

2023年保险获奖感言发言稿 保险公司获奖感言(模板5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

保险获奖感言发言稿篇一

作为我市第一家合资担保公司，港渝担保xx年4月成立以来，就积极为重庆担保业引入新思想、新理念，质量管理认证体系的担保公司。同时，港渝担保还通过多元化的担保创新，提供个人融资、投资和理财的差异化服务，有效地支持了重庆当地中小企业的发展，有效地满足了重庆个人创业融资的需求。

保险获奖感言发言稿篇二

此次获奖是社会及市民对我们长期的信任和支持，同时也意味着我们将会承担更大的责任；我们将全面做好经营管理、业务拓展和风险管控等各项工作；继续用心回报客户、回馈社会，为广大市民提供更多、更优质的寿险产品和保险服务。中新大东方人寿保险有限公司是首家总部设立在中国中西部地区的合资人寿保险公司。进入xx年以来，公司业务取得跨越式发展，当年保费收入突破1亿元，同比增长300%以上。公司在发展的同时，积极参与公益事业，帮助政府排忧解难。通过重庆市红十字会向多方提供援助，取得良好的社会效应，尤其是在汶川地震发生后，第一时间募集善款超过200万元，荣获重庆市“抗震救灾先进集体奖”。

保险获奖感言发言稿篇三

很荣幸也很激动获得了这个奖项。在此我要感谢中国人寿给我提供了这个大平台，感谢公司领导给我这个机会，更要感谢我的客户对我的信任与支持。在这里真诚的说一声：谢谢你们。没有你们，就没有我的今天。

今年是我从事保险行业的第八个年头。八年来我一步一个脚印，用真诚一服务我的客户，用真心感动我身边的每一个人销售保险精选获奖感言。人们都说：“人无信不立”，这正是我的做人原则。可以说，今天的这个奖项不仅是对我工作的肯定，更是对我人生信条的坚定。

这八年来，正因为我秉承着诚信经营，我才做到了零投诉。每一次保单的讲解我都力争做到：让客户明明白白买保险，让保险真正的成为客户的保护伞，当风险来临的时候，帮助客户度过难关。记得那是我的一个老客户，八年来每一年都在我这保意外险，但就是不保主险。去年，咱们家美满热卖，我去拜访他。客户说：“那好吧，看在这么多年来你给我们服务的份上，就保一万吧……”其实，这个客户很有实力，保一万就是给我的面子。我当时就说：“如果是这样的话，那你就不用做了，因为我让你做保险，是为你做好保障，规避风险，……”到后来，客户陆续的在我这做了20多万。可以说，是诚信让我实现了成己为人，也实现了成人达己的人生价值。

作为一名保险营销人员，最有成就感的时候，莫过于诚信经营和诚信服务了。“8年来，每一次客户办理赔款，我都亲自到场，每一次客户拿到理赔款我都会去问候。七月份我的一个意外险客户出险了，报销凭证里少诊断书与出院小结，我先后跑了八次医院，客户很感动，对我说，谢谢你，你让我看到了保险营销人员的高品质。

今天拿到这个奖项，必将激励我以后再接再厉，努力工作，继续秉承诚信的原则，做好本职工作，不辜负领导及伙伴们

对我的信任。

保险获奖感言发言稿篇四

一、要有成本观念

有舍才有得，如果不舍得必要的成本投入，就很难将服务做到位；通常，优秀的业务员会将佣金收入的20%-30%作为服务基金，专门用于客户服务；蓝鲸奖得主白海龙用于客户服务的直接和间接费用支出更是达到了其佣金收入的50%，为了服务好客户，扬州的赵宁、陆平夫妇专门买了车。昆明的张明丽聘请了助理，成立了保险工作室。

二、让客户经常见到你

客户最反感的业务员就是“签单之前天天见，签单之后不见人”，聪明的业务员总是千方百计地争取在客户面前“露面”，让客户经常想到你，感觉到你的存在和对他的关注。哪怕是提醒续期缴费这样的事，他们也舍不得放弃。给客户介绍工作、寄上一份自办的小简报……只要处处想到客户，客户也会时时想到你。

三、过硬的专业能力

很多营销精英都认为，为客户提供最适合他们的保障计划，是最根本也是最好的服务。此外，还必须熟悉银行、理财、房地产等各方面的政策和知识，时刻关注客户人生各阶段的变化及其风险缺口，并及时给予合理建议。

四、高质量的理赔服务

一旦理赔服务出现差错，很可能会使客房失去对保险和业务员的信任；相反，理赔服务做到家了，就会树立良好的形象，赢得大批新客户。为了使客户享受周全而快速的理赔服务，

很多营销精英聘请了专人协助客户办理索赔等手续。即使由于某种原因公司无法快速赔付，他们也会经常与客户保持沟通，让客房了解事情的进展和缘由，并感觉到他们的努力。

五、善于经营资源

每个人都有自己的资源(人脉资源、知识资源和物质资源等)，是否善于经营和开发这些资源，决定着服务的附加值含量。在拜访客户时，特别要注意用脑、用眼、用耳、用嘴，她不露痕迹地了解客户的困难和问题，然后通过自己的人脉关系帮助解决。其实，业务员的人脉关系很大部分是由客户构成的，提升服务附加值也就是努力实现客户之间的资源共享。还有的营销精英，则凭借自己在营销、电脑和管理方面的特长，为客户特别是单位客户提供相关培训。

六、不断创新

有的业务员一谈起客户服务就是请客送礼。千万不要刻意地去请客、送礼否则客户会质疑你的文化素养，甚至想：“羊毛出在羊身上，你送得越多，一定从我这儿赚得越多。”客户服务虽然需要成本支出，却不能用“钱”加以衡量和堆砌。关键是因人而异，不断创新。

七、时时用“心”，处处出彩

客户服务要追求神而非形，要真正将客户放在心坎上。比如，每当路过那些工作繁忙的客户时，会买上点牛奶和饼干，提醒客户不要因为忙于工作而忘记了吃饭。签单时，上海的优秀营销员顾佩华发现客户的签名不漂亮，就请人为客户设计了签名，客户的意外和惊喜难以言表。

八、合理分配时间和精力

服务高手的客户数量一般在几百到几千之间，再加上展业和

管理团队的工作，时间和精力的分配很关键。对此，他们的应对之策是：电子化管理客户档案，设置一些生日、节日等自动提醒功能；有条件的聘请助手，进行一些中、低端客户的服务工作，自己重点进行高端客户的服务工作；合理制订工作计划，包括回访客户的路线安排等。

九、良好的心态

客户服务除了要诚心之外，还要有足够的耐心。很多营销精英表示，客户服务一定要持之以恒，切忌急功近利、虎头蛇尾。客户要“培养”，客户服务要“润物细无声”，这能树立自己的良好形象，赢得客户身边的人，这也是许多营销精英选择的客户的工作单位或家庭成员聚会时进行服务的原因。

保险获奖感言发言稿篇五

有舍才有得，如果不舍得必要的成本投入，就很难将服务做到位。通常，优秀的业务员会将佣金收入的20%-30%作为服务基金，专门用于客户服务。蓝鲸奖得主白海龙用于客户服务的直接和间接费用支出更是达到了其佣金收入的50%。为了服务好客户，扬州的赵宁、陆平夫妇专门买了车；昆明的张明丽聘请了助理，成立了保险工作室。

客户最反感的业务员就是“签单之前天天见，签单之后不见人”。聪明的业务员总是千方百计地争取在客户面前“露面”，让客户经常想到你，感觉到你的存在和对他的关注。哪怕是提醒续期缴费这样的事，他们也舍不得放弃。给客户介绍工作、寄上一份自办的小简报……只要处处想到客户，客户也会时时想到你。

很多营销精英都认为，为客户提供最适合他们的保障计划，是最根本也是最好的服务。此外，还必须熟悉银行、理财、房地产等各方面的政策和知识，时刻关注客户人生各阶段的变化及其风险缺口，并及时给予合理建议。

一旦理赔服务出现差错，很可能会使客房失去对保险和业务员的信任。相反，理赔服务做到家了，就会树立良好的形象，赢得大批新客户。为了使客户享受周全而快速的理赔服务，很多营销精英聘请了专人协助客户办理索赔等手续。即使由于某种原因公司无法快速赔付，他们也会经常与客户保持沟通，让客房了解事情的进展和缘由，并感觉到他们的努力。

每个人都有自己的资源(人脉资源、知识资源和物质资源等)，是否善于经营和开发这些资源，决定着服务的附加值含量。在拜访客户时，特别要注意用脑、用眼、用耳、用嘴，她不露痕迹地了解客户的困难和问题，然后通过自己的人脉关系帮助解决。其实，业务员的人脉关系很大部分是由客户构成的，提升服务附加值也就是努力实现客户之间的资源共享。还有的营销精英，则凭借自己在营销、电脑和管理方面的'特长，为客户特别是单位客户提供相关培训。

有的业务员一谈起客户服务就是请客送礼。千万不要刻意地去请客、送礼否则客户会质疑你的文化素养，甚至想：“羊毛出在羊身上，你送得越多，一定从我这儿赚得越多。”客户服务虽然需要成本支出，却不能用“钱”加以衡量和堆砌。关键是因人而异，不断创新。

客户服务要追求神而非形，要真正将客户放在心坎上。比如，每当路过那些工作繁忙的客户时，会买上点牛奶和饼干，提醒客户不要因为忙于工作而忘记了吃饭。签单时，上海的优秀营销员顾佩华发现客户的签名不漂亮，就请人为客户设计了签名，客户的意外和惊喜难以言表。

服务高手的客户数量一般在几百到几千之间，再加上展业和管理团队的工作，时间和精力分配很关键。对此，他们的应对之策是：电子化管理客户档案，设置一些生日、节日等自动提醒功能；有条件的聘请助手，进行一些中、低端客户的服务工作，自己重点进行高端客户的服务工作；合理制订工作计划，包括回访客户的路线安排等。

客户服务除了要诚心之外，还要有足够的耐心。很多营销精英表示，客户服务一定要持之以恒，切忌急功近利、虎头蛇尾。客户要“培养”，客户服务要“润物细无声”，这能树立自己的良好形象，赢得客户身边的人，这也是许多营销精英选择的客户的工作单位或家庭成员聚会时进行服务的原因。