

保险方案设计(精选5篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

保险方案设计篇一

xxx的目标就是胜利，就是勇争冠军，就是超越自己。xxx的精神也是和谐稳定，作为一家成立才一年多的新公司，如何在激烈的市场竞争中赢得胜利？首先必须不断地超越自己，一步一步地争时间抢速度，赢得主动才会赢得尊重，才能造就一支和谐的精锐团队。

xxx的魅力就是一种奋斗过程与成果享受。享受自己付出勇气与力量的喜悦，享受世人积极参与和与时俱进的快乐。我们都是“快乐的xxx天使”。 “xxxxx”是每一个xxx人不可推卸的神圣责任与使命，我们只能成为xxx的“运动员”！全力以赴，积极参与，主动奉献，播种爱心，收获成功！

xxx有xxx的竞赛规则，寿险更有发展的规律：高素质、高产能、高收入的标准化团队才是具有竞争力的优秀团队，更是我们追求的目标。

二季度也将是xxxxxx健儿的“xxx”热身赛，我们将以“xxx”三湘的豪气，势不可挡的爆发力和强大的凝聚力，创建标准化的三高团队，实现辉煌的业绩，充分体现“更强、更快、更高”的精神，努力打造一支xxx寿险系统的“xxx湘军”。

以标准化团队建设为主线，充实壮大有效人力为己任，努力实践“人民保险、造福于民”的承诺，整合资源，积极运用各种xxx题材开拓市场，借xxx期交万能险上市的东风，全面

达成二季度各项工作目标。

1、以创建标准化团队为主线，夯实团队发展基础，培育各级主管自我经营意识，增强自我经营能力，规划职业愿景，增强公司凝聚力。

2、以“xxx”的上市销售为契机，有效激活团队，提高人均产能和活动率，确保二季度任务在全面达成。

3、以“xxx”主题为手段，借势经营，提升士气，营造良好的销售氛围，帮助广大销售人员增加访量，积累客户，形成业务发展高潮，为全年任务的实现奠定基础。

二季度个险考核保费目标4500万，个险类意外险按100%折算，趸缴按12.5%折算（下同）；季度新增入司人员20xx人，确保季度末人力不出现负增长，季度累计活动人力目标6000人。（具体目标分解见附件一）

1、稳定队伍，提升士气：召开一季度总结表彰暨标准化团队创建启动大会，培训首批参与标准化团队建设的营业部经理。四月份，在全省系统全面启动标准化建设工作。

2、促进访量，提高业绩：一是充分运用xxx有奖竞猜问卷工具积累准主顾，为“xxx”的上市销售做好客户积累；二是做好“xxx”新品上市前的各项准备工作，迅速掀起新产品销售热潮，确保四月、五月淡季不淡。新期交万能险“xxx”拟在4月20日上市。

3、增员清虚，夯实基础：各中支公司要充分利用四、五月的有利时机，开展形式多样的增员活动。省公司将统一强行清退连续1—4月27日前未出单人员。

二季度二项指标均完成80%以上的单位，按该单位季度个险考核保费 $\times 2\% \times$ （保费完成率+活动人力完成率）/2给予费用支

持，如果保费完成率在80%以上，而活动人力完成率不低于70%，则按该单位季度个险考核保费的1%计算。活动人力完成率最高以120%为限，同一业务员的季度活动率不重复计算。

1、进一步落实“打造标准团队及个人”的经营理念，使标准支公司、标准营业部、标准营业组、标准营销员的建设铭记在每一个人的心坎上，并贯穿到一切营销活动之中，要求作为任何人做任何事的行动纲领与准则（标准化建设企划案另文下发）。

2、高度重视新产品“xxx万能险”的上市销售工作，开展形式多样的研讨会（班），总结经验，全面提升业务员万能险销售技能。省分公司将编辑《我和xxx心连心》有奖问答（竞猜xxx迎xxx）专刊，以xxx知识介绍、公司介绍、保险观念宣导为主，配合保险套餐组合计划等内容支持营销队伍。

3、全面推广新人成长工程，重点培养新人新主管，不断创新，提高新人留存率和晋升率，实现人力稳健增长。

4、狠抓基础管理，做好假日经营文章。各机构充分利用“六一”儿童节契机积极开发少儿市场，省公司将在5月15日前将销售工具发至各机构。

5、各单位对《二季度企划方案》要精心组织，认真宣导，贯彻到位，紧密追踪，并配套做好职场布置。

6、各级个xxx险部要加强检查与督导，职场组训抓好落实，尤其是干部早会、早会、二次早会的过程管理，必须严肃纪律，抓好抓实。省公司将不定期组成督导组进行考核评分（督查评分表另发）及定期公布及点评。

7、各单位个xxx险部要制定二季度工作的实施方案和工作行事历，于4月10日前上报分公司部xx邮箱，同时要结合市场需求，认真组织活动的宣导和新险种培训，锁定好市场的目标

客户群体，并迅速组织市场开拓。

保险方案设计篇二

细分并选择保险的目标市场

(1) 选择实验项目一保险市场需求调查，分组进一步分析相关数据。

(2) 选择某一具体的险种，并结合险种特点及不同客户人群的消费特点对客户进行细分。

(3) 根据选择的险种最终筛选出的适合对象并选择出目标市场。

在市场细分和选择目标市场的理论基础上，结合上次课内试验及课后调查的结果，让学生学会针对某一具体保险险种如何进行市场细分和如何选择目标市场，增强学生具体分析和解决问题的能力。

实验法、分析法、课堂讨论、实际操作

运用保险市场细分理论，选择适当的细分标准细分保险市场

(1) 让学生把握保险市场细分的基本理论依据

(2) 选择需要细分的保险市场

(3) 选择细分市场的标准

(4) 对某一保险企业进行分析

(5) 选择目标市场

保险方案设计篇三

方案一：爱车套餐：总价值1953元

- 1，赠送基础保养一次，价值330元。
- 2，赠送四轮定位一次，价值364元。
- 3，赠送四轮动平衡一次，价值160元。
- 4，赠送电脑检测一次，价值200元。
- 5，赠送喷漆工时代金券一张（保险车辆除外），价值500元。
（注：用于单件喷漆余额不退）
- 6，赠送维修保养工时代金券3张，每张100元，价值300元
（注：用于一般维修及保养使用，每次仅限一张，单次工时超500元时可同时使用两张。）
- 7，赠送空气滤清器代金券一张，价值99元。

方案二：野营套餐：总价值1672元

- 1，赠送马自达原厂精品——折叠水桶一个，价值95元。
- 2，赠送马自达原厂精品——救生手电筒一个，价值45元。
- 3，赠送马自达原厂精品——电瓶搭线（2米）一个，价值78元。
- 4，赠送马自达原厂精品——迷你折叠铲一个，价值55元。
- 5，赠送马自达原厂精品——信封睡袋□x30□一个，价值1399元。

方案一：爱车套餐：总价值3199元

- 1，赠送基础保养一次，价值531元（注：机油为全合成机油）
- 2，赠送四轮定位一次，价值364元。
- 3，赠送四轮动平衡一次，价值160元。
- 4，赠送电脑检测一次，价值200元。
- 5，赠送喷漆工时代金券两张（保险车辆除外），价值1000元。
- 6，赠送维修保养工时代金券5张，每张100元，价值500元
（注：用于一般维修及保养使用，每次仅限一张，单次工时超500元时可同时使用两张。）
- 7，赠送汽油滤清器代金券一张，价值444元。

方案二：野营套餐：总价值2672元

- 1，赠送马自达原厂精品——折叠水桶一个，价值95元。
- 2，赠送马自达原厂精品——救生手电筒一个，价值45元。
- 3，赠送马自达原厂精品——电瓶搭线（2米）一个，价值78元。
- 4，赠送马自达原厂精品——迷你折叠铲一个，价值55元。
- 5，赠送马自达原厂精品——电子式车载冰箱一个，价值599元。
- 6，赠送马自达原厂精品——4人帐篷一个，价值1800元。
- 1、赠送喷漆工时代金券一张（保险车辆除外），价值500元。

- 2、赠送维修保养工时代金券2张，每张100元，价值200元
（注：用于一般维修及保养使用，每次仅限一张，单次工时超500元时可同时使用两张。）
- 3、赠送马自达原厂精品——折叠水桶一个，价值95元。
- 4、赠送马自达原厂精品——救生手电筒一个，价值45元。
- 5、赠送马自达原厂精品——电瓶搭线（2米）一个，价值78元。
- 6、赠送马自达原厂精品——迷你折叠铲一个，价值55元。
- 7、赠送马自达原厂精品——折叠提篮一个，价值95元。

备注：赠送精品可一次性支付给客户，其余优惠活动内容一次进店最多使用两项。

保险方案设计篇四

细分并选择保险的'目标市场

- （1）选择实验项目一保险市场需求调查，分组进一步分析相关数据。
- （2）选择某一具体的险种，并结合险种特点及不同客户人群的消费特点对客户进细分。
- （3）根据选择的险种最终筛选出的适合对象并选择出目标市场。

在市场细分和选择目标市场的理论基础上，结合上次课内试验及课后调查的结果，让学生学会针对某一具体保险险种如何进行市场细分和如何选择目标市场，增强学生具体分析和

解决问题的能力。

实验法、分析法、课堂讨论、实际操作

运用保险市场细分理论，选择适当的细分标准细分保险市场

- (1) 让学生把握保险市场细分的基本理论依据
- (2) 选择需要细分的保险市场
- (3) 选择细分市场的标准
- (4) 对某一保险企业进行分析
- (5) 选择目标市场

保险方案设计篇五

模拟销售

(1) 提前布置任务提出要求，各小组根据自己的兴趣和条件自行选择销售活动主题，进行成员的角色分工、撰写模拟销售具体方案、自行创设活动场景、准备有关产品和道具。

(2) 各小组在现场展示过程中，每个成员都必须参与其中，此项目的成绩按照模拟销售业绩、现场表现、理论运用、团队合作和创新手段的运用等几个方面综合评分测定。

在教学过程中，以小组为单位进行一次课堂模拟销售竞赛活动。模拟销售的目的是鼓励学生把课堂学到的营销哲学理念、思维方式和艺术技巧运用到市场营销的具体实践中，在模拟演练中加深学生对消费者和组织市场购买行为的理解，培养学在实际营销活动中的市场拓展、市场沟通和市场应变的综合能力和技巧及创新营销手段的能力和意识。

课堂讨论、模拟演练、实际操作、

假设某一保险商品营销场景，选择两名学生，分别扮演营销人员和客户，通过整个演示过程，引导学生观察整个过程，并对营销人员的表现作出评价。

(1) 召集学生交代训练内容与训练方式，明确实训的目的和要求

(2) 学生分组

(3) 客户拒绝方式的调查

(4) 效果分析