

保险公司客服人员的心得体会 客服心得体会(优秀9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。那么我们写心得体会要注意的内容有什么呢？下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

保险公司客服人员的心得体会篇一

首先是知道了做事一定要有认真的态度，要不然让你再多做一秒也觉得是种折磨。其次，说话一定要很小心谨慎，什么叫做祸从口出，做客服就是祸从手出，如果是你不确定的事情一定不能贸贸然的回答顾客，更不能给顾客任何承诺，也不能按照自己的主观判断来告诉顾客一些事情，比如产品的颜色等敏感问题，这些看似很小的问题，往往就是铸成大错的细节，很多顾客或许就会因为你的一句不怎么明白的话语和售后或者其他客服纠结很久。

最后僵持不下给公司造成一定的损失，因为旺旺上一直都是

有聊天记录，每个人都有自己的客服号，所以责任都是精细到了个人，是谁出的错都是有据可查的，我对自己的要求不高，起码要做到当顾客和我们的工作人员的纠结问题的时候不会说是我告诉了他可以怎么样怎么样，除非是在查聊天记录的时候是我出了错，经过这么长时间了，回答客服问题我也很谨慎的。不希望顾客在评价的时候说客服的态度不好，只求自己不要犯错，不给公司带来影响。在顾客面前没有丢公司的脸。

是否觉得我是一个合格的客服人员，但是就我自己来说，我将我的热情都投入到了上面，即使线上我受了委屈还在不停的给顾客解释和道歉，哪怕造成他生气的原因并不在于我，线下也很没品的和同事们一起骂顾客的刁难和白痴等，我想

说的是尽管这样，但是我仍然还是拿出了我所以的耐心为每一位顾客解答和推荐，既然是想来学习的，我想端正态度，磨练毅力是相当重要的。

后期的顾客基本上都是问发货问题，所以第一时间了解到他的货我们有没有发出，然后就是准备回答他是由于什么原因我们没有及时发货，并且道歉，由于我们的工作不到位给顾客造成的失误等，其实有时候根本不是我们的原因，但是道歉也是必须的。只有你首先承认了错误后，顾客他就会觉得你的态度让他满意，如果还继续找麻烦就是自己的不对了。

还有发现的一个工作技巧就是转移顾客的注意力，本来他是来质问你为什么还没有发货，因为他宝宝要急着穿，急着用或者什么原因很生气的时候，我们就可以紧紧抓住他所透露出来的信息，比如恭喜他宝宝生日快乐呀~~祝她宝宝健康平安，或者说他宝宝肯定非常非常可爱等所谓的好话的时候，无论他是爸爸还是妈妈，当有人夸他孩子的时候所流露出来的真情和包容都是肯定的，再加上在夸奖后的一番道歉的语句，他肯定就会放松刚开始来的目的，继而转变为再等等吧之类的，我使这招真的是屡试不败呀！非常奏效，还有就是给顾客道歉时语句中表现出来的真诚也往往是最能打动顾客的，当你感谢他的谅解时送上一个玫瑰花的表情，顾客的心情也会一下子变好，所以问题也很好解决了。

但是这始终是治标不治本的，最终的问题得不到解决我们客服无论怎么道歉怎么拖住顾客宽限时间都是多余的，一次两次还可以，但是多次的话任何一个人都没有耐心了，所以任何一个环节都不能出错，必须都连贯起来才会有成功。做客服销售工作，首先要了解顾客的需求，知道他们在想些什么。

保险公司客服人员的心得体会篇二

20xx年11月18日至11月23日我有幸到xx省团校参加了xx省“千校万师”未成年人思想道德建设骨干教师为期五天的

学习培训，在这期间听了很多专家及团校教师的精彩讲解，特别是谌贻琴部长的讲话，使我充分认识到了“加强未成年人思想道德建设的紧迫感、使命感。这可是我第一次外出学习，感觉中，我的心从未有过的充实。这一次培训虽只是短短5天时间，但实在是受益匪浅，现就这一次短暂的学习培训和自己的工作实际谈谈自己的心得体会吧！体会到要提高未成年人的思想道德素质要从“爱”开始。爱是教育的灵魂，爱是塑造美好心灵的力量。老师应该怎样爱自己的学生呢？我认为不论在生活上，还是在学习上，都要给予学生必要的关心和帮助。还要抽时间和他们谈心、交流，共同活动，缩短师生距离。只有注入了爱的教育才能引起学生的共鸣，才能达到最佳的教育效果。我们只有平等对待每一位学生，尊重学生的人格，做一个有爱心的人，用自身的榜样作用和人格魅力，让学生佩服，从而仿效。“桃李不言，下自成蹊”，只有爱心的教师，才能培养出有爱心的学生。

体会到要尊重未成年人的主人翁地位，就要相信他们的接受能力，同时又要正视他们的接受能力。有的父母总是认为孩子还小，这个不能做那个不许做，在爱的名义下过度保护孩子。这样做，一方面使孩子受到过分限制，使他们的能力得不到适当的发展。另一方面，孩子也会在过度的限制中，厌恶说教。教育孩子的前提是了解孩子，了解孩子的前提是尊重孩子，如果不能对孩子有足够的了解，品德培养很容易走弯路，走错路。儿童的个性不同、年龄不同、生活环境不同、智能组合等都可能会有所不同，因此，对孩子进行道德教育时，要采取易于未成年人接受的、喜闻乐见的方法。还要让他们多参与。道德教育不是你说我听，而是要让未成年人在参与的过程中进行自我教育。所谓自我教育，就是孩子们懂得自己要求自己，自己监督自己，对自己的行为进行控制。只有孩子们真正参与进去了，他们才能有感受，才能在感受中升华道德情感，形成道德认识。

5月25日，我和本校的4位同事有幸参加了为期两天的《全国中小学德育管理创新与新时期智慧型班主任专业成长高级研

修班》的培训。我自20xx年9月参加工作已有六个年头了，但是担任班主任才从去年开始。当我得知有这样一个培训机会时，非常的激动。

这次培训一共听取了3位教育专家的讲座，让我受益匪浅。专家们所阐述的教育观点，风格平实，语言或幽默风趣、或朴素真挚，列举了大量生动感人的实例。

25日上午郑学志郑老师向我们作了《自主教育管理的机制建设》的报告。郑老师结合自己班级的详实鲜活的案例，用朴实生动的语言诠释自己提炼的教育理念，谈了班级自主管理的具体做法：让每一位学生都参与小组建设，都为集体付出；用行政功能将班级重新建制；根据学科特长设置岗位，根据学生能力特长设置岗位等。这套自主教育管理理论，解放了学生，解放了老师，解放了学习生产力。

保险公司客服人员的心得体会篇三

20xx年的工作已接近尾声，一年来，在公司经理室的正确领导下，各部门同仁齐心协力，共同努力，客服工作取得了一定的成绩。

今年以来，公司经理室继续以抓业务发展及内务管理并重，实现两手抓，齐抓共管的管理模式，带领客服全体员工，团结奋进，客服管理工作取得了一定的成绩，客服水平也有了一些根本的提高。公司通过开展集中、统一的客户服务活动，进一步整合服务资源，促进以保单为中心的服务向以客户为中心的服务转型，不断提升服务水平，创造客户价值，积极承担社会责任，为公司永续经营打下坚实的基础。客户服务部紧紧围绕公司总体发展目标，在做好本职工作的同时做好服务创新，体现在以下几个方面。

- 1、主要从“内强素质、外树形象”着手，通过狠抓公司各岗位人员素质，进一步提高客户满意度，树立公司良好的对外形

象。

一个优秀的团队须有一个素质、技术过硬的服务队伍，今年以来，我部着重从完善制度着手，通过加大制度的执行力不断加大服务考核力度，以进一步提高客服人员综合素质。

针对我司部分柜员在柜面服务礼仪方面尚存在不规范现象的问题，我司客户服务部着力抓好全体客户服务人员的服务规范性，并从加强服务意识、强化服务执行标准等几方面对客户服务人员做了一些强化训练，加大了现场监督考核力度，现场检查，现场指导，并予以相应处罚。通过一系列的措施，使柜面人员加大了操作的规范性，服务礼仪的执行上也有了很大的提升，也为我司不断提高服务水平奠定了很好的基础作用。

20xx年6月，总公司举行了全国柜面人员上岗资格考试，我部全体人员13人参加，合格9人，持证率达70%。此次全国系统的柜面人员考试，加强了客服人员对专业知识的学习，也提升了客户服务部的服务质量。

为进一步强化公司业务管理制度执行力建设，从制度上为业务发展提供坚强保障，客户服务部对于分公司筛选出部分需客服员工加强学习的文件和制度，进行了认真梳理及汇集，并制定了业务管理强化制度执行力工作及学习计划，按照学习计划，定期组织客服人员通过集中学习和自学的方式全面、系统地对相关业务管理进行了学习，要求所有参加人员认真做好学习笔记、进行测试并撰写学习心得；根据测试及检查情况，要求各相关岗位撰写整改报告。从自身出发，树立了强化风险意识，确保了此项工作的全面有效开展，切实提高了我司制度遵循和依法合规经营的自觉性。

我司按照上级公司文件精神，面向所有客户推出国寿"1+n"服务计划。旨在通过举办客户服务活动，不断密切公司与客户的关系，进一步提高客户满意度，树立公司良好的对外形象。

为切实有效的开展活动，公司成立领导小组和工作组，并加强了对此项工作的宣传力度，按照活动组织、宣传方案逐一落实并有效实施各相关工作。提升了服务品质、增强了客户忠诚度，进一步提升公司服务水平，充分维护了客户权益，树立了公司良好社会形象。并通过上门送赔款等一系列的优质服务，为业务员的展业工作提供了很好的基础，也为加强我司与代理单位间的业务合作关系起到了很好的沟通作用。此活动的举办不仅增进了客户关系、提升了公司品牌知名度、也为巩固和带动业务增长注入了新的活力。

1、积极配合分公司做好vip客户工作为了进一步构建公司vip客户服务体系，为vip客户提供附加值服务工作，分公司开展了面向全区vip客户提供特约商家优惠服务的活动，通过此项活动的开展，为树立公司良好社会形象起到了一个良好的作用，在一定程度上提升了公司的知名度。

2、公司理赔部把“上门送赔款”工作做细做新，积极为学生险业务拓展工作做铺垫，继续加强对一些在社会上较有影响力的案件的关注程度，真正体现公司人性化的理赔服务。

（一）抓紧分公司下发的各类业管相关文件的落实及执行工作，继续做好客户服务部人员特别是新人的专业知识及技能的培训，提高服务人员的整体综合素质。

针对客户服务部今年以来人员调整的客观原因，客户服务部新入人员对专业知识及业务技能的缺乏□20xx年，我部将继续采取多种方式及途径，对所辖员工进行定期与不定期的培训，从本职工作做起，对于相关岗位技能进行专门培训，加强所辖人员的职业道德教育，有针对性地组织和开展业务知识及服务礼仪培训，对于分公司下发的业管文件及时进行传达及学习，真正领会其操作要领，将其运用到实际操作中。通过培训，推行公司综合柜员制，更好的为客户服务。

（二）配合公司团险、中介、个险三支销售渠道各项业务竞

赛活动的开展，更好地对业务发展提供强有力的业务支持及后援保障积极配合公司团险、中介、个险三支销售渠道开展各项业务竞赛活动，全力促进公司业务持续、健康地发展。

1、配合分公司在全区范围内将要实行的银行、邮政转账收费、转账付费项目实施方案，保证此项目的顺利实施。

2、保证“两鸿”满期给付、转保工作和银行、邮政转账收付费工作的顺利进行，同时为了提高销售人员活动量，挖掘积累客户，有效整合客户资源，做好客户的二次开发，努力促进转保，为20xx年开门红奠定基础，以进一步提升公司服务品质，增强客户对公司的满意度。

3、进一步加强柜面管理工作，营造良好的学习氛围，组织培训与自我学习相结合，建立体系化的培训教程，鼓励员工不断提高自身综合素质。

监督、考核机制，提高客户满意度，提升柜面运营能力，防范经营风险，树立中国人寿热情、真诚的服务形象，使柜面真正承担起中国人寿品牌载体的重任。

客户服务工作是一项长期的工作，如何在激烈的服务竞争中处于不败之地，真正把对客户的服务做“好”、做“永久”、做到“深入人心”，并非一个人一朝一夕能够完成的，而是公司每一个部门整体的工作，人人都是公司客户服务链的一个关键环节，我们只有把客户服务各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，国寿“1+n”服务需要我们每一个客户服务人员去全面诠释，良好的客户关系需要我们每一个国寿员工去共同增进，客户的满意度与国寿品牌知名度及形象的提升将是我们每一个国寿人的责任与骄傲！

记得有一位实战培训专家曾说过，“简单的事情重复做，你就是专家；重复的事情快乐做，你就是赢家”。客户服务工作是

一项长期的、较为复杂的综合性工作，我部将要求所辖人员在平凡的工作中，不断提高服务意识，营造全员为客户服务的氛围，将简单的工作做成不简单的事，达到客户、公司、自我的三赢。

保险公司客服人员的心得体会篇四

在网上经常会遇到很无聊的顾客，经常会被问到一些很白痴或者不属于我们能够解答的问题，但是顾客就是上帝，这真的是很真实的体验在了网上，因为不是面对面的交流，购买过程本就增加了一定的难度，所以我们的语气一定要非常诚恳非常礼貌，无论顾客怎么说，怎么问，问什么，我们都要以百分之两百的耐心和良好的服务态度让他们感到有种当上帝的感觉，我不知道被我服务过的顾客对t28的印象是怎么样？是否觉得我是一个合格的客服人员，但是就我自己来说，我将我的热情都投入到了上面，即使线上我受了委屈还在不停的给顾客解释和道歉，哪怕造成他生气的原因并不在于我，线下也很没品的和同事们一起骂顾客的刁难和白痴等，我想说的是尽管这样，但是我仍然还是拿出了我所以的耐心为每一位顾客解答和推荐，既然是想来学习的，我想端正态度问题是相当重要的，从一开始我的态度就相当的端正。

其实最开始的培训和活动还没有开始时我们做的都还没有那么累，因为在我看来顾客询问的问题都还在我的解决能力范围内，我能够就自己的能力帮助他们，我感到非常高兴，但是在淘宝三周年活动结束后，真的感到有点力不从心了，因为在活动前和活动期间，顾客都还持有最基本的礼貌，同样是咨询，但是在活动结束后，他们所买的东西迟迟查不到发货的信息的时候，那个火气就有点往我们身上发的感觉了，特别是当顾客买了半个月的东西半个月后还没有看到任何发货迹象的时候都怀疑自己是被骗了，以这种心态来质问店家的时候我想没有一个是好心情的，而我们就是他们了解情况的直接入口，就好像是打仗的第一前线兵，管他炮轰还是子弹，第一时间总是打在了我们的身上。

做客服为什么很多时候强调的是要求服务态度呢？在我看来客服的态度直接决定了店铺的销售量和所代表品牌的影响力。纵观现在淘宝网上的网店或者是商城，哪个店铺的评价里有很多说客服服务态度很差的，基本上看到的都是关于宝贝的质量是否令买家满意，物流速度和态度是否令买家满意，还有最多的就是这家店铺的客服态度很好，很耐心什么的，然后就是下次还会关注等等，所以说客服这个岗位看似任何人都可以做，可有可无的，但是确实站在销售第一线的，也是至关重要的岗位，不管你店铺活动策划做得有多好，价格有多优惠，没有好的服务态度，也是留不住顾客的，现在不管是线下还是线上，同行业的都不止你一家，消费者抱着哪里都能买到的心态对店家的要求就无形中提高了很多，很多时候享受到满意的服务，即使买到的东西有点瑕疵消费者都是能够包容的，但是你态度不好的话，肯定是会直接被pass掉的。

1、服务态度（回复是否及时、回复态度是否很有礼貌，即使顾客骂你还是对你怎么样都不能说过激的语言，可以线下骂人但是一定不能线上对顾客摆脸色、服务用语一定不能给顾客承诺，否则就成了顾客找麻烦的理由与借口）

2、服务专业（问你问题的时候一定要不能回答你不知道，不理解，不愿意，不理解等，无论是问什么样的问题都不能不理顾客）

3、一定要非常清楚了解店铺有哪些活动，当顾客咨询你的时候不能出错，没有折扣的活动千万不能对顾客说有折扣，否则顾客就会按照你所说的折扣要求你打折要不然说你是欺骗行为，进而引出要投诉等问题，甚至是更加严重的问题。

做客服的十天我的收获也很多，首先是知道了做事一定要有认真的态度，要不然让你再多做一秒也觉得是种折磨。其次，说话一定要很小心谨慎，什么叫做祸从口出，做客服就是祸从手出，如果是你不确定的事情一定不能贸然的回答顾客，

更不能给顾客任何承诺，也不能按照自己的主管判断来告诉顾客一些事情，比如产品的颜色等敏感问题，这些看似很小的问题，往往就是铸成大错的细节，很多顾客或许就会因为你的一句不怎么明白的话语和售后或者其他客服纠结很久，最后僵持不下给公司造成一定的损失，因为旺旺上一直都是聊天记录，每个人都有自己的客服号，所以责任都是精细到了个人，是谁出的错都是有据可查的，我对自己的要求不高，起码要做的当顾客和我们的工作人员的纠结问题的时候不会说是我告诉了他可以怎么样怎么样，但是公司政策又是不允许的，或者是在查聊天记录的时候是我出了错，这就够了~~~ 不希望顾客在评价的时候说t28的态度很好，只求自己不要犯错，给公司带来影响。最后的感触就是要有归属感，无论你在哪里，为那个企业做事，最基本的归属感是必须的，要随时记住自己代表的不仅仅是个人而已，而是代表了一个企业的形象，一种品牌的形象，要随时给自己提醒，时时做到我没有丢自己的脸，在公司没有丢学校的脸，在顾客面前没有丢公司的脸。

每天上班的内容单调，重复性很强，特别是到后面的几天，基本上接待的一两百位顾客都是询问发货问题、退货问题、发错货问题、退款问题等等，都是有点来找麻烦的感觉，其实也不能怪别人找麻烦，确实是我们做得不到位，这也是没有办法的，换位思考一切都迎刃而解了，我们做客服的都设置了很多的快捷回复语，当顾客询问的时候除了要第一时间回复时外，还要了解到他到底是问什么？后期的顾客基本上都是问发货问题，所以第一时间了解到他的货我们有没有发出，然后就是准备回答他是由于什么原因我们没有及时发货，并且道歉，由于我们的工作不到位给顾客造成的失误等，其实有时候根本不是我们的原因，但是道歉也是必须的，因为人都是相互的，只有你首先承认了错误后，顾客他就会觉得你的态度让他满意，如果还继续找麻烦都是自己的不对了。还有发现的一个工作技巧就是转移顾客的注意力，本来他是来质问你为什么还没有发货，因为他宝宝都要出生了，等着急用或者什么原因很生气的时候，我们就可以紧紧抓住他所

透露出来的信息，比如恭喜他喜得贵子呀~~ 祝她宝宝健康平安，或者说他宝宝肯定非常非常可爱等所谓的好话的时候，无论他是爸爸还是妈妈，当有人夸他孩子的时候所流露出来的真情和包容都是肯定的，再加上在夸奖后的一番道歉的语句，他肯定就会放松刚开始来的目的，继而转变为再等等吧之类的，我使这招真的是屡试不爽呀！非常奏效，还有就是给顾客道歉时语句中表现出来的真诚也往往是最能打动顾客的，当你感谢他的谅解是送上一个玫瑰花的表情，顾客的心情也会一下子变好，所以问题也很好解决了。但是这始终是治标不治本的，最终的问题得不到解决我们客服无论怎么道歉怎么拖住顾客宽限时间都是多余的，一次两次还可以，但是多次的话任何一个人都没有耐心了，所以任何一个环节都不能出错，必须都连贯起来才会有成功。

现在是真的了解到只有干这一行的才会真正了解到这一行的辛苦与辛酸，作为一个顾客的我想起来前段时间自己上网买东西的经历，我是不喜欢咨询客服的，没有那个习惯，买了件衣服一直都没有收到，花了一个星期才收到，因为同学比我迟买的都收到好几天了我才收到，最后我还是没有找客服，但是自己在给店铺评价的时候的评语就不怎么样了，其实作为一名电商专业的人，我当然知道一个不好的评语给店铺带来的影响，很多时候就是因为一条小小的评语或许就致使店家流失了很多潜在顾客，现在想起来还真的有点对不起别人哪！

梦洁作为这么大一个知名企业都存在不少的问题，那么我想其他的企业也肯定有很多问题是亟待解决的。

3. 贝图片色差问题，虽然问题不严重，但是仍然存在；

5. 网购部内部各岗位的不衔接，策划部那边策划活动的时候没有很好的考虑到客服和物流这方面的工作流程是否能够根据策划顺利进行，内部只要有一点点的不和谐，都不能使活动获得圆满成功。

6. 网购部和企业内部部门的沟通太少，就很多产品来说，仓库里面根本没有，但是网上的订单仍然照下，这就严重的延长了发货的时间，同时也给店铺带来不好的影响。

最后，总结这半个月在梦洁的实习，让我更加的理解了社会和专业的方向发展，积累了更多宝贵的经验，同时也发现了社会果然很现实，公司也只用有用的人，绝对不可能发生天上掉馅饼，发生让你只拿钱不做事的事情。

保险公司客服人员的心得体会篇五

一、深化落实认识公司各项规章制度和客服助理的岗位职责制度。

在20__年初步完善的各项规章制度的基础上，20__年根据领导提出“一年打基础，二年上层次，三年创优秀”的指示精神，不断学习和掌握物业管理相关法规、服务收费标准，熟悉小区业主及设施、设备的基本情况。20__年致力于全心全意提高团队配合协作意识，在公司领导的带领下朝着服务创优的目标不断进发，并取得了广大业主的`广泛支持理解和积极地肯定赞扬。

二、深刻了解掌握园区整体工程基本情况，理论联系实际，积极参与学习与培训。

自20__年8月开始交房以来，园区整体一期工程已完工_栋，共计_户住宅，共_单元。二期工程已完工_栋，共计_户住宅，共_单元。总体上已收楼_栋，办理入住_户，其中具备办理入住条件共_户，未办理入住手续为_户。闲置房屋共计_户，其中空置房_户，样板间_户，工程抵款_户，施工单位办公借用_户，具备办理入住条件未办理入住_户。

自觉接受品质部的培训与考核，掌握客服部基本作业程序，在学习与工作中培养高度的责任感和敬业精神，力争工作认

真细致，对业主家维修事项积极与施工单位联系，同时及时反馈回访业主。

三、落实客服助理岗位职责，及时完成对客户的服务及领导交给的其他工作任务。

1、每月完成一次对空置房的巡检与记录工作，发现设备设施及处理隐患__起，纠正违规、违反装修管理规定，在日检责任区内情况时下发整改通知_份，其中包括，装修垃圾堆放、责任区域内卫生、业主占用公共区域、业主私自改动设备设施、空调机位杂物堆放和悬挂广告条幅等情况。

2、负责跟进园区防水报修维修处理工作，现场漏水情况查看并作整理记录，通知施工单位维修处理各类渗水、漏水共计83户，其中维修产生损失并要求恢复及赔偿客户已上报部门经理逐级上报妥善处理解决。

3、责任区域内土建水暖报修联系处理工作随时与施工单位沟通，处理率达到_%以上，其余为业主在装修过程中自留隐患造成，已做好业主沟通解释处理工作。

4、负责园区护栏及护栏玻璃问题处理维修结果跟进工作，已多次联系施工方维修未果，至今仍有_户业主家相关问题未得到妥善处理。

5、为提高创新优质服务给广大业主带来更舒适温馨的居住生活环境，积极开展20__—20__年b区物业服务费用收取工作(延期违约交楼产生违约抵扣物业费正处于理赔期，不计算在内)□b5已到期_户，现已催缴收取_户□b2已到期_户，现已缴纳_户。其中未缴纳业主除居住外地未装修空置现住房需继续做催缴解释工作，还有部分业主对前期工程维修遗留问题有异议，现阶段工作重点需多倾向于专门跟进维修处理施工遗留问题，达到业主满意确保物业服务费用的顺利收取。

四、推陈出新不断提升自身素养，提高服务品质

业主的满意就是物业服务的终极目标，在工作中磨砺塑造自我性格，提升自身心理素质。对于社会工作经验不丰富的我而言，工作中不免遇到各种各样的阻碍和困难，但在领导和同事的帮助和关怀和包容下，尤其是丁经理的悉心教导下，敢于挑战，性格也进一步沉淀下来很多。

工作生活中体会到了细节的重要性。细节因“小”而常被忽视，常使人感到繁琐，无暇以顾。所以更要时刻牢记领导强调的“服务细化，从细节中产生回报与效益”。

- 1、继续加强学习物业管理的基本条例，了解掌握相关法律法规。
- 2、加强文案、表格数据等基本工作技能，熟悉了解相关物业管理案例解析。
- 3、进一步改善自我性格，提高工作耐心度，更加注重细节，加强工作责任心和培养工作积极性。
- 4、多与领导、同事沟通学习，取长补短，提升能力，跟上公司前进步伐。

保险公司客服人员的心得体会篇六

写好了工作计划不仅事半功倍还能省出不少的时间。以下是小编为大家推荐的保险客服工作计划，希望大家能够喜欢。

第一、加强业管工作，构建优质、规范的承保服务体系。承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在**年度里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。

1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。

2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

3、建立健全重大标的业务和特殊风险业务的风险评估制度，确保风险的合理控制，同时根据业务的风险情况，执行有关分保或再保险管理规定，确保合理分散承保风险。

4、强化承保、核保规范，严格执行条款、费率体系，熟练掌握新核心业务系统的操作，对中支所属的承保、核保人员进行全面、系统的培训，以提高他们的综合业务技能和素质，为公司业务发展提供良好的保障。

第二、提高客户服务工作质量，建设一流的客户服务平台。随着保险市场竞争主体的不断增加，各家保险公司都加大了对市场业务竞争的力度，而保险公司所经营的不是有形产品，而是一种规避风险或风险投资的服务，因此，建设一个优质服务的客服平台显得极为重要，当服务已经成为核心内容纳入保险企业的价值观，成为核心竞争时，客服工作就成为一种具有独特理念的一种服务文化。经过**年的努力，我司已在市场占有了一定的份额，同时也拥有了较大的客户群体，随着业务发展的不断深入，客服工作的重要性将尤其突出，因此，中支在**年里将严格规范客服工作，把一流的客服管理平台运用、落实到位。

1、建立健全语音服务系统，加大热线的宣传力度，以多种形式将热线推向社会，让众多的客户全面了解公司语音服务系统强大的支持功能，以提高自身的市场竞争力，实现客户满

意最大化。

2、加强客服人员培训，提高客服人员综合技能素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。

3、以中心支公司为中心，专、兼职并行，建立一个覆盖全区的查勘、定损网点，初期由中支设立专职查勘定损人员3名，同时搭配非专职人员共同查勘，以提高中支业务人员的整体素质，切实提高查勘、定损理赔质量，做到查勘准确，定损合理，理赔快捷。

4、在**年6月之前完成营销服务部□yy营销服务部两个服务机构的下延工作，至此，全区的服务网点建设基本完善，为公司的客户提供高效、便捷的保险售后服务。

第三、加快业务发展，提高市场占有率，做大做强公司保险品牌。根据**年中支保费收入*万元为依据，其中各险种的占比为：机动车辆险85%，非车险10%，人意险5%。**年度，中心支公司拟定业务发展工作计划为实现全年保费收入*万元，各险种比例计划为机动车辆险75%，非车险15%，人意险10%，计划的实现将从以下几个方面去实施完成。

1、机动车辆险是我司业务的重中之重，因此，大力发展机动车辆险业务，充分发挥公司的车险优势，打好车险业务的攻坚战，还是我们工作的重点，**年在车险业务上要巩固老的客户，争取新客户，侧重点在发展车队业务以及新车业务的承保上，以实现车险业务更上一个新的台阶。

2、认真做好非车险的展业工作，选择拜访一些大、中型企业，对效益好，风险低的企业要重点公关，与企业建立良好的关系，力争财产、人员、车辆一揽子承保，同时也要做好非车

险效益型险种的市场开发工作，在**年里努力使非车险业务在发展上形成新的格局。

3、积极做好与银行的代理业务工作。**年10月我司经过积极地努力已与中国银行、中国建设银行、中国工商银行、中国农业银行、福建兴业银行等签定了兼业代理合作协议，**年要集中精力与各大银行加强业务上的沟通联系，让银行充分地了解中华保险的品牌及优势，争取加大银行在代理业务上对我司的支持与政策倾斜力度，力求在银行代理业务上的新突破，实现险种结构调整的战略目标，为公司实现效益最大化奠定良好的基础。

以省公司提出的工作目标为指针，以寿险业务发展为中心，以城乡网点建设为重点，全面促进营业部寿险业务工作持续、健康、高速发展；在内强素质、外树形象上，公司品牌宣传上，经营管理水平上，业务队伍的专业素质上下功夫，顺利完成营业部的评级，同时圆满完成上级公司下达的全年任务目标而努力奋斗。

1. 建立健全营业部农村营销网点。年内将在现有业务队伍基础上，新育成3名业务总监，6名高级业务经理，12名业务经理，资深理财顾问达到100人(其中上半年完成45人，下半年完成55人)。完成城区两个营销分部、4个主要农村网点的高立工作；积极拓展渠道，将保险协保员制度建立健全，将协保员队伍发展到200人，准股东队伍争取扩大到100人。

2. 全年寿险价值保费考核目标360万元，奋斗目标450万元。

3. 组织举办10期新人班，20场以上的创业说明会，30场以上的产品说明会，40场以上的客户联谊会。

4. 建立健全营销网点管理办法，制定具体的实施方案与措施。

5. 加大广告宣传力度，实现电视宣传加标语、横幅、宣传单

的立体式广告宣传，迅速的打响品牌。

6. 设计制作一套简单实用的展业手册和增员手册，为业务员提供一些较实用的营销工具。

1. 战前动员——树立必胜的信念，抢抓机遇、直面挑战

通过各种会议，将公司的伙伴代理制、公司的市场竞争优势，保险市场的发展道理讲深讲透，保持观念新、万事新，从而变被动经营为主动经营；同时建立健全公司各项具体的规章制度，为管理提供良好依据。

2、点将布阵——组建营销服务分部，选拔和培养专职管理人才

组建两个城区营销服务部，四个农村网点服务部。形成竞争格局，在竞争在锻炼和培养人才，形成一支人才辈出的中层业务管理骨干；为业务达标的服务部提供良好的展业平台，同时出台服务部管理方案。

3、签订军令状——实行目标管理，任务责任细分到月到人

与各管理部门签订全年目标管理责任状，做到目标明确、奖惩有据，增强全体主管带团队冲刺全年业务的信心；将全年任务目标细分到每月，在开业务启动会时，分配到各服务部。通过每月的工作总结会、周主管会、晨会、圩会的绩效分析，追踪团队目标达成情况。

4、招兵买马——开展增员活动，发展兼职协保员队伍

前期投入较小的费用，开展有效专职增员，并要求所有专职的老员和准股东一并进行素质提升培训，在此基础上大力提倡发展兼职协保员队伍，为业务员业务拓展打造平台。形成公司良好的“月初增员，月中培训，月尾大举绩”工作机制。

在全县经济基础较好的200个行政村挑选200名较有知名度和美誉度的人员担任兼职协保员，迅速扩大公司人员队伍规模。制定好协保员管理方案。

保险公司客服人员的心得体会篇七

xxxx年x月—xxxx年x月，我在中国人寿保险公司青岛分公司进行了为期两个月的培训。中国人寿保险股份有限公司是中国大陆最大的专业化商业人寿保险公司，是中国内地第一家在美、港两地同时上市的金融企业。xx03年被《欧洲货币》评为“亚洲最好的保险公司”。xx03年度世界500强企业评选中，中国人寿保险股份有限公司再次入选世界500强，排名也大幅度上升。中国人寿连续8年在保费收入、资产总额、客户规模和市场占有率上排名业界第一。中国人寿拥有长期忠实客户1.6亿人，短期保单客户1.5亿人，为6亿多人提供了人身保险。我培训的部门是该公司的培训部，培训部的职责是对本公司的保险推销人员(即外勤人员或业务员)进行系统的、专业的培训，帮助他们掌握推销的方法，提高他们的推销技巧，从而提升公司的业绩。

人身保险是以人的生命或身体为保险对象的，保险人对被保险人的生命或身体因遭受事故、意外伤害、疾病、衰老等原因导致的死亡、残疾、丧失工作能力或者年老退休责任给付保险金的一种保险方式。因此，以经营人身保险为主的保险公司所提供的产品就具有无形性、同质性、广泛多样性和分散性等特性。而且人身保险所涉及的往往是人的老、死、疾、残等。在中国这样一个儒教的过度里人们大多忌讳谈论这些话题。所以即使人们有巨大的保险需求，也很少有人主动的去购买保险产品。这就需要我们的人身保险推销员来为客户介绍保险产品，引导客户发现需求，激发客户实现需求，推销公司的保险产品，提高公司的业绩，提升公司的形象。保险推销工作是保险公司的赖以生存的前提。

第一，推销工作具有服务性。这种服务性表现为：首先是在顾客购买之前，推销人员应根据客户的需要，帮助其设计保险方案，选择适当的险种；其次在顾客购买之后，根据客户保险需求的变化和新险种的出现，帮助顾客调整保险方案，确保其财务稳定；再次当保险事故发生或期限届满时，主动帮助客户索赔或提供这方面的咨询服务。

第二，保险工作需要丰富的知识。人身保险本身是一种合同，也是一种家庭经济计划。它不但牵涉到法律、税金、医学、金融投资、社会学方面的知识，还要考虑到客户家庭情况、收入状况及未来的经济计划和投资方向及客户的心理状态和消费习惯。

第三，推销工作意义重大。人身保险是帮助他人追求幸福人生的保证。推销员在推销工作中处处为客户着想，提供给客户优质的保单，使客户在遭遇不幸时及时得到经济帮助，渡过难关，自然会受到人们的尊敬。

第四，推销工作灵活自由。人身保险推销工作可以由保险员根据自己的情况选择工作时间、对象及地点，按照个人的计划自由调整安排。

第五，推销工作还有独特的工作程序和工作要领。所以，任何一家人寿保险公司都相当重视保险推销人员的培训与开发。

保险公司客服人员的心得体会篇八

在公司领导的正确指导下，在同事们的支持和帮助下很好的履行了工作职责，基本上完成了工作任务。在此，我感谢这段时间公司领导对我的细心教育和同事们给我的及时帮助，让我用不懈的努力在实实在在的工作实践中换回了充实的社会经验和学到的很多知识。

一年来的工作虽然取得了一定成绩，但是离上级领导的要求

和保户的期望还有一定差距，还存在一些问题和不足：一是思想意识保守，工作不够大胆和创新，工作虽然到职，但没到位，工作力度不大，工作不够细，思想工作也不到位，组织、协调和沟通不够；二是面对强大的市场竞争压力，有的同志出现畏难情绪，少部分员工有思想惰性，缺乏市场发展前瞻性，主动出击少，被动挨打的多，造成了少部分业务的流失；三是客服的基础工作有一定的差距，如：制度建设、人员配备、工作流程、服务网络和信息支持等都不够；四是服务意识不强、措施不力、服务体系和服务网络不够健全，服务的办法不多，也没什么特色。

随着市场变化和竞争的不断加剧，在今后的工作中，我们将牢牢地把握市场的主动权，加强争夺市场的力度，加快抢占市场的速度，进一步拓展市场。

一是加强思想政治工作，加强学习，认真贯彻执行总公司的各项方针政策，树立服务的观念、管理的观念。

二是转变思想观念，积极适应股分制改革后新的管理模式和展业模式，继续加强竞争意识和危机意识的教育，加强并运用数据管理，引入激励机制，全面调动员工的积极性和主动性。

三是强化服务意识、完善服务职能，改善服务措施。改变以往传统的服务观念，大胆创新，强化服务的角色定位，采取全方位的服务措施，形成一个具有品牌的特色服务。四是继续加强与公安、交警、教育、卫生等部门的沟通，争取他们的协助，努力提高五小车辆、学平险、校园方责任险、医疗责任险的承保率。

四是强化理赔服务工作。努力提高现场查勘率，采取人性化服务，区别对待，加快理赔速度，提高服务质量，改善外部展业环境。

五是加强培训，提高理赔人员的政治素质、专业素质及综合素质，培训采取近期与长期相结合、理论与实际相结合、内部与外部相结合，力争在短期内大大提高员工的素质，从而提高服务水平。

总之，新的一年，我们面临着新的机遇和挑战，面临的困难很多，工作压力将更大，要求会更高。我们将在上级公司的领导下，以党的十七大精神为指导，牢固树立和落实科学发展观，团结一心，齐心协力，勤奋工作，把各方面的工作做的更好，努力开创保险工作的新局面，为我公司和保险业的发展作出新贡献。

保险公司客服人员的心得体会篇九

教授的讲义给我留下很深的印象，耳顺之年的气派、魁梧的身材把想象中儒雅之气的白发老头荡然无存。

授课的四个内容薪酬、企业文化、投诉与沟通。从理论的提升就好像整个人被洗了脑，模糊的概念、印象评估等让我闻所未闻，知道自己的无知和渺小。不管是充电还是洗脑，都让我对现在的工作方式和方法产生了诸多怀疑。

其实从z教授讲义的这么多的理论和实际的应用方法。我总能感受到不只当领导要有艺术，分清“管”和“理”的能效等，企业文化的文化定位等。更多的是让我思考我们公诚物业企业本身所存在的核心竞争力。

试想一下，格兰仕微波炉能控制中国三分之二的市场，企业的竞争核心力在于价格，以低价格占有市场。而世界著名的500强企业沃尔玛核心竞争力是什么，是跨国的规模?物品价格低廉?还是售后服务的优胜?都不是，沃尔玛真正的核心竞争是她拥有世界最大规模的物流，她拥有世界上最大的庄园，及世界上最大的物品集散地和最科学的物流运输。看看以往对核心竞争力的概念定义，总让我找不到合适的来概括

我们企业的核心竞争力到底是什么，从企业的体制来看，我们还属于国企，我们的上级单位——具有垄断性质的中国电信，在这个母体下，我们孕育发展，她具有计划经济和市场经济的双面体现，从管理体系中来看，我们具有一个物业公司应有的一切，制度、人员架构、服务对象、服务内容，业主只有一个，即中国电信。从服务水平上来看，表面上都不错，只能与高水平的物业公司相比，唯有体现为少数的几个亮点来称托，甚至不能把某部分拿出来冠冕堂皇地说，我很优秀，我比你强，所以，真正要挖掘企业的潜力及能动性首先要定位企业的核心竞争力，以下我引述我自身对核心竞争力最恰当的概念。

- 1、核心竞争力是企业内部集体学习的能力，而不是外在资源的强大。
- 2、核心竞争力是人的能力，而不是物或者可以继承的资产。
- 3、核心竞争力是为客户创造价值的的能力，而不是相比对手的优势。

核心竞争力的两个标准是：一价值性，即核心竞争力是能够为客户创造价值；二是她的释放能够大大降低对手的竞争优势，也就是所谓“不战而屈人之兵”。

以上的概念是引自——江汝祥所着《差距》一书中。虽然不能直接我们企业核心竞争力的问题，但至少可以给我们参考的价值和思考的空间。

其次，在z教授把深奥的理论用直白接近单口相声的方式，听者当然欢声笑语，孜孜不倦，但回过头来，自己揣摩一下，其实教授的妙语连珠的幽默背后是让我们如何是做一个好的领导，并且是做具有领导艺术的好领导，就像摩托罗拉公司对领导者的要求。在摩托罗拉公司，一个领导者首要的责任并不是去做决定或者指挥，而是去创造和保持一种催化环境，

要去为其他人提供可以学习的“遗产”，并通过制度系统鼓励对这种“遗产”进行再创造。

我对以上的概念深信不疑，但更认为公诚物业的中层领导更应该具有两种风格来体现管理艺术，第一，要培养自己判断事物的因果关系；第二，学会应用方法论，就像资本论一样，她并不是告诉一个结果，社会主义和共产主义就是这样，而是通过资本论提供一种方法，如果两者兼有，对工作来说，一定事半功倍。

总之□z教授的讲义让我钦佩他的才学，让我唾弃自己的无知、让我清醒以后的发展、让我明确更高的目标。