

最新保险营销方案有哪些(大全5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。

保险营销方案有哪些篇一

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

保险营销方案有哪些篇二

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

保险营销方案有哪些篇三

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。

保险营销方案有哪些篇四

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，培养学生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

保险营销方案有哪些篇五

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。