

2023年保险营销团队策划方案(大全5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

保险营销团队策划方案篇一

优势：

2. 周边酒店少，竞争力强；

3. 本酒店属于新装修商务酒店，装修风格突出，配套设施完善，经营项目都属于眉山市消费的前沿，发展潜力大。

劣势：1. 周边高收入人群不多，人气不足；

2. 知名度不高，目标群体对酒店了解不够； 3. 酒店核心竞争力不明确，特色不突出。

树立酒店知名度，提升人气，建立相对稳定的消费群体，稳定增加收入。立足于本土，打造当地一流的酒店形象。

锁定目标群：

当地高收入人群，追求新鲜刺激的夜游人士，各企事业单位、机关团体，各大旅行社团体，外地来眉人士。

酒店作为一件特殊的商品，区别于其他商品的营销。关键在于如何正确的制造消费者的需求。国内当今，酒店业日趋繁荣，竞争激烈。但品种只有那几类。经济型、豪华型和商务型。经济型打价格战，豪华型注重服务和奢侈程度，商务型注重配套完善。很少注重品味。我们酒店则可在这时弥补品味的空缺。注重品味将是本酒店的核心竞争力。

优势：注重环境气氛，说白了就是为营造一个很好的氛围。这是几乎国内空白的酒店理念。多种浪漫环境的选择。

会员制的管理，很大程度的`保护了消费者的隐私 便捷交通环境，地理优势明显 灵活的房间挑选方式。

挑战传统，迎合追求新鲜的现代人心理需求

劣势：安全隐患较多

政策上不占优势

1. 提前向目标消费群体发布开业活动信息及具体活动内容；
2. 提倡会员制，增加会员办理；
3. 营销人员推销，通过电话、上门等方式直接面对客户。和专业公司合作共同销售。针对重点单位签定消费协议。随时进行活动的跟踪及售后回访工作，各部门要建立健全客户档案制度，及时汇总工作。为配合此次营销活动的顺利进行，各部门领导及营销部人员营销需要同时进行电话营销，签约销售等有关销售方面的工作，做到全员营销，团队之间要互相配合，全力打好这一仗。

宣传：

- 1、活动的前期预热[新闻、软文、广告的宣传□dm□pop等的发放到位]。
- 2、报纸媒体的选择。
- 3、电视媒体的选择。

保险营销团队策划方案篇二

经营风险的特殊行业，保险经营遵循的是最大诚信原则，保险交易对诚信的要求更高。

对于消费者而言，保险公司的诚信行为集中表现在保险合同的订立与履行的各个环节，保险合同订立前向投保人提供充分、全面的所需信息，合同履行中为保户提供的各种售后服务，保险事故或保险合同约定事件发生时，保险公司及时、迅捷地履行合同约定的赔付义务。而在这些环节中，保险营销员都担当着重要的角色。这也就是说，保险公司如何把自己的营销员大军打造成一支讲诚信的保险营销队伍，这关系到企业的品牌形象，甚至是生死存亡的重大问题。

然而诚信作为人的一种意识行为，不可能像生产组装流水线产品那样，仅靠管理就能收到明显成效。中国人寿采取正面教育和措施激励等方式，引导营销员树立正确的职业道德观，养成“用心经营，诚信服务”良好习惯，收到了良好的效果。

同时，基于营销员的销售业绩和诚信服务水平，准备在对其信用进行综合评价的基础上，在系统内逐步推行信用品质管理体系。通过对不同信用级别的营销员实行差异化管理，引导其自觉规范自己的行为，提高服务品质，树立良好形象。

诚信是一个公司市场发展的重要法宝，只有讲诚信的保险公司才可能有持续发展空间，只有讲诚信的营销员才能在市场上长期生存。中国人寿在营销员诚信建设上下大力气，的确值得保险业同行们借鉴。

时间： 5分钟

人数： 不限

道具：

概述： 这是一个不可能完成的任务，但是它会给游戏者带来无尽欢笑。

目的： 1. 使小组充满活力。 2. 创造融洽的气氛，为后续培训活动的开展奠定良好基础。 3. 让队员们能够自然地进行身体接触和配合，消除害羞和忸怩感。

准备：

步骤： 1. 让队员们紧密地围成一圈，包括你自己。 2. 让每个队员把自己的胳膊搭在相邻同伴的肩膀上。如主图所示。 3. 告诉大家我们将要面临一项非常艰巨的任务。这项任务是大家要一起向着圆心迈3大步，同时要保持大家已经围好的圆圈不被破坏。

4. 等大家都搞清楚了游戏要求之后，让大家一起开始迈第一步。迈完第一步后，给大家一些鼓励和表扬。 5. 现在开始迈第二步。第二步迈完之后，你可能就不必挖空心思去想那些表扬与鼓励的词语了，因为，目前的处境已经使大家忍俊不禁了。 6. 迈第三步，其结果可能是圆圈断开，很多队员摔倒在地。尽管很难成功地完成任务，但是这项活动会使大家开怀大笑，烦恼尽消。

讨论问题示例：

安全： 在迈第三步的时候尤其要注意，不要让有些队员摔得过重。

变通： 1. 如果参加人数较多的话，比如多于40个人，可能分成小组来做游戏会更好一些。 2. 可以把队员们的眼睛都蒙起来做这个游戏。

“系在一起”游戏环节（适用：使小组充满活力，增强团队精神）

人数：如果时间允许的话可以不限人数。通常情况是每个小组不超过24人

概述：这个游戏可以打破人际交往的坚冰，培养团队精神，同时使小组充满活力。

步骤：1. 让队员们紧密地围成一圈。

2. 让大家都举起左手，右手指向圆心。等每个队员都摆好了这个姿势以后，让他们用自己的左手抓住同伴的右手。一旦抓住后就不许松开。

陶冶纵横，热切期待您的加入

北京公司团体活动组织专家

个人的左手上。如果捏手信号传不回来，你就需要重新开始了。你可以根据实际情况，决定是否需要进行闭环测试。

大家一起分享

歌、队名. 以下开展游戏环节，三组竞争，第一名五分，第二名三分，第三名一分，评四个奖项“快乐之星、万人迷、最佳团队、最佳个人表现奖”

五、地雷阵”游戏环节（适用：建立小组成员间的相互信任，促进沟通与交流，使小组充满活力。）

人数：至少12人，越多越好。

道具：1. 每组一对选手参赛，每对参赛者一块蒙眼布 2. 两根约10米长的绳子(30英尺) 3. 一些报纸，使用对角线

约60cm(2英尺)的硬纸板、胶合板代替亦可。用来代表游戏中的“地雷”

步骤：1. 选一块宽阔平整的游戏场地。

2. 安排不想参加游戏的人做监护员。当参加游戏的人较多时，游戏场地会变得非常喧闹。这是一个有利因素，因为这会使穿越地雷阵的人无所适从，难以分清听到的指令是来自自己的同伴，还是来自其他小组的人。

3. 让每个队员找一个搭档。

4. 给每对搭档发一块蒙眼布，每对搭档中有一个人要被蒙上眼睛。

5. 眼睛都蒙好之后，就可以开始布置地雷阵了。把两根绳子平行放在地上，绳距约为10米(30英尺)。这两根绳子标志着地雷阵的起点和终点。

6. 在两绳之间尽量多地铺上一些报纸(或是硬纸板、胶合板等)。

7. 被蒙上了眼睛的队员在同伴的牵引下，走到地雷阵的起点处，挨着起点站好。他的同伴后退到他身后两米处。

进行比赛，以计时来确定一二三名

大家一起分享

六、“五足蜈蚣”游戏环节（适用：使各个小组发扬团队精神协同工作，让队员们能够自然地进行身体接触和配合，消除害羞和忸怩感）

道具：任何物品作目标，如：雨伞

陶冶纵横，热切期待您的加入

北京公司团体活动组织专家

步骤：1. 每组八个人以五只脚，脚着地并且身体保持接触到对面拿回目标物雨伞并返回为获胜方。

2. 队员身体必须直接接触，并且不能借助外物连接在一起。任何时候，每组只能有四个点接触地面，这些接触点可以是脚，手，膝盖或后背。

以计时长短分一二三名

大家一起分享

七、“蒙眼三角形”游戏环节（适用：团队合作）

蒙着眼睛做游戏，一个团队还能合作愉快吗？因为我们是一家人，因为我们有着共同的目标，所以我们能行！

目标：使学员互助合作形成共识，完成低难度活动。

道具：粗棉绳一条、眼罩（依人数而定）

步骤：用眼罩将所有学员的眼睛蒙上，在蒙上前先观察一下四周的环境。然后，将双手举在胸前，像保险杆般保护自己与他人。目标是整个团队找到一条很长的绳子，并将它拉成正三角形，且顶点必须对着北方。完成时每个人都能握住绳子。

分组进行游戏，以计时分出一二三名

大家一起分享

八、“人工机器”游戏环节（适用：驱除午饭后或早起后的

困倦，使大家活跃起来。培

养集体观念。)

步骤：1. 给每个小组5分钟的时间设计出一台人工机器，小组中的每个队员都是机器的一个组成部分，各个组成部分相互关联，一个组成部分的活动会引发其他组成部分的相关活动。

2. 10分钟后，让各个小组依次展示自己设计的人工机器。

变通：每个小组展示完自己的人工机器后，让大家把所有的人工机器连接起来，形成一个大型人工机器。在设计机器的过程中禁止说话。

你可以事先在纸上写出需要设计的机器的名称，比如香肠加工机、大钟、自行车、计算器、打字机、咖啡过滤器、混凝土加工机等，让不同的小组按纸上规定的名称设计机器。在机器展示的过程中。让其他小组猜出各个机器的名称。

陶冶纵横，热切期待您的加入

北京公司团体活动组织专家

由评委依照机器的创意度, 相像度评出一二三等奖。

评快乐之星一名

九、“同舟共济” 游戏环节（适用：团队合作）

大家一起分享

十、“走方块” 游戏环节（适用：让整个团队参与到解决问题的游戏中来）

道具：• 给每个队员准备一块边长为30cm的正方形木板后，

还需富余一块。

数相等的两组，如果总人数为奇数，让一个人做你的助手。

2. 两组队员分别从这排方形木块的左右两边站起，每人站在一块木板上，两组相对而立。最后中间只剩下一块木板。

3. 如图所示：中间一块闲置木板。每个人占一个方块，方块中的箭头代表各个队员应该面对的方向——所以，整个小组面向同一个方向。

4. 两组将分别从这排方块的这一边走到另一边，规则如下。

5. 不允许队员转身，可以向后看，但身体必须朝着游戏开始时的方向。每次各组只能有一人转身——也就是说允许转身时，每组只能有一人转向。

6. 队员可以移到自己面前的空木板上，如图1□方块1上的人或者方块3上的人都可以移到方块2上。

7. 队员也可以超越一名对手移到他们前面的方块上，但是不能后退。如图2：方块4上的人可以超越方块3而移到方块2上，而方块1上的人不能后退到方块2上。

8. 队员不能超越和你面向相同方向的人，比如你只能看到他们的后脑勺，就是不能超越他们。也不允许一次穿越两个对手，到达前面的方块上。如图3，方块1□2□3上的人都不能动。

9. 如果有人发现自己到了无路可走的地步，所有队员必须回到起始位置，重新开始游戏。

评出一二三名

大家一起分享

由评委根据每队得分评出大奖，“最佳团队”以及根据个人表现评出“最佳表现奖”，并进行表彰。

大家一起唱队歌，喊口号

十一、午餐，评出万人迷

陶冶纵横，热切期待您的加入

保险营销团队策划方案篇三

一、市场背景

我国保险代理机制形成时期较短，代理人素质参差不齐，管理培训手段相对滞后等原因，保险代理工作中存在大量违规行为，严重侵蚀着各家保险公司乃至整个保险业的社会形象，经常成为保险消费投诉和保险纠纷案件的焦点。在现行制度下，保险代理人作为连接保险公司和投保人的桥梁，对沟通保险供求、拓展保险业务发挥了重要作用。而客户回访工作又是保险代理人工作中的重点，保持与维系好客户的关系，对于拓展下一步业务与开发客户人群能够发挥出关键性作用。

二、营销策划目的

客户回访工作是公司在与客户订立人身保险合同或客户的后期服务请求完成后，公司对客户进行通知、确认及告知的过程。目的是向客户提示或核实与保险合同有关的重要内容，以保护客户权益、强化服务监督、提高客户满意度。并且在客户回访工作中，通过与客户的沟通进一步拓展业务及挖掘潜在客户。

三、客户回访的形式

如果可能，还要尽量想办法收集未成交客户的资料，并进行归类。无论是成交客户还是未成交，都需要回访，这是提高业绩的捷径。制定回访计划，何时对何类客户作何回访以及回访的次数，其中的核心是“做何回访”。不断地更新数据库，并记录详细的回访内容，如此循环便使客户回访制度化。日积月累的客户回访将导致单位的销售业绩得以提升。

2、注重客户细分工作

客户回访前，一定要对客户做出详细的分类，并针对分类拿出不同的服务方法，增强客户服务的效率。总言之，回访就是为更好的客户服务而服务的。

3、明确客户需求

确定了客户的类别以后，明确客户的需求才能更好地满足客户。特别是最好在客户需要找你之前，进行客户回访，才更能体现客户关怀，让客户感动。

售后服务再多一些，还是觉得我们的产品应该在改进一些。实际上我们需要客户的配合，来提高我们自己的服务能力，这样才会发展得越来越好。

4、确定合适的客户回访方式

客户回访有电话回访、当面回访等不同形式。从实际的操作效果看，电话回访结合当面回访是最有效的方式。按销售周期看，回访的方式主要有：

定期做回访。定期回访的时间要有合理性。如以保品销售出一周、一个月、三个月、六个月....为时间段进行定期的电话回访。

提供了售后服务之后的回访，这样可以让客户感觉到我们单

位的专业化。特别是在回访时发现了问题，一定要及时给予解决方案。最好在当天或第二天到现场进行问题处理，将用户的抱怨消灭在最少范围内。

节日回访。就是说在平时的一些节日回访客户，同时送上一些祝福的话语，以此加深与客户的联系。这样不仅可以起到亲和的作用，还可以让客户感觉到一些优越感。

5、利用客户回访促进重复销售或交叉销售

客户的口碑来提升新的销售增长，这是客户开发成本最低也是最有效的方式之一。开发一个新客户的成本大约是维护一个老客户成本的6倍，可见维护老客户是如何重要了。

6、正确对待客户抱怨

客户回访过程中遇到客户抱怨是正常的，正确对待客户抱怨，不仅要平息客户的抱怨，更要了解抱怨的原因，把被动转化为主动。建议单位在服务部门设立意见搜集中心，收集更多的客户抱怨，并对抱怨进行分类，例如抱怨来自办理业务自身不满意、来自服务人员的不满意(不守时、服务态度差、服务能力不够等等)等方便。通过解决客户抱怨，总结服务过程，提升服务能力，更好地满足客户需求，为客户提供更好的业务。

客户回访是客户服务的重要一环，重视客户回访，充分利用各种回访技巧，满足客户的同时创造价值。

随着经济的不断地发展，人们的生活不断提高，人们的风险防范意识越来越高。保险公司的数量越来越多，保险业的竞争压力越来越大。寿险的竞争压力更加的大。同时保险业管理体系的不完善，使得保险业的发展极其的困难。要在保险业中立于不败之地，我们就必须要有的营销策略，要不断的扩大产品的认知度，扩大产品的市场份额，提高保险企

业在市场上的地位或占有率，在社会上树立良好的信誉。我们只要坚持顾客至上的原则，只有这样我们才能获得成功。

《代理保险营销策划方案》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

保险营销团队策划方案篇四

传统的营销思想，已经不能适应变化了的经营环境，市场营销作为经营管理的一种全新的理论和方法，逐渐受到保险界的重视，并被引入到这一新领域。下面小编准备了关于保险营销比赛的策划方案，提供给大家参考！

完成个险期交新单保费50万元。

组长：杨晓红

副组长：谢军

竞赛指挥部下设五个执行小组：

1. 追踪督察组：组长杨晓红，成员：各职级主管；负责电话追踪、会务追踪和目标提醒。

2. 宣传布置组：组长钱宇浩，成员：黄兰、熊小云；根据业务竞赛的需要，对大职场及楼道进行布置。通过各种渠道搜集统计业务发展数据，用战报的形式给予报道。

3. 晨会策划组：组长李红小，成员：谢军、钱宇浩、熊小云、黄兰；根据竞赛活动的相关安排，做好晨会的策划和各环节人员的沟通、安排。

4. 技术支援组：组长谢军，成员：李红、熊小云和各级主管；

负责说明会策划和落实，商品组合及话术的开发，建议书制作，大客户的陪访。

5. 后勤保障组：组长李红大，成员：按照工作规范保证出单速度，保证体检件和生调件及时落实，并根据竞赛活动需要落实24小时出单。其他物资的提供。

一团队达标奖励

1. 在竞赛期内达成5万元的团队现有的6个召开二次早会的团队，奖励团队费用200元。

2. 在竞赛期内达成8万元的团队现有的6个召开二次早会的团队，奖励团队费用500元。

3. 在竞赛期内达成15万元的团队现有的6个召开二次早会的团队，奖励团队费用1000元。

(二个人达标奖励

1. 出单奖

凡在竞赛期内出单的个人，每单奖励一份2009年精美台历，发完为止。

2. 参与奖

在竞赛期内凡个险期交保费达到3000元以上的个人，奖励白玉玲珑碗一套。

3. 进取奖

在竞赛期内凡个险期交保费达到5000元以上的个人，奖励盒装皮带一套或白玉玲珑碗两套。

4. 精英标兵奖

在竞赛期内几个险期交保费达到2万元以上的个人，奖励春节团圆餐券300元或同等价值的年货；。

5. 特别贡献奖

在竞赛期内个险期交保费达到4万元以上的个人，奖励海南旅游。

以上奖励1-3项可以重复享受，4-5项不重复享受而且必须是我部的50万元目标达成后才能享受，4-5项如本人不愿享受奖励的，可由本人指定一人更换自己，但必须是身体健康的成年人。也可以按旅行社给分公司的标准兑换成现金奖励。每件期交保单必须附加一张卡式保单。所有业绩的统计均以当期cbps系统出单数计算。

1. 加大执行力度，各团队要高度重视此次活动，明确目标，任务到人，号召所有人员行动起来，包括兼职人员。各团队必须按公司10月9日工作会的要求，将完成全年期交目标作为一项生死存亡的任务对待，加大拜访量，确保竞赛目标的完成。

2. 采取分类指导和宣导，发挥主管和精英的模范带头作用，集中优势兵力，实行重点突破。强化各级主管的'责任意识，加强考核力度，专职人员最低目标5000元，兼职人员最低目标3000元，对8、9、10月未破零人员，一律清理代码，决不辜负迁就。

3. 各级主管要切实负起责任，认真召开好富有实效的二次早会，做好陪访、辅导、追踪。坚决杜绝负面、消极的语言和其内耗因素，全体人员时刻只有一个声音，那就是：坚决完成50万的目标任务。

4. 加强对各层面销售人员活动量的追踪。营销部经理每天对分处以上主管进行追踪，讲师、组训负责对组经理进行追踪，经理负责对本单位重点培养的精英和优秀主管进行追踪，各级主管负责对属员进行追踪并建立追踪登记表。通过各级各层面的追踪，使被追踪对象每天保持高昂的斗志和激情，带动全体销售人员的展业积极性。

5. 认真召开好说明会。根据市场需求和客户需求，召开一场鸿禧说明会和一场鸿鑫说明会。也可以根据业务伙伴的要求召开家庭说明会。继续借助开展诚信服务宣传和调查问卷，并对新产品进行宣导。通过举办以上活动，使伙伴有多的准客户及转介绍，使伙伴有目标，促成机率高，增强业务员的拜访自信，提高伙伴激情。

6. 强化落实，增强责任感和使命感，各团队要配合本推动方案，制定本团队的落实措施，将目标分解到各团队及责任人。公司对各团队每4天进行一次考核，分析总结一次，通过强化目标管理，使全体员工都认识到以完成全年目标为荣，完不成全年目标为耻的责任感，人人都行动起来，不达目标，誓不罢休。

保险营销团队策划方案篇五

我国保险代理机制形成时期较短，代理人素质参差不齐，管理培训手段相对滞后等原因，保险代理工作中存在大量违规行为，严重侵蚀着各家保险公司乃至整个保险业的社会形象，经常成为保险消费投诉和保险纠纷案件的焦点。在现行制度下，保险代理人作为连接保险公司和投保人的桥梁，对沟通保险供求、拓展保险业务发挥了重要作用。而客户回访工作又是保险代理人工作中的重点，保持与维系好客户的关系，对于拓展下一步业务与开发客户人群能够发挥出关键性作用。

二、营销策划目的

客户回访工作是公司在与客户订立人身保险合同或客户的后期服务请求完成后，公司对客户进行通知、确认及告知的过程。目的是向客户提示或核实与保险合同有关的重要内容，以保护客户权益、强化服务监督、提高客户满意度。并且在客户回访工作中，通过与客户的沟通进一步拓展业务及挖掘潜在客户。

三、客户回访的形式

如果可能，还要尽量想办法收集未成交客户的资料，并进行归类。无论是成交客户还是未成交，都需要回访，这是提高业绩的捷径。制定回访计划，何时对何类客户作何回访以及回访的次数，其中的核心是“做何回访”。不断地更新数据库，并记录详细的回访内容，如此循环便使客户回访制度化。日积月累的客户回访将导致单位的销售业绩得以提升。

2、注重客户细分工作

客户回访前，一定要对客户做出详细的分类，并针对分类拿出不同的服务方法，增强客户服务的效率。总言之，回访就是为更好的客户服务而服务的。

3、明确客户需求

确定了客户的类别以后，明确客户的需求才能更好地满足客户。特别是最好在客户需要你之前，进行客户回访，才更能体现客户关怀，让客户感动。

售后服务再多一些，还是觉得我们的产品应该在改进一些。实际上我们需要客户的配合，来提高我们自己的服务能力，这样才会发展得越来越好。

4、确定合适的客户回访方式

客户回访有电话回访、当面回访等不同形式。从实际的操作效果看，电话回访结合当面回访是最有效的方式。按销售周期看，回访的方式主要有：

定期做回访。定期回访的时间要有合理性。如以保品销售出一周、一个月、三个月、六个月....为时间段进行定期的电话回访。

提供了售后服务之后的回访，这样可以让客户感觉到我们单位的专业化。特别是在回访时发现了问题，一定要及时给予解决方案。最好在当天或第二天到现场进行问题处理，将用户的抱怨消灭在最少的范围内。

节日回访。就是说在平时的一些节日回访客户，同时送上一些祝福的话语，以此加深与客户的联系。这样不仅可以起到亲和的作用，还可以让客户感觉到一些优越感。

5、利用客户回访促进重复销售或交叉销售

客户的口碑来提升新的销售增长，这是客户开发成本最低也是最有效的方式之一。开发一个新客户的成本大约是维护一个老客户成本的6倍，可见维护老客户是如何重要了。

6、正确对待客户抱怨

客户回访过程中遇到客户抱怨是正常的，正确对待客户抱怨，不仅要平息客户的抱怨，更要了解抱怨的原因，把被动转化为主动。建议单位在服务部门设立意见搜集中心，收集更多的客户抱怨，并对抱怨进行分类，例如抱怨来自办理业务自身不满意、来自服务人员的不满意(不守时、服务态度差、服务能力不够等等)等方便。通过解决客户抱怨，总结服务过程，提升服务能力，更好地满足客户需求，为客户提供更好的业务。

客户回访是客户服务的重要一环，重视客户回访，充分利用各种回访技巧，满足客户的同时创造价值。