

快乐营销保险演讲稿三分钟 保险营销员 演讲稿(优秀5篇)

演讲稿是演讲者根据几条原则性的提纲进行演讲，比较灵活，便于临场发挥，真实感强，又具有照读式演讲和背诵式演讲的长处。那么你知道演讲稿如何写吗？以下是我帮大家整理的最新演讲稿模板范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

快乐营销保险演讲稿三分钟篇一

尊敬的各位领导、各位来宾：

大家好！从事保险营销行业这么多年来，我渐渐明白，诚信是保险的灵魂，诚信营销、诚信服务也让我的事业变得精彩。

曾有一位客户主动提出要投保10万元保额的保险□20xx年缴费。但我了解到客户所在企业效益不好、又有孩子需要抚养，客户可能会面临较大的经济压力。我想，做保险不是收的保费越多越好，而要看客户真正需要什么。于是，我劝他选择了5万元保额的保险。

不久，这位客户下岗了，整天呆在家里打牌，原本和睦的家庭关系蒙上一层阴影。我看在眼里急在心里，积极帮这位客户想办法，一个星期后，我帮他在长宁区一个小区找了一份物业管理的工作，上下班都很方便，客户一家顿感惊喜和感动。

平时，我一直默默地尽我所能帮客户排忧解难，为他们客户孩子请家教、办转学，帮着他们介绍工作、甚至搬家。我渐渐成为客户心中值得信赖的朋友。

我觉得，保险服务不在一时，而在一世，只有客户满意，我的展业路才会越走越宽敞。

善待客户的真情深深打动了他们的心。这件事很快在部队医院传开了，不少人专门找我来投保。

一位女客户不到半个月就将临产，她丈夫因工作关系出差。我很惦记着她，来到了她家。见到客户后，直觉告诉我，她应该马上进医院。我把她送到医院，医生诊断需立即生产。大约过了2个多小时，顺利产下一个女婴。

事后，有人惊讶地问我，她在你这里买了多少保险？我平静地答道：“关键不在于她买了多少保险，而是她买了保险(虽然只有700多元)，我就要全心全意为她服务，我这样做很值得。”我自己多了一些不便，却换回了她们母女二人的平安，有什么不好呢？作为她们保险代理人，对客户不但需要诚心，更需要细心。

是客户真正造就了一个全新的我，是保险事业造就一个全新的我，是销售中的经历造就了一个今天的我。诚信，就像“钻石”一样，散发着永恒的光芒，一路伴随我开创更美好的人生！

尊敬的各位领导、各位来宾：

大家好！

在加入之前，我是一个混混沌沌的普通公司文员，每个月领取不多不少的薪水，够养活自己，省吃俭用好不容易存点钱，也被偶尔犒劳自己的偶尔挥霍和旅游弄到银行存折数字归零。妈妈常常唠叨我说：“你就不知道好好理理财？一个女孩子家，也不多为自己将来的生活做些准备和规划？”每次妈妈的唠叨都被我当作耳边风，就我那点工资还需要理财？我还年轻呢，只要我工作，害怕没收入？居然还要我为将来的生活做规划？！

我仍然会在发工资的那天去小逛一下商场，见到心仪的靓装，不管衣柜是否还放得下，照样买；仍然会存点小钱，偶尔去挥霍一番。

一个偶然的的机会，我来到无锡，认识了，并加入了。或许是公司实力打动了，或许是想改变一直一来混沌无为的生活。可爸爸妈妈一听我要去保险公司做个营销员，很诧异。“放着好好的文员不做，去跑保险，而且还是在完全陌生的城市，你知道会有多艰辛嘛”妈妈语重心长的说。“我还年轻啊，接受点挑战，为自己的人生添姿加彩不好嘛？难道你们希望我这个女儿平庸一辈子吗？且不说保险是个怎样的行业，难道你们不希望我在一个世界上数一数二的大公司里锻炼下自己吗？”一如我的独立特行，自以为是！妈妈总被我说到无语对答。我是坚持加入了，可爸爸妈妈却接受不了。不理睬我，不打电话给我，不发短信给我，甚至爸爸也不再问我一个人在无锡钱是否够用了，真是要命！

从ale到abc□从单纯的想拿到资格证到渐渐深入的了解保险了解，时间不长，过程很短，却让我每天培训结束后都在思考。生老病死的自然规律，人生中一连串的未知与不确定，环顾周围，无处不在。只是一直以来都太过自我的活着，从未去关注过。学校毕业，参加工作，领取薪水，也没去思考通过自己曾接受的教育和努力的工作所活着的酬劳要怎样去保全与合理分配。总以为自己辛勤工作领取高薪就能提高自己生活的品质，却未曾想到过那是多么的脆弱。一旦发生意外或者患染疾病，难道还要年迈的双亲为我承担现如今高昂的医疗费用？有多少普通家庭能承受得起如此的重担？父母含辛茹苦的将我养育成人，如有不测，我拿什么来回报？我用什么来照顾他们？我留给他们的难道仅仅只能是悲痛吗？而现在，我知道了，我只要少去一次必胜客，把每个月放在银行能随意支取的那点钱存在，我就能在自己患病之时，不去拖累家人；就能在自己发生不测之时给他们留下一笔财富。让这笔财富代替我去照顾他们的晚年，而非抱憾离去！

20xx年5月12日下午2点28分，汶川大地震。当天下午3点多，收到妈妈发来的短信：地震了，你平安吗？爸爸和我很担心你。我们都平安，你放心吧。看完的时候，我双眼潮湿了。两个多月来，妈妈第一次主动给我短消息，赶紧回了妈妈的消息，报了平安，并告诉她我已经投保了，就算我有什么不测，也能有那么一笔不少的理赔金供他们安享晚年了。在这样的巨灾之下，有多少爸爸妈妈已经不能给自己的孩子们问平安报平安啊！如果哪些被地震带走了生命的人们，都曾经为自己投一份保障，就能够将自己对亲人的挚爱多一份延续，就能为还活着的亲人重建家园添块砖加块瓦出份力……。汶川地震，发人深思，生命在大自然之下显得那么的伟大与崇高！

几天后，我给表弟分享了自己短短两个月时间所学到的保险、理财知识。表弟听完后，对我说：“姐，原来保险是这样一回事啊，我爸妈就我一个孩子，我要给自己一份保障的同时，让爸爸妈妈也有保障。就像你说的，只要他们在我就要照顾他们。”妈妈和小姨在旁边微笑着。回家的路上，妈妈对我说：“没想到，你去了之后变化那么大，终于懂事了，妈妈也放心了。好好的干，你一定是优秀的。”是的，到短短的3个月，学会太多太多。我懂得了如何重新去诠释我们宝贵的生命；懂得了如何让自己更有尊严的活着；懂得了怎样去关爱！

现在的我，每天乐于将自己领悟的保险，理解的相关知识，学会的服务告诉身边的人们。在超市购物时，在咖啡厅聊天时，在乘坐公交时，在菜场买菜时，在餐厅吃饭时……我乐此不疲。因为，我相信在我们需要帮助的时候，那一张张保单一份份保险合同，能给予我们及家人帮助。为此，我很骄傲，我很自豪，因为我从事的是太阳底下最神圣的职业——保险！

尊敬的各位领导、各位来宾：

小时候谁没有听过“狼来了”的故事呢？这个流传最广又最简单的故事，却足够分量地告诉了我们不诚信可能付出像生命

一样的代价。曾几何时，人们认为“保险业务员就是从别人的口袋里骗钱”，曾几何时当我们进入保险公司，身边的某些朋友改变了面孔，他们说业务员从身边人“骗”起，必须对我们敬而远之；曾几何时，我们吞下巨大的尴尬不厌其烦地和别人解释保险和非法传销的本质区别；保险公司无论资本实力、以及对于国计民生保驾护航的作用，都应是明明白白、堂堂正正。而诚信更是我们保险业的生命线。为何在社会大众面前有如此大的反差呢？正是某些不诚信的行为引起社会极大的不满，当人们面对一些不良的现象，而无法指责具体的人的时候，便把矛头指向了整个职业，一句话，这是我们行业为曾经缺乏诚信而付出的惨痛代价！而作为保险人，我们深受其害，我们为此付出的泪水和汗水还少吗？长期以来，百万寿险营销员一直处于寿险业边缘人的尴尬地位，那么我们靠什么扭转乾坤呢？靠的只能是诚信，如果说诚信有标准的话，唯一的标准就是时间，因为诚信，我们会签订的是一份经得起时间检验的良质保单，因为诚信，我们会执行的是一种经得起时间考验的服务，做保险就是做人，对诚信不悔的坚持将终使我们的人格也得到提升！今天的我已经改变了对诚信泛泛的要求，而是在每天的展业中具体化规范化习惯化，是在经营我的个人信誉品牌。

目前，在保险的市场上还有许多与“诚信营销和诚信服务”背道而驰的现象：如投保易，理赔难；如为了保费而不惜误导客户，对保险责任夸大其词，对除外责任隐晦不语；如盲目做不可实现的承诺；收完保费难觅踪迹；挪用保费逃之夭夭，如此等等。就是这些人的急功近利、不讲诚信的行为，严重影响了保险业的信誉。

试想一下，一名保险从业人员的不诚信，对于他自己来讲还可算是个人信用的缺失，那么对整个保险市场来说，将因使个人信用的缺失扩大为整个保险企业信用的丧失，任其发展将引发保险企业的生存之虞。

推销是保险营销根本，表面上我们推销的是手中的保单，是

我们的产品，而实际上我们推销的是自己，推销的是做人，推销的是诚信。做一回买卖，结一世朋友，赢一方信誉，创一块牌子。有人曾经说过，一般事情是看了才相信，而保险是相信了才看见。因此在我们成交每一份保单的背后蕴含的是无限诚信的期望和寄托。保险就是责任与承诺，保险卖给客户的是一纸文书，但却背负着诚信的诺言，它却重于泰山！

人无信不立，家无信不和，国无信不远，企业无信则终将破产。诚信是通向成功的基石。如果说从业人员是公司的招牌，那诚信服务就是各大保险公司“逐鹿江淮”的制胜武器，真正具竞争力的企业不仅仅是建立上，更应全力打造一个以人为本、诚信为基坚实大堤。

在这条诚信大路上，我并不是孤单的，在每天的早会里，我大声地诵读着公司训导的诚信精神；在每天的展业中，那么多勤恳踏实的业务员是我的同伴，那么多熠熠闪光的优秀前辈是我的榜样，而获得国际服务品质奖则是我一直追求的目标。诚信，其实很简单。不隐瞒欺诈，不伪劣假冒，不弄虚作假，待人处事真诚、老实、讲信誉，言必信，行必果，一言九鼎，一若千金。

共2页，当前第1页12

快乐营销保险演讲稿三分钟篇二

我叫，来自中国人寿保险股份有限公司分公司。今天我演讲的题目是“打造一流的银行保险业务网点”。

中国人寿保险股份有限公司是拥有50多年发展历史的商业化商业寿险公司。在年公司的保费收入高达87.19亿元。占中国寿险市场份额的56.59%。同年成为中国内地唯一一家进入全球500强的保险企业。年月，中国人寿股份有限公司成为国内首家在同时上市的金融企业。这些都充分显示了中国人寿的辉煌。

我在今年月初加入公司中介业务部，虽然参加工作时间较短，但是经过省公司的一系列培训与学习，对中国人寿股份有限公司奉行“成己为人，成人达己”的核心理念，以及“诚信为本，稳健经营”的企业的宗旨，有了深刻的理解，同时也加深了我对银行保险业务的了解。所谓的银保业务就是：银行与保险公司之间开展的一系列业务交叉和合作。客户进入银行就可通过银保业务获得家庭的综合理财建议，办理保单迁移等手续。这样客户可以享受到各种优质的金融服务；保险公司则可以扩大产品销售，同时减低经营成本；而银行则提高了客户忠诚度，增加了利润来源。这就是所说的“三赢”，也是银行保险产生的最主要原因。

我经营的银行保险业务网点是县农行城关分理处，该分理处位于城关镇解放街十字路口，位与商业区与居民区之间，东邻县委大院，北靠商业步行街，地理位置较好。该网点设有6个储蓄窗口，共有员工21名，年青人占大部分，思维方式灵活，接受新鲜事物较快。

1、建立双向服务理念。虽然银行已经与保险公司合作多年，但是一些客观方面的原因使一部分银行员工对代理保险业务所)产生的预期效应仍缺乏足够的认识，对保险代理业务的积极性不高，造成了双方业务融洽度不高，相互促动性不强的状况。有些银行员工甚至错误的认为：“保险公司求银行卖保险”。为此我采取各种不同的方式与银行员工进行沟通，比如：打电话聊聊天、出来喝喝茶、一起逛逛街、一起吃饭等等，以此加深了解，建立信任，让银行员工充分认识到自身在代理业务过程中的地位和作用，使银行员工明白银行保险业务不仅是银行中间业务收入的一个来源，而且也是银行业务的一个重要组成部分，更是现代银行多样化经营的必由之路，关系到每一个员工的切实利益。这样就使银行员工更好的了解银行保险业务，支持银行保险工作，从而与银行员工建立牢固的双向服务理念。

2、提高自身素质。保险公司的银行客户经理是保险公司联系

银行和客户的纽带,他(她)不仅仅只局限于对银行网点资源开拓,同时还肩负着网点的维护与专业指导,其素质高低至关重要。为此我不断加强理论学习,了解各种不同的产品品质,熟练掌握各种产品的术语,遇到不懂的问题,虚心向公司中介部的其他客户经理请教,提高自身业务素质,为更好的开展业务打下坚实的基础。

面对中国人寿保险股份有限公司辉煌的业绩;面对公司强有力的领导集体;面对朝气蓬勃的全体同仁;作为一名银行客户经理的新手,我没有理由不去热爱我们的公司,我只有敬业爱岗,埋头苦干,奋力拼搏,努力去创造一流的银行保险业绩,打造一流的银行保险业务网点,为中国人寿银行保险业务的发展贡献一份微薄之力!

快乐营销保险演讲稿三分钟篇三

尊敬的各位领导,各位同仁,大家好!

我是来自市分公司办公室的,今天我为大家演讲的题目是《选择人保,成就梦想》。岁月不居,时节如流。不知不觉,进入保险行业,在人保财险这个温暖的大集体里已生活成长快两年了。在这近两年的时间里,在领导同事的关心帮助下,我一天天地成长,由青涩稚嫩而变得成熟稳重,由幻想浮躁而变得理性踏实。

还记得20xx年6月,那时我刚毕业,和许多年轻人一样,从象牙塔里出来面对一个崭新的世界,充满好奇,充满希望,但内心深处更隐藏着一股迷茫和彷徨。正当我一个人在黑夜中拿着火把循着前面的微光独自前行时,人保财险向我伸出了温暖的双臂,向我敞开了宽广的胸怀,我有幸成为人保大家庭中的一员。

刚踏入一座陌生的城市,面对一个崭新行业,我有过不适,有过惶恐。对保险,我知之甚少,对人保,我一无所知。社

会上流传的把保险人等同于骗子的评价，更让我对自己人生第一份职业选择保险充满怀疑，对把自己宝贵的青春奉献在人保感到疑惑。

但我的座右铭是：“做一行，爱一行，精一行”。永远不服输的性格让我告诫自己：世界上没有不好的职业，只有不称职的员工。选择了保险，选择了人保，我就应该勇往直前，坚持不懈，就应该让青春的火焰燃烧得无怨无悔。

俗话说：草若无根不发芽，人若无志不奋发。坚定信心后，我马上就如火热的激情和昂扬的斗志投入工作和学习。

通过工作和学习，我感受到了保险的神奇和伟大。一份小小的保单，能给生命健康提供保障，给驾车出行送上平安，给物质财产系上保险带。因为有了它，生病受伤不因高额费用而耽搁；车毁人亡，不因失误再添悔恨；财物损失，不因不幸面临破产。因为有了它，国民经济迅速发展，人民生活幸福安康。

通过工作和学习，我了解了人保的品牌和实力。无论是在冰天雪地的北国，还是在春暖花开的江南；无论是在广袤无垠的原野，还是在繁华喧嚣的闹市，都能看到人保的机构和查勘车；三峡奇迹、神七飞天、奥运盛典、世博盛宴处处都有人保身影，事事都有人保护航。

保险业原来是一个蓬勃发展，充满生机和希望的行业；人保财险原来是保险业的泰山北斗、诺亚方舟。面对保险，面对人保，我仿佛站在高山前，心中充满着攀登的渴望；我仿佛站在大海前，一心只想乘风破浪。迷茫和彷徨已随着我对保险，对人保的深入了解而烟消云散。

要说刚进入公司时，我努力的工作是在为生活而奋斗，那么在我真正认识到保险业是个极具希望的行业，人保财险是个实现自我价值的绝好平台后，我爱上了保险，爱上了人保，

我把每天的工作都当成一份事业来做。无论是在财产险部从事农业保险，还是在综合部从事文秘宣传和工会工作，我都踏踏实实、兢兢业业。多少个下班后，我还在办公室里整理文件、统计数据；多少个深夜，我仍坐在电脑前查阅资料、撰写材料；多少次梦中惊醒，我仍想着当天没做完的事情和第二天要做的工作。辛苦不会白费，付出总有收获，当我认真思索到有利公司业务管理的意见被领导接受，当我苦心熬夜写出的稿子受到领导认可，那时，我真正有了一种幸福的感觉，那种幸福是源自自己的能力得到了有效发挥，自己的价值受到了大家的认同。

今天，站在这里，我明白了一个道理，并想送给在座的大家：工作不一定是事业，事业却一定是工作。只有把公司当家，把工作当事业，才能体会到工作的乐趣，才能享受到工作的快乐；只有明确了目标，坚定了信心，才能以满腔的豪情投入工作，才能以高度的责任心奉献社会；只有把握住人生关键的机会，借助一个很好的平台，才能实现自我价值，才能成就梦想。

我永远不会忘记，在我人生最重要的转折时刻，是人保财险，为我的人生开企了崭新的一页！是人保财险，为我的青春提供了奋斗的舞台！是人保财险，为我的梦想插上了腾飞的翅膀！

今天，保险，让我找到了实现自我价值的感觉；人保，让我感受到了大家庭的温暖。我想说：一滴水，只有融入大海，才能化作美丽的浪花；一粒种子，只有扎根土壤，才能茁壮成长。保险业就是大海，人保财险就是土壤，我愿作一滴水在保险行业乘风破浪；我愿作一粒种子，扎根人保成长。

我的演讲完毕，谢谢大家！

快乐营销保险演讲稿三分钟篇四

大家好！从事保险营销行业这么多年来，我渐渐明白，诚信是

保险的灵魂，诚信营销、诚信服务也让我的事业变得精彩。

曾有一位客户主动提出要投保10万元保额的保险，20年缴费。但我了解到客户所在企业效益不好、又有孩子需要抚养，客户可能会面临较大的经济压力。我想，做保险不是收的保费越多越好，而要看客户真正需要什么。于是，我劝他选择了5万元保额的保险。

不久，这位客户下岗了，整天呆在家里打牌，原本和睦的家庭关系蒙上一层阴影。我看在眼里急在心里，积极帮这位客户想办法，一个星期后，我帮他在长宁区一个小区找了一份物业管理的工作，上下班都很方便，客户一家顿感惊喜和感动。

平时，我一直默默地尽我所能帮客户排忧解难，为他们客户孩子请家教、办转学，帮着他们介绍工作、甚至搬家。我渐渐成为客户心中值得信赖的朋友。

我觉得，保险服务不在一时，而在一世，只有客户满意，我的展业路才会越走越宽敞。

善待客户的真情深深打动了他们的心。这件事很快在部队医院传开了，不少人专门找我来投保。

一位女客户不到半个月就将临产，她丈夫因工作关系出差。我很惦记着她，来到了她家。见到客户后，直觉告诉我，她应该马上进医院。我把她送到医院，医生诊断需立即生产。大约过了2个多小时，顺利产下一个女婴。

事后，有人惊讶地问我，她在你这里买了多少保险？我平静地答道：“关键不在于她买了多少保险，而是她买了保险(虽然只有700多元)，我就要全心全意为她服务，我这样做很值得。”我自己多了一些不便，却换回了她们母女二人的平安，有什么不好呢？作为她们保险代理人，对客户不但需要诚心，更

需要细心。

是客户真正造就了一个全新的我，是保险事业造就一个全新的我，是销售中的经历造就了一个今天的我。诚信，就像“钻石”一样，散发着永恒的光芒，一路伴随我开创更美好的人生！

快乐营销保险演讲稿三分钟篇五

今年以来，在省分公司的正确领导下，普洱分公司新班子带领全市系统以重要思想为指导，牢固树立和实践科学发展观，认真贯彻落实全省系统工作会议精神和省分公司的各项工作部署，积极应对激烈的市场竞争的挑战，围绕“开门红”、“6.30”任务目标，努力克服内部和外部的各种困难，艰苦奋斗，以崭新的精神风貌和工作姿态大力推动业务发展，取得了积极成效。

一、主要经营指标执行情况

(一)在困境中求发展，业务规模保持行业首位。目前普洱市场寿险主体6家(人保寿险已批设筹建)。截止6月30日，全市寿险行业的营销人力约1600人，较年初下降11%。

泰康人寿：人力约470人，保费收入2991.98万元(主要收入来自万能险和投联险)同比负增长3.6%市场份额19%。

太平洋人寿：人力约250人保费收入1901.57万元(主要收入来投联险和传统寿险、意外险)同比负增长23.03%市场份额12%。

新华人寿：人力约150人保费收入1141.16万元(主要收入来传统寿险和银保业务)同比增长347.13%市场份额7.3%。

中国人寿全市系统：人力734人，较年初增长5%，总保费规模8679.12万元，同比负增长12.05%，占市场份额的55%，业务规模居行业首位。

(二)调整结构，规模效益齐头并进。截止6月30日，全市系统实现首年保费规模3698.56万元，同比负增长37.61%占总保费的比重为42.61%与去年同期的比较占比降低了17.46%。实现首年期交保费902.72万元(其中银保渠道168.60万元)，同比下降48.00%占总保费的比重为10.40%与去年同期相比下降了7.08个百分点。实现5~9年期个险首年期交保费和十年期及以上期交保费的规模608.12万元，同比下降45.19%。实现续期保费4262.15万元续收率57.65%同比增长43.82%占比49.11%与去年同期相比提高了19.08个百分点。

(三)半年目标完成情况。截止6月30日个险渠道实现734.12万元，完成率58.50%。其中3~9年期186.09万元完成率43.28%;xx年期及以上548.03万元完成率66.43%;实现短险保费443.56万元，完成率68.24%;银保渠道实现保费2957.40万元完成率70.58%其中趸交2788.80万元完成率69.72%期交168.60万元完成率38.32%。一季度保险先进村入围 17 个，完成率40.5 %。

(四)人力稳步增长，队伍规模居行业首位。截止6月30日，全市寿险行业的营销人力约1600人，较年初下降11%。

件均保费为2447元。我公司银保签约网点数96个，出单率36%，拥有客户经理21人，人均网点数为4.6个，在当地行业中处于领先地位。

(五)赔付率大幅度下降。截止6月30日，我公司的赔付支出为376.46万元，赔付率为84.87%同比减少247.12万元同比下降65.64%。赔付率较高的主要是健康险。

(六)费用结余，效益增强。截止6月30日，公司可提费用为690.28万元，可用费用为491.56万元费用支出为486.54万元，结余 5万元。可提佣金为476.33万元，可用佣金为476.33万元佣金支出为 393.76万元，结余80万元。

二、 主要工作措施

(一)统一思想， 紧跟落实

及时贯彻省分公司会议精神统一思想、统一步调。为进一步落实xx年度省分公司开门红启动工作，总结分析普洱分公司开门红起步阶段排名全省落后的原因，采取切实可行的解决措施，我们于元月8日召开全市系统“开门红”启动工作落实情况汇报视频会，对开门红工作措施进行督促落实。分公司新班子调整后，2月8~9日，分公司召开了为期一天半的全市系统xx年工作会议，进一步统一思想，坚定发展的信心。5月12日省分公司视频会议召开后，我们高度重视，狠抓落实，及时贯彻会议精神，采取多项措施，把省分公司视频会议精神和当前我市系统的业务推动工作结合起来，用会议精神指导和推动各项工作。为贯彻落实全省系统重点单位业务发展会议精神，安排布置当前和下一步业务发展的工作措施，确保“6.30”任务目标达成，分公司于5月25日召开了全市系统业务发展工作会议，进一步强调了强化执行力，紧跟上级，把执行力变成行动。在省分公司每一次召开会议后，我们都把及时贯彻会议精神，作为是否与省分公司保持一致、政令是否畅通、是否“听话照做”的具体行动。

(二)突出重点， 拓展期交

加大个险期交拓展力度，确保经营成果实现。今年以来，我们在抓中介业务上规模、抓团险抢阵地占领市场的同时，突出重点打好个险渠道的“城市保卫战和农村圈地战”，着力推动个险期交业务，最大限度缩短我市系统个险期交业务与发展进度快的州市分公司的差距。

一是细化省分公司各阶段期交业务发展企划。为深入贯彻落实省分公司个险期交业务企划，我们结合普洱实际，出台了“普洱论剑”系列业务推动活动，大力推动个险期交业务发展。特别是4月2日，我们在普洱市委党校隆重召开有普洱

市杨副市长参加的高规格的xx年一季度精英表彰暨“普洱论剑”高峰会，为公司的发展产生积极的、重要的影响。

三是强化措施，重点突击。首先是加强组织领导。业务企划下发后，分公司总经理室以下发《督导令》及时跟进，强化执行力。同时，总经理还通过内网平台，向各县(区)支公司经理、班子成员先后发出了《致各位经理的一封信》、《5.20备忘录》、《6.30动员令》等，不断表明党委、总经理室对完成任务的决心和信心，并对具体工作措施进行指导。与此同时，我们对六大公司适时或派出督导组、或由分管个险的班子成员蹲点督导，加大分公司的督导力度。同时，动态重点突击。为充分利用省分公司3年期业务财务预算政策调整的机会，我们下发了《紧急通知》，要求城乡统筹兼顾，齐头并进。城区团队严格按“一周工作模式”进行运作，城区全员主打“金彩明天、美满一生”的3~5年期业务；农村团队全员以创建保险先进村为发展平台，主打“两康+顺兴卡”。六大公司成立“金彩35”和“美满35”突击队，四小公司可根据公司业务员的意愿来确定成立相应的“突击队员”，要求专人负责，确保实效，达成任务目标。为支持配合基层公司期交业务的冲刺，充分发挥机关的表率作用和生力军作用，确保全市系统半年期交目标的达成，分公司机关成立了金彩明天突击队，全力冲刺3年期交业务，全力支援一线公司。鉴于现有人力有限，达成现在的任务目标非常困难的情况，我们采取内勤人员做大、中单进行突击。同时，盘活无绩效人力和低绩效人力，推动中绩效人力向高绩效人力发展，并规定中绩效人力迅速行动在5月20日前破零；低绩效人力在5月25日前破零；无绩效人力在5月30日前破零。达到全员行动，全员举绩，全员破零，全员奋起突击期交任务。

四是全力推动银邮渠道期交业务的发展。首先，下发了《“跨越顶峰”银邮期交推动方案》，在银邮渠道主推“安享一生”期交业务。加强网点的维护和开拓，在网点以“安享一生”期交为主要推动产品，加快业务转型，全面推动费用率高的产品，创造渠道价值。同时，加大与邮政合作力度，

组织召开“邮政相伴、安享一生”高端客户答谢会。在6月13日上午澜沧县邮政局成功召开“牵手邮政、安享一生”客户答谢会的基础上，通过积极准备，分公司与普洱市邮政局定于6月19日举办了高规格的“邮政相伴、安享一生”高端客户答谢会，预约保费118万元。另外，加强自营业务发展，做好美满人生的再包装与炒作，主推鸿富期交和美满人生这样容易上量的险种，强势启动自营期交的发展。

(三) 打开缺口，夺回阵地

今年以来，我们从解决自身生存问题出发，向意外险阵地特别是痛失的“口子”业务，展开强势的公共攻势。在今天的团险渠道，我们不仅提出“不丢老客户，抢抓新客户”的目标，同时也把目标瞄准曾经失去的“口子”业务作为新的业务增长点。我们在个险和县域渠道大力推行卡折式业务、积极拓展法人团体客户业务的同时，把工作的突破点放在交通运输集团上。经过我们多次沟通协调，联络感情，于3月7日与普洱市交通运输集团公司签署了乘意险业务合作协议，在全市全面准入乘意险市场，并在乡镇以下线路作为主体公司进入，夺回了失去多年的乘意险阵地。截止6月30日，全市系统乘意险保费收入42万元。

通过积极的公关协调，与思茅民航站增进了友谊，密切了关系，巩固并占据了航意险市场的主导地位。

积极做好学平险的前期准备工作，与各级政府分管领导及教育局主要领导沟通协调，争取到市场份额的支持。

着力加大与银邮代理单位的合作力度，融洽感情，改善和加深了合作关系，在巩固原有的代理网点的基础上，新的渠道网点不断增加。

(四) 借势推动，抢占两乡

积极争取政府发文，市县乡村四级联动，大力开展中国人寿“保险先进村”建设活动，打好农村“圈地战”。在分公司取得普洱市政府发文支持开展“保险先进村”的文件后，九县一区支公司也先后争取当地政府发文，支持中国人寿在当地开展“保险先进村”建设，有效地抢占了农村保险市场，取得了可喜成绩。今年以来，我们以普洱市政府表彰15个首批达标的中国人寿“保险先进村”为契机，加大创建工作力度，把创建目标落实到村社。在各级地方党委、政府的大力支持下，我市“保险先进村”建设得到了全面推进。截止6月30日共创建达成17个，达成率为41%，为达成全年创建目标打下了坚实的基础。

(五) 强化培训，增强素质

鉴于普洱分公司队伍基础建设薄弱，整体素质不高，今年以来，我们加大了队伍的培训力度。分公司先后进行了会议培训2次，新人培训班2次，班子和组训培训班1次，周工作模式培训班1次，银保培训班1次，主管培训班1次，参训人数440余人次，队伍整体的素质的得到了提高。个险队伍留存率73%，人力规模734余人，有效人力60%以上，举绩率51%以上。

(六) 强化管理，确保效益

三、存在问题

上半年，我们做了大量艰苦的工作，取得了来之不易的成绩，但也还存在着不容忽视并有待于在今后的工作中加以克服和改进的问题。

一是业务发展滞后。全市系统总保费出现负增长，10个经营单位，只有宁洱、景谷县支公司是正增长，其余的均为负增长，而占全系统业务近三分之一的思茅区支公司，负增长高达29%。

二是队伍的基础建设薄弱，对团队的培训欠账太多，整体素质不高。基础工作不扎实，队伍建设薄弱，教育培训跟进不足，整体素质有待提高。

三是期交业务发展缓慢，低于全省发展水平。一方面反映在“开门红”，部分县支公司没有按照分公司的要求、步骤、方法按时完成；另一方面反映在二季度期交业务的启动、推动上没有及时跟上分公司的步伐，贻误战机，影响进度。

四是执行力不到位，有的支公司对完成任务目标的决心不坚定，态度不积极，甘于落后。

五是人力规模不足，增员难增员的问题始终是困扰着普洱公司一大难题。个险队伍开单人力和举绩人力严重不足，城区队伍规模小、活动量低。

以上是上半年的工作总结，相信在下半年我们会越做越好。