

# 2023年银行保险工作心得体会(优质10篇)

当我们备受启迪时，常常可以将它们写成一篇心得体会，如此就可以提升我们写作能力了。记录心得体会对于我们的成长和发展具有重要的意义。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的心得体会范文，我们一起来看看吧。

## 银行保险工作心得体会篇一

保险营销是一门综合性的学科，它包含了市场营销、金融、法律和人际沟通等多方面的内容。在我参与保险销售工作的过程中，我总结出了一些心得和体会。下面我将结合具体案例，以五段式的形式进行总结。

### 第一段，了解客户需求

在保险营销中，了解客户的需求是非常重要的。只有了解到客户的需求，我们才能找到最适合他们的保险产品，并向他们进行推销。比如，在某次销售中，我遇到了一家餐饮企业的老板。通过和他沟通，我了解到他公司员工数量众多，有着较高的员工流动性。于是我向他推荐了一款员工意外险，以帮助他降低员工意外伤害造成的经济损失。最终，他认可了我的建议，并购买了该保险产品。可以说，只有了解客户需求，才能提供针对性的产品推荐。

### 第二段，建立信任关系

保险销售中，建立信任关系是非常重要的。在客户与销售人员之间建立了信任关系后，客户会更加愿意接受销售人员的建议，并更有可能购买保险产品。比如，在一次销售中，我遇到了一位刚刚被诊断出患有轻度高血压的客户。他对保险没有太多了解，对购买保险也没有太大的意愿。于是我花了

很多时间与他聊天，了解他的家庭背景和健康状况等方面的信息。通过与他的交流，我表现出了对他身体健康的关注和关心，最终赢得了他的信任。随后，我向他推荐了一款适合高血压人群的健康保险产品，并成功促成了购买。

### 第三段，提供专业的解决方案

在销售保险产品时，我们需要提供专业、全面的解决方案，以满足客户的需求。比如，在一次销售中，我遇到了一位中年人，他有一个还未成年的孩子，并担心自己突发意外后无法为孩子提供良好的教育。于是我向他推荐了一款教育金保险产品，该产品可以在父亲意外身故后，为孩子提供一笔教育金。在详细介绍了该保险产品的保障条款和赔付流程后，他对该产品表现出了很强的兴趣，并决定购买。可以说，提供专业的解决方案是成功销售的关键。

### 第四段，维护客户关系

保险销售并不仅仅是一次性的交易，更重要的是建立长期稳定的客户关系。维护客户关系需要精心的服务和有效的沟通。比如，在一次销售后，我定期给客户打电话，关心他们的生活和工作情况，并提供一些有关保险的新闻和资讯。在需要理赔时，我也会及时协助客户处理相关事宜。通过这些细致入微的服务，我与客户建立了良好的合作关系，并成功带动了他们对保险的消费需求。

### 第五段，不断提升自身能力

保险销售是一项具有挑战性的工作，不断提升自身能力是保持竞争力的必要条件。为此，我通过参加保险培训班、阅读保险相关书籍、关注保险行业的发展动态等方式，不断学习和了解新的市场信息和销售技巧。在这个过程中，我充分利用了公司内部资源和经验，不断与其他销售人员进行交流和分享。这些努力使我拥有了更专业的保险知识和更高的销

售技巧，从而进一步提升了我的销售业绩。

综上所述，保险营销是一门需要技巧和智慧的工作。通过了解客户需求、建立信任关系、提供专业的解决方案、维护客户关系和不断提升自身能力，我们可以在保险销售中取得成功。我相信，只要我们不断学习和实践，我们的销售业绩将会越来越好。

## 银行保险工作心得体会篇二

保险作为一种风险管理工具，扮演着重要的角色。然而，在如今竞争激烈的市场中，保险产品的销售并非易事。为了提高销售业绩，我参加了一场关于保险营销的培训课程。通过这次培训，我收获了许多心得体会。在这篇文章中，我将总结我在保险营销方面的体会，希望能对其他保险销售人员有所帮助。

### 第一段：了解产品特点 and 市场需求

在保险营销中，了解产品的特点和市场需求是至关重要的。首先，我们必须深入了解公司提供的保险产品，包括产品的保险类型、保险条款和理赔流程等。只有全面了解产品的特点，我们才能在销售时提供准确的信息。此外，我们还需要了解市场需求。通过市场调研了解客户的需求和偏好，我们可以根据客户的需求调整销售策略，提供更有吸引力的产品和服务。

### 第二段：建立亲密的客户关系

在保险营销中，建立亲密的客户关系是成功的关键。我们需要投入时间和精力与客户建立联系，了解他们的需求和担忧。这可以通过面对面的会议、电话和电子邮件等方式来实现。此外，我们还可以通过定期发送节日问候、提供个性化的保险建议等方式，增加与客户的互动。建立亲密的客户关系不

仅有助于增加客户满意度，还可以在客户需要保险时选择我们的产品。

### 第三段：使用有效的销售技巧

在保险营销中，运用有效的销售技巧是必不可少的。一方面，我们需要学会倾听客户的需求并提供解决方案。通过与客户沟通，了解他们的关注点和风险，我们可以根据客户的需求定制保险计划。另一方面，我们还可以通过运用销售技巧，如积极的销售陈述和有效的谈判技巧，来增加销售成功的可能性。通过不断学习和实践，我们可以提高自己的销售技巧，为客户提供更好的服务。

### 第四段：不断提高专业知识和技能

保险行业发展迅速，产品和法规不断更新。因此，保险销售人员需要不断提高专业知识和技能。这可以通过参加培训课程、阅读相关书籍和参与行业研讨会等方式实现。另外，我们还可以通过与同行交流和分享经验，学习其他成功保险销售人员的做法。不断提高专业知识和技能可以增加销售的信心和效果，提高客户对我们的信任和满意度。

### 第五段：建立长期的合作关系

在保险营销中，建立长期的合作关系是持久发展的关键。我们需要与客户建立长期的合作关系，而不仅仅是一次性交易。这可以通过提供良好的客户服务、及时的理赔处理和建立良好的口碑来实现。我们还可以与其他相关行业建立合作关系，互相推荐客户和合作项目，共同发展。通过建立长期的合作关系，我们可以提高客户的忠诚度和满意度，实现长期的业务增长。

总结：

经过这次保险营销培训，我深刻认识到了产品了解、亲密客户关系、有效销售技巧、不断提高专业知识和技能以及建立长期合作关系的重要性。这些体会帮助我在保险营销中取得了更好的业绩，并且可以应对市场竞争。我希望通过分享我的心得体会，能够帮助其他保险销售人员提升销售能力，创造更好的成绩。

## 银行保险工作心得体会篇三

现在金融行业竞争激烈，柜面营销已经成为我们一种常态化工作内容，下面是本人在平时柜面营销中的一些心得。

首先要主动与客户沟通，了解客户需求。不要怕拒绝而不去营销，敢开口就有成功的机会，勤开口就能赢得更多成功的机会，不开口就连被拒绝的机会都没留给自己，何谈成功的机会呢？其次我们要有“大度能容，容天下难容之事”的胸怀和心态，笑口常开，把拒绝和失败一笑了之。

柔，是带着微笑带着耐心，出国留学诚信及热情向客户营销自己和产品，让客户在倍感温暖与尊重的氛围中觉得自己有需要，喜欢并且值得购买。刚，则是在工作中始终保持激情，对产品的了解，对自己产品的自信，让我们的产品能为客户带来收益可以帮助客户排忧解难；因此，只有在自己对自己的产品认知的时候，才能更好的对客户动之以情，晓之以理，撬开营销的大门。

如果每天都是在产品任务的压力下消极被动的营销，那么自己也会麻木，客户也将无情冷漠地拒绝我们。只有让自己从心里认可这种挑战，积极主动地去营销，让自己的热情感染每一位客户，才能从每一次的成功中获得巨大的成就感，从而在营销中找到真正的快乐，并把这份快乐转换为动力，感染到同事和客户。

## 银行保险工作心得体会篇四

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，希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：“把握现在、向过去学习、着手创造将来。想象一个美好的将来是什么样子的，制定一个切实可行的计划，今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意义的方法，你会更快乐，更成功！”

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炸弹，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。

目前的信用卡市场是很不成熟的，没有我们想象的那么完善。我们一味去强调信用卡的透支消费功能，我觉得是一种误导。很多消费者不接受这种理念。所以我营销的时候就说这张卡只是一张应急的卡，当资金周转不灵的时候，你可以用这张卡来救急。这样一说，相当一部分人会认同，他们认同了，就有机会了。营销到了这种程度，那些问什么是信用卡，信用卡有哪些功能的人，反而倒很容易成为卡的用户。就是那些有着让人意想不到的问题的客户，我们只有对症下药了。

竞争所淘汰；对于人也一样，如果但求无过，不求有功首先感谢各位领导、各位评委、各位同志给予我展示自我的舞台和施展才华的机会！

## 银行保险工作心得体会篇五

最近，我有幸参观了一家知名银行的保险部门，这次参观给我留下了深刻的印象。在这次参观中，我了解到了银行保险的运作机制、相关产品以及客户服务等方面的情况。通过亲身体验和观察，我对银行保险有了更深刻的认识和理解。

### 第二段：银行保险的运作机制

参观中，我了解到银行保险是银行经营保险业务，与传统保

险公司相比，银行保险具有一定的优势。银行保险通过与银行的信用和服务相结合，为客户提供全方位的金融保险服务。银行作为信誉度较高的机构，可以帮助客户更好地选择适合自己的保险产品，并为客户提供一对一的专业咨询服务。同时，银行还可以根据客户的需求提供贷款服务，帮助客户更好地实现财富增值。

### 第三段：银行保险产品的多样性

在参观中，我还了解到了银行保险产品的多样性。银行保险产品主要包括寿险、意外险、健康险、财产险等。这些产品根据客户的需求和风险偏好，提供了不同的保险组合方案。银行保险还借助银行的渠道优势，通过金融创新推出了一系列结合理财、投资和保险的产品。这些产品不仅能够保障客户的风险，还能够满足客户对财富增值的需求。通过参观，我意识到银行保险的产品线丰富多样，能够满足不同客户的需求。

### 第四段：银行保险的客户服务

在参观中，我对银行保险的客户服务印象深刻。银行保险通过强大的客户服务团队，为客户提供全天候的服务。无论是保险咨询、投保手续还是理赔服务，银行保险凭借银行的优势能够更加高效地为客户提供服务。银行保险还会根据客户的需求和变化，主动与客户联系，及时提供相关保险产品和服务的信息。通过参观，我相信银行保险的客户服务能够为客户提供更加便捷和优质的体验。

### 第五段：我对银行保险的思考与感悟

通过这次参观，我不仅了解到了银行保险的运作机制、产品和服务，也对银行保险的发展前景有了更深入的思考。银行保险作为金融服务的一种创新形式，将会在未来得到更为广泛的应用。随着金融科技的发展和银行保险产品的创新，



银行保险有望为更多人提供全面的金融保险服务，满足不同人群的需求。同时，银行保险还需要不断加强风险管理和监管，保证行业的稳定和发展。

总结：

通过这次参观，我对银行保险有了更深刻的理解。银行保险的运作机制、产品多样性和客户服务都给我留下了深刻的印象。我相信，银行保险将会在未来有更加广阔的发展空间，为人们提供更加便捷和优质的金融保险服务。

## 银行保险工作心得体会篇六

银行保险在现代金融体系中扮演着至关重要的角色。近日，我参观了一家银行保险公司，并且对他们的工作流程和服务理念有了深入的了解。这次参观给了我很多启示和体会，使我对银行保险的重要性和未来的发展方向有了更全面的认识。

### 第一段：认识银行保险的重要性

在参观过程中，我了解到银行保险是金融体系中的重要组成部分，它通过提供各种保险产品和服务，为人们的生活提供风险保障。银行保险机构不仅能提供传统的人寿保险和财产保险，还能为企业提供专业的风险管理和保险解决方案。由于保险对于个人和企业来说都至关重要，银行保险机构在金融体系中的地位不可替代。

### 第二段：了解银行保险的工作流程

我参观的银行保险公司采用了现代化的技术和管理方法，以提高效率和服务质量。在参观过程中，我了解到他们通过引入智能化系统和数据分析技术，实现了销售、理赔和风控等各个环节的优化。例如，客户可以通过手机应用程序快速购买保险产品，并且在需要理赔时也可以通过手机提交相关材

料。这些高效的工作流程使得客户能够更快地得到保障，提高了客户的满意度。

### 第三段：体会银行保险的服务理念

参观过程中，我深刻体会到银行保险公司的服务理念。他们一直致力于为客户提供全方位的服务，帮助客户规避风险并实现财富增长。在销售过程中，银行保险公司会根据客户的需求和风险承受能力，为客户量身定制保险产品。同时，他们也会定期与客户进行沟通 and 回访，以确保客户的保障和财务规划持续有效。银行保险公司始终将客户的利益放在首位，并且倡导透明、诚信的经营理念。

### 第四段：展望银行保险的未来发展

随着经济的发展和人们对保险保障的需求增加，银行保险将在未来继续发展壮大。首先，银行保险机构将加强与科技公司的合作，进一步推动智能化服务的发展，提升客户体验和服务质量。其次，银行保险机构将加强风险管理和创新能力，提供更广泛、个性化的保险产品和解决方案。此外，银行保险机构还将更加注重数据安全和隐私保护，以应对新型风险和挑战。

### 第五段：我的个人感受

参观银行保险公司，让我对银行保险有了更深入的了解，也让我意识到自己在保险方面的不足。作为一个普通人，我应该更加重视风险管理和理财规划，及时购买适合自己的保险产品，为自己和家人的未来提供保障。同时，我也认识到银行保险是一个具有广阔前景的行业，可以为我提供丰富的职业发展机会。因此，我会进一步学习和提升自己的专业知识和能力，为将来在银行保险行业中发展打下坚实的基础。

总之，参观银行保险公司是一次很有意义的经历，让我对银

行保险有了更全面的认识。我深刻认识到银行保险在金融体系中的重要性，也看到了银行保险行业的发展潜力。我相信，随着科技的不断进步和经济的不断发展，银行保险行业将迎来更广阔的发展空间。

## 银行保险工作心得体会篇七

作为一名普通的银行柜台员工，有幸被评为两节营销“营销明星”，万分感激。在长期的柜台服务与营销中，我有以下的几点心得体会供大家参考。

### 一、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。柜台是银行的窗口，我们迎接客户时，微笑能拉近我们的距离，为我接下来的服务与营销创造了条件。

### 二、知识技能

有一句话说得好：人与人之间的差别其实就是学习潜力的差别。由于个人素质、经验、训练程度的差异造成服务水平的高低，所以我们要透过学习和培训，熟练掌握各种产品的特点和分析适用人群，向客户作个性化的推介，比如向中高端客户推介本外币通知存款、利得盈、信用卡等产品，向普通客户推介本外币一本通、借记卡、代理业务。掌握各项业务的操作规程，提高自身分析和处理问题的潜力，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，为进一步营销打下基础。

### 三、换位思考，加强沟通

我们要树立“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。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

提出贴合客户利益的理财推荐，这样才能与客户实现真正的沟通，为客户带给全方位的服务，让客户获得超出期望值的需求。

以上几点需要在平时的工作中日积月累，需要在平时的工作中训练及培养。因为此刻的银行已向营销型转化，营销是一个过程，是我们日复一日工作的一个目标。我们柜员只有做好了以上几个环节后，才能够更好的做好服务客户的最后一步。

#### 四、有的放矢，做好差异化营销

营销中的“二八法则”告诉我们：企业80%的利润是由20%的客户创造的，而80%的其他消费者只创造了20%的利润。如何挖掘优质客户、留住老客户、争取新客户是当务之急。银行有着得天独厚的优越性，它掌握着超多的客户资料，我们能够根据顾客的年龄、性别、职业、收入、文化程度等状况进行市场细分，根据不一样顾客的不一样需求，带给差异化的便利性服务和支持性服务以到达优质服务的无差异性。

循，唯靠多年的工作，用心去发现，才有可能得到一些经验。

以上便是我作为一名柜台人员，透过多年的柜台工作，用心去寻找关于银行柜台营销的一些心得。

### 银行保险工作心得体会篇八

随着经济的快速发展和人们的生活水平提高，保险业务在现代社会中扮演着越来越重要的角色。作为保险销售人员，透过长时间的工作和接触，我积累了一些宝贵的保险营销心得与体会。在这篇文章中，我将分享我对保险营销的了解和总结，希望能够给其他从业者提供一些参考。

首先，成功的保险营销需要建立信任。在推销产品的过程中，

客户最关注的是信任问题。因此，作为保险销售人员，我们应该注重与客户的沟通，关注客户的需要和利益，并努力回答客户可能会提出的问题。同时，我们要在保障客户利益的同时倡导透明，告诉客户保险产品的优势和不足，让客户完全了解自己所购买的保险。

其次，保险营销需要了解客户的需求。每个人的保险需求都是不同的，因此在销售过程中需要根据客户的实际情况制定相应的方案。我们需要了解客户的家庭背景、财务状况以及未来规划，然后结合客户的需求和预算制定最适合的保险方案。只有了解客户需求，才能真正满足客户的需求，从而提高销售的成功率。

第三，保险营销需要不断学习和提升专业素养。保险行业的发展非常快速，涉及到的专业知识也是非常复杂的。作为保险销售人员，我们需要不断学习保险知识，了解最新的保险产品 and 市场动态。只有通过不断学习和提升自己的专业素养，才能在市场竞争中立于不败之地，吸引更多的客户。

第四，保险营销需要积极的沟通和销售技巧。作为保险销售人员，我们需要注重与客户的沟通和交流，了解客户的需求和关注点，并根据客户的特点和需求灵活运用销售技巧。同时，我们也要注意在推销过程中的言行举止，保持积极乐观的态度，展示专业和亲和力，给客户以良好的印象。

最后，保险营销需要良好的客户关系维护。保险是一种长期的合作关系，良好的客户关系至关重要。我们需要定期与客户保持联系，关心客户的生活和需求，并提供专业的咨询和帮助。同时，我们也要注意客户投诉的处理，及时解决问题，并从中吸取教训，改进工作方式。

综上所述，保险营销是一项复杂而重要的工作，要求我们具备丰富的专业知识、良好的沟通技巧和客户管理能力。通过建立信任、了解客户需求、不断学习、积极沟通和维护良好

的客户关系，我们可以提升销售的成功率，为客户提供更好的保险服务。我相信只有不断总结和提升，我们才能在保险营销行业中取得更多的成果。

## 银行保险工作心得体会篇九

作为银行的一线工作人员，是面对客户最多的人员，所以柜员的营销更为直接、有效。下面本站网要分享给你的是银行营销心得体会，希望你能喜欢。

经过一年半载的努力与奋斗，在这一年多营销工作时间里，

做为一名在广发银行信用卡从事营销工作近一年多的营销人员，一直以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应能力、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。不过在短短时间里，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己要有足够信心，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，我感到非常荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力可以给予我推动力，在这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！

心得一：对自己要有信心。

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，我开始为自己在找借口，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，后来领导得知此事，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，只有对自己充满信心，才能消除面对客户是的恐惧，才能给自己一个清晰地思路，把产品通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，只要对自己有信心、对产品有信心，那我已经成功了一半。

## 心得二：给自己在不同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积极，也可以说是一种没有方向性，这种情况往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自己，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。给自己、组员制定一个力所能及的目标！

## 心得三：要瞬间获得客户的信赖

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，希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：“把握现在、向过去学习、着手创造将来。想象一个美好的将来是什么样子的，制定一个切实可行的计划，今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意义的方法，你会更快乐，更成功！

在营销过程中，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。

我们在营销实战中，在和客户的交流沟通中磨练自己的嘴皮子以及和客户打交道的能力。什么是对产品熟悉？就是要大胆走出去，说，不要怕拒绝，拒绝了再总结，再出去跑。产品需要由我们的客户来定义，我们更需要在实践中去把握产品背后隐藏的东西。

第二，对市场的了解和开拓。销售任何一件产品除了掌握产品本身之外，我们需要将其定位，并找到相关渠道把它推销出去。那么信用卡的目标客户和市场在哪里呢？其实，信用卡销售指引，已经为我们指明了方向。其中目录第六条《现阶段重点推广行业的明细分类》规定了3类行业为重点营销对象，第八条《现阶段可接受推广行业的明细分类》规定了15类相关行业，并对信用卡的用户按风险程度不同划分为abcde五类。这样一来我们的营销范围就确定了。其实这个范围和我们原先想象的客户市场是不一样的。我开始认为那些私营企业的老板是我们的客户，但是操作下来一看，不对，信用卡部不仅需要他们提供收入证明，还需要他们提供个人房产证明及其它相关的个人资信证明，即使批下来，信用额度也很低，弄得他们很没面子，同时我的工作量无形当中也增加了许多。所以为了节省时间，提高发卡量，我放弃了私营企业主这一块，开始按照《指引》中的行业对象来划分我的营销目标市场。由于时间有限，我做了三个阶段的准备。第一个阶段是用一个半月的时间来主攻公务员市场，因为这一块手续简单，批准率高。第二个阶段用十天的时间来向相关企业推广。第三阶段，收尾，看看还有什么没有营销到的地方。有了计划以后，我的任务就变得十分清晰了。要做的是怎样一块一块地吃掉。我采用的方法是先从有熟人的单位开始。我把所有的朋友名单拿出来，开始搜寻政府公务员、教师、医生，然



后逐个打电话，通过他们来帮助我营销。这一块是有保证的。因为是朋友帮忙，所以操作起来十分方便，我把相关的要素告诉他们，其余的宣传工作就由他们来做了。这里有一个细节，就是填表一定要简化。比如身份证上很多要素都有了，你就不要别人再填写姓名，身份证号码了。

熟人做完了，就开始做他们介绍过来的重点客户，这一块做起来相对复杂一些，因为交情不深，要靠嘴皮子了，同时也需要一点技巧。例如，我办了一个局机关的团办卡，团办对于我们来说最省事，但是很重要的一点，你要找对办事的人。你去找财务科，他们会说每个人已经办过其它行的卡了，你去找办公室，人家会说，单位人多嘴杂，别人还以为收了银行什么好处。对于这种情况，我们要有思想准备，团办并不代表每个人都办，除非是单位的行政命令，否则别人有权拒绝。所以我首先办公室物色了一个人缘较好的人，然后通过他，先给局长办好了，这时候，千万不要指望他就能帮助你完成，他没有这个义务，于是我就和他一个一个办公室的跑。拿着局长已经填好的东西有意的给他们看，这些人一看，局长办过了，我也办一张算了。营销就是这样一味的去强调产品的好处是没有用的。别人就是不信任你，你还真的办不起来。

第二阶段就是一些企业单位。先挑一些有特色的单位，比如有事业单位背景的企业，如广播电视中心，注册资金较高的，和我们行有业务往来的，对于信用卡用卡环境有帮助的，例如，青年旅行社，可以用信用卡购机票。总之，并不是所有的企业都可以作为发卡对象，在时间有限的情况下，我只有先从最有把握的开始。

第三阶段，就是扫尾，主要是零星的办了一些个人的卡。通过三个阶段的工作，完成了三百多张卡，公务员占了80%，所以批准率较高。有特色企业，也基本获批了。

在市场的开拓中，我感受最深的是关系营销的作用太重要了。

有的人认为，我的客户资源太少了，怎么办？其实，机会就在每个人的身边，你的亲戚、同学、朋友，客户都是你的目标，营销就是要脸皮厚。

第三、与客户面对面的营销。在这一过程中我感受最深的是，一定要对客户的问题做出最敏捷的反应。我归纳了一下，客户的常见问题有六个：(1)信用卡收不收年费？(2)信用卡的特别功能是什么？(3)信用卡是否安全，后台支撑怎么样？(4)我手中已经有好几家银行的卡了，没有办的必要了。(5)你们银行的网点太少了，还款不方便。(6)我根本不需要办，我平时都是用现金。所以在交谈之前，一定对这些问题有所准备。回答时要充满自信，产品好坏全在我们的嘴上。在所有的这些问题当中，我们会把限制条件当成客户的拒绝理由。比如，第五条，网点少是我们的劣势，但是这只是办卡的限制条件，并不能作为客户抗拒理由。我们完全可以有三点理由来回应。一是，我行的自助银行正在加快发展；二是，我们即将实行借记卡自动还款功能；三、刷卡后不是要你第二天就来还钱，在56天当中你随时抽个空来还就行。把限制条件解释清楚，客户绝的理由就少一些。同样第四条，客户的卡实在太多，不想再办了。我通常会先问他，其它行的卡什么时候办的？额度是多少？有没有担保人？国内外是否通用？免息期多长？购物是否有积分？先确定客户手中的卡是不是信用卡，同时把事先准备好的几张信用卡卡样拿出来，再适时介绍手机短信服务，保险服务，医疗服务等特色功能。我们要想方设法的很自然的让客户感受到信用卡的特别之处。在与客户交流的过程中，一定要有一个良好的心态，如果客户实在为难，赶紧把目标移到下一家。最后一点是就申请表格的填写和客户的维护。我们做了大量的前期工作，到了最后千万不要因为填写表格不规范而导致被拒绝，那是一件很伤心的事。首先是填写表格。我只让客户填写(1)家庭住址、电话；(2)工作单位地址、电话、职务；(3)直系亲属和朋友；(4)签名。其余的我都自己帮他们填。一来，让客户省去了许多填表的麻烦，二来，填写过程就是审核的过程，可以发现很多漏洞。三来，可以让表格相对工整一些，有的客户填完后，在写错的地方就乱涂

一笔。其实，卡部的人在审核的时候同高考阅卷一样，卷面整洁无形中就有一个印象分，所以在错的地方，我们就可以用涂改液修饰一下。我们有很多同事把审核的工作，都交给零售部的相关同志去做，自己就不问了，这样肯定是不行的。我举个例子。有一次我地税局的朋友拿来十张表格，我在帮他们填写表格的时候发现，他们留的家庭电话都是单位号码。这就麻烦了。因为家庭电话号码一般是信用卡的查询密码，基本上每个人是不同的，于是我就一个一个打电话问。如果，我忽视了这一细节，也许我又做了十个无用功。另外，表格中错误率较高的就是最后一栏，联系人资料。以我的经验，这一栏一定要写，特别是直系亲属。朋友一栏可放松要求，你可以写自己的名字，也可以写其同事的名字。其次是，客户提供的相关资料。我想重点说一下人事收入证明。其中有一个关键点，就是职位的细节。因为在信用卡销售指引中，职位稳定的员工获批率是比较高的。有的同事在营销过程中，看到对方的职位不是很好，就产生了一个想法，这种人肯定批不下来。在这里我想说一说我自己的经验。拿一个单位来说，就是扬州青年旅行社。应该来说，导游的获批的率是很低的，因为他们的工作不稳定。但是反过来，导游不能365天天带团，不带团的时候，他要负责计划调度，也要负责相关的文书的工作，于是我就让他们在工作职位一栏写上计调，文员。与此同时，还写了一份情况说明，交待了此单位在扬州的地位以及将要和我行展开的合作，希望能提高信用额度。作为营销员，你要让信用卡中心的审核人员认为，这个单位是非发不可的。

第三，就是客户的维护。就是所谓的售后服务。这个工作，就是在申请表寄出以后，一定要打电话给客户，问问卡有没有拿到，用的如何，有什么不明白的地方，感谢他们对中信工作的支持，其实这样做的目的很简单，希望他们再介绍一些客户给我们，同时联络感情，发掘一批优质客户，为以后的银行业务做准备。

以上，我从四个方面和大家交流了在信用卡营销过程中的一

点感受，其中，有很多想法是我们部门的同志在研究信用卡营销方案时共同讨论的结果，他们在信用卡的营销过程中也付出了相当大的努力。我想在目前的社会状况下，信用卡的营销很有挑战性。每个人有各自的营销理念，如果大家能够自动自发，并且经常互相交流经验的话，我相信20xx年我行的信用卡任务一定能够完成。

作为银行的一线工作人员，是面对客户最多的人员，所以柜员的营销更为直接、有效。或许，通俗点说我们所谓的营销就是把我行好的产品推荐给需要的客户。为他们带来更便捷的服务。以下是我对于柜面的网银、短信营销工作的心得。

一、了解所营销的产品。首先，我们需要全面的了解产品的用途，找到适合该产品的客户群。在面对客户的咨询时，做到应答自如，体现柜员的专业性。因为专业，营销才更有力度。我行网上银行内容丰富，功能多样。作为柜员的我们，在营销前，必须要了解网银的内容，如何使用以及分析短信服务的好处。

能让客户对我行产品产生反感。因此，把好的产品营销给需要的客户是非常重要的。三、营销技巧。现在柜面上最好营销的就是网银、短信。所有营销的前提，都是认真办理好客户需要办理的业务。办完业务后，向客户详细的讲解我们产品的亮点。真诚地询问客户是否需要开通网上银行，就资费问题，可以强调免费；是否开通短信服务，当然资费问题一定要清楚明白的告知。这些都是要经客户同意，才能开通。因为网银涉及账户安全问题，短信涉及服务费问题。及时的告知服务既可以规避风险，也体现了对客户的尊重。网银的开通必须在本人同意的情况下，才能办理。网络是强大的，无论是什么样的网银保护形式，都是存在不安全性。而这样的不安全，带来的损失也是巨大的。我们一定要有这样的风险意识，以免产生不必要的纠纷。短信开通也是，虽然不会涉及安全性问题，但是毕竟是收费的服务，需要客户的同意才能办理，不能强买强卖。还有一点很重要，不要把营销做成

推销。营销是把好的产品推荐给需要的客户，做有区别的推荐，中肯的建议客户使用此种产品，开通此种功能。而不是强行甚至逼迫客户开通、使用，影响我行的形象。

以上只是我个人在办理业务中总结的一点小小心得，跟各位同事相互沟通、交流下。有什么不足之处，还需要大家相互指出，互相学习，共同进步，为农行创造更美好的明天，努力奋斗。

## 银行保险工作心得体会篇十

保险行业一直是一块红海市场，竞争激烈。在这个行业里，面对日益挑剔的消费者，只有通过营销策略来提升产品的竞争力，才能在保险市场获得更大的市场份额。本文将就我在保险行业的营销保险中所获得的心得体会进行分享，以供业内人士参考。

### 第二段：培养个人精神素质

在保险销售中，个人的素质至关重要，培养自身的精神素质能够帮助我们更好地开展工作。具体来说，要注重提高自身的业务素质，关注细节，树立正确的职业操守，提高职业道德水平和综合素质。在与客户交流时，要体现出自己的专业性，以及真诚、耐心的沟通方式，这样才能建立良好的客户关系。

### 第三段：注重市场调研与客户需求分析

成功的营销离不开市场调研和客户需求分析，只有真正了解客户的需求，才能有针对性地为客户提供保险产品，让客户对该产品产生需求和信任。市场调研和客户需求分析在赢得客户方面起到关键的作用，因此在进行营销时，一定要投入充足的时间和精力进行市场和客户需求的调研。

#### 第四段：突出保险产品的特色与优势

营销保险产品需要充分挖掘出其特色与优势，让消费者看到保险产品与众不同的地方，能够在市场中脱颖而出。比如，在产品设计中，可采用创新的设计理念，添加特色服务，同时要确保保险产品的风险控制能力和保险责任明确，让客户放心购买。

#### 第五段：营造良好的品牌形象

品牌形象对于保险公司的发展至关重要，拥有良好的品牌形象能够增强消费者对保险公司的信任和认可，对于提高产品的销售额以及公司的市场竞争力都有积极作用。在建立品牌形象的过程中，需要注重企业文化和企业价值观的传递，注重对外宣传，强化服务意识，增强社会责任感等方面。

#### 第六段：总结

保险行业的竞争力越来越强，营销保险的难度也在随之增加。本文提出了在营销保险中应注意的方面，包括培养个人精神素质、注重市场调研与客户需求分析、突出保险产品的特色与优势、营造良好的品牌形象。这些都是营销过程中需要注重的方面，相信对于行业内的从业者具有重要的参考意义。