）新的客户。

对现有客户的培养，最基本的就是证券交易软件的正确使用及证券知识的普及，同时要不断的向客户灌输证券市场的风险意识，客户资产的缩水代表着交易量的萎缩，我们只有尽的努力，将潜在客户发展成现有客户，将现有客户培养成优质客户，才能使客户资产有效的实现保值增值，这个双赢局面的实现，是我们与客户共同追求的目标。