

## 保险公司个人工作总结

保险是具有社会经济互助性质的活动，体现“人人为我，我为人人”的精神，有相同危险的千家万户的投保人缴纳保险费，集中起来，分担某一户的经济损失。今天小编给大家为您整理了保险公司个人工作总结，希望对大家有所帮助。

保险公司个人工作总结范文一：xxxx年，我加入到了xxx支公司，从事我不曾熟悉的人寿保险工作。一年来，在公司领导的亲切关怀和其他老师傅的热情帮助下，自己从一个保险门外汉到能够独立从事和开展保险营销业务，在自己的业务岗位上，做到了无违规行为，和全司员工一起共同努力，较好地完成了领导和上级布置的各项工作任务。以下是本人一年来的工作情况汇报。

### 一、努力提高政治素养和思想道德水平

积极参加上级公司和支公司、本部门组织的各种政治学习、主题教育、职业教育活动以及各项组织活动和文娱活动，没有无故缺席现象；能够坚持正确的政治方向，认真学习邓小平理论和“xxxx”重要思想等，从各方面主动努力提高自身政治素养和思想道德水平，在思想上政治上都有所进步。

### 二、努力提高业务素质和服务水平

积极参加上级公司和支公司、本部门组织的各种业务学习培训和考试考核，勤于学习，善于创造，不断加强自身业务素质的训练，不断提高业务操作技能和为客户服务的基本功，掌握了应有的专业业务技能和服务技巧，能够熟练办理各种业务，知晓本公司经营的各项业务产品并能有针对性地开展宣传和促销。

### 三、严格执行各项规章制度

一年来，无论在办理业务还是其它的工作中，都能严格执行上级公司和支公司的各项规章制度、内控规定和服务规定，坚持使用文明用语，不越权办事，不以权谋私，没有出现被客户投诉的行为以及其它违规违章行为。业余生活检点，不参与赌博、购买xx等不良行为。

### 四、较好地完成支公司和本部门下达的各项工作任务

一年来，能一直做到兢兢业业、勤勤恳恳地努力工作，上班早来晚走，立足岗

位，默默奉献，积极完成支公司和本部门下达的各项工作任务。能够积极主动关心本部门的各项营销工作和任务，积极营销电子银行业务和各种银行卡等及其它中介业务等。

一年来，本人凭着对保险事业的热爱，竭尽全力来履行自己的工作和岗位职责，努力按上级领导的要求做好各方面工作，取得了一定的成绩，也取得领导和同志们的好评。回首一年过来，在对取得成绩欣慰的同时，也发现自己与最优秀的员工比还存在一定的差距和不足。但我有信心和决心在今后的工作中努力查找差距，勇敢地克服缺点和不足，进一步提高自身综合素质，把该做的工作做实、做好。

保险公司个人工作总结范文二： 2020年，国际金融环境比较复杂，国家为了抑制通货膨胀，不断加息，企业资金出现了短缺，融资渠道相对较窄，私人借贷比较猖獗，并且借贷利率有所提高，面对资金短缺，融资困难，保险行业也受到了一定的影响，\*\*县支公司在这种复杂多变、困难重重的环境下，在县委、政府和上级公司的正确领导下，在各职能部门的密切支持和配合下，通过全体员工的奋力拼搏，开拓创新，勇于进取，公司业务取得了长足发展，业务规模创造了历史同期最高纪录。回顾一年的工作，既有成功的经验，也暴露了一些不足，为了总结经验，改进不足，现将全年工作总结如下。

#### 一、 工作经营情况。

截止至 2020 年 12 月 31 日，\*\*县支公司共实现总保费 \*\*\* 万元(预)，其中：首年期缴保费 \*\* 万元(预)，短期险保费 \*\* 万元，团体年金保费 \*\* 万元，中介业务保费 \*\* 万元(预)，续期保费 \*\* 万元(预)。共支付各类赔款、满期(生存)保险金 \*\* 万元(预)，其中：短期意外险赔款 \*\* 万元(预)，简单赔付率为 \*\*(预)；短期健康险赔款 \*\* 万元(预)，简单赔付率为 \*\*(预)，短期险综合简单赔付率为 \*\*(预)。

#### 二、 精心合作，个险业务取得新突破。

个人业务是我们的核心业务，是公司持续经营、稳健发展的基础。2020年伊始，根据省、市公司各个时期的企划方案，我公司还根据自身实际情况制订了相应的激励措施，利用“产品说明会”、“客户答谢会”等多种销售模式，抓住“\*\*\*\*”等新险种强势上市的可有利契机，全体员工斗志昂扬、挥洒汗水，经过辛勤的耕耘，终

于取得了丰硕的成果。

2020 全年我司共实现首年期缴保费 \*\*\* 万元(预)，完成市分公司下达全年任务的\*\*\*%(预)，圆满完成预定的保费任务目标。首年期缴保费规模达到历史最高峰。核心业务的迅猛发展，背后要有一支强有力的核心队伍作为支撑。公司一开始就加大了队伍建设力度，邀请全国销售精英进行技能提升培训、重金聘请理财专家进行培训指导，把托展业和增员结合起来，通过增员来推动业务发展，通过业务发展带来的实惠来带动增员。我们各级主管也付出了大量辛勤的劳动，他们无时无刻不在关注着自己的属员，帮其解困、助其成长、让其心安，正是他们无私而伟大的博爱精神，让我们的员工感觉到了公司的温暖，做到了有爱留人。目前，全司员工已达\*\*\* 人，为历年之最，并且我们队伍仍然在继续发展壮大。

### 三、奋勇拼搏，团体业务稳中有升。

团体业务是公司经营成效体现的重要指标，也是产、寿险两类保险的交集市场，因此，竞争尤其激烈。在与多个竞争主体的交锋中，我司以全年团体业务共收取保险费\*\* 万元。四季度经营指标重新下达后，我司只用了一个月的时间就率先超额完成了任务目标。

一年来，我们除了维护好已有的渠道外，还积极寻找新的保险公司半年工作总结业务增长点，努力打破前期业务发展低迷的状况，同时积极加强与有关部门的沟通与协作，争取得到最大的支持和帮助，加大宣传力度，扩大影响面，从而赢得市场。

### 三、 中介业务再创辉煌。

今年上半年，省公司发出中介全年目标上半年完成的号召，面对巨大的挑战，我们并没有退缩，按照省、市公司的统一布署和安排，我们积极联系各代理机构和网点，加强业务指导和促成。在认真为网点做好服务工作的同时，我们还发动全司员工共同努力，全司一心，加大自营业务规模，做到不等、不靠。通过全司员工和各代理机构的共同努力， 我司上半年共实现保费 \*\*\* 万元，虽然这一成绩同州公司下达的任务目标还有一定的差距，但这一成绩已经创造出 \*\* 公司中介业务历史新高，半年的业务规模是 2020 年全年的 3 倍多。这大大稳固了 \*\* 国寿的市场占有率，体现

了中国人寿领军市场的主导地位。至此，我司全年共完成中介业务保费 \*\*\* 万元(预)，创造历史最好成绩。

#### 四、 服务新农村，农村保险工作大提速。

为积极响应中央关于建设社会主义新农村的号召，全面落实总、省公司提出的“巩固城市、拓展两乡”战略，我公司增强了发展农村市场的责任感、使命感和紧迫感，加深了对“两乡强则县域强，县域强则全省兴”的理解和认识，农村保险工作开始提速。由于我县经济欠发达，农村群众经济状况普遍不好，而这

部分群体又恰恰是最需要获得保险保障的群体。针对这一实际，根据上级公司“乡镇有点，村村有人”的精神，我司积极想办法，探寻出路，并大胆尝试，先后在\*\*个乡镇(镇)设立服务点，培训驻村业务员，把保险服务延伸到农村，极大地方便了当地群众，减少了他们的投保、理赔成本，此举获得了当地群众的好评，并得到了乡(镇)党委、政府的大力支持与肯定。

#### 五、 以人为本，诚信服务。

服务是企业的生存之本，服务质量的好坏不仅关系到公司业务的发展，还关系到公司的声誉以及未来。我们坚持“以人为本、客户至上”的服务理念，想客户所想，急客户所急。对于出现重大事故的家庭，我们没有死板地执行规定，而是以最快的时间确定事故性质，然后第一时间将赔款送到客户家中，帮助他们渡过难关，而为此增加的理赔成本已逾万元。全年我司客户服务部门已受理各类理赔、满期(生存金)给付案件金额 \*\*\* 万元(预)。我们辛勤的劳动，也得到了广大客户的信赖和认同，在以后的工作中，我们还将继续以快速、专业、高效、准确的服务为广大客户提供一流的服务。

保险公司个人工作总结范文三： 近几年个人理财市场的迅速增长十分引人注目。有数字表明，国内个人理财市场 2020 年底的利润就大约为 250 亿元，每年的年均增长率平均为 16.5%，这一指标远远超过世界上一些发达国家。我行行长姜树清曾指出，随着我国居民财富的迅速增加和个人投资意识的增强，国内个人理财业务呈现出巨大的发展潜力，同时也为我行的中间业务发展带来契机。这种迹象从 2020 年开始表现得更加明显。

2020年正是我行进行深化改革的一年，各个地区的网点都在由原来的传统核算型转变为现在的营销服务型。就在去年年末 11 月份，我所正式转型成功。并合格的通过了总行的验收，成为了河滨第二批成功转型的网点之一。特别是在最后一个季度，除了传统的储蓄业务得到良好发展以外，我所的中间业务发展也取得了骄人的成绩。基金，保险等代理产品都在销售数据上为 xx 年画上了浓墨重彩的一笔。而在所有的中间业务中，又以保险销售完成得最为出色。我所整个四季度的指导任务为 200 万，实际完成量为 869.8 万，完成率为 434%。其中传统险销售 505.2 万，投连险销售为 364.6 万。

我所之所以能够取得如此好的销售业绩，这是和行领导的指导教育分不开的，同时也是和各位同事的刻苦努力、精诚团结分不开的。

强化全局意识是做好一切工作的出发点，思想政治工作是业务工作的灵魂和生命线。随着改革开放的逐步深化，新的理论和新的实践对银行业的工作提出了更新更高的要求。但是在进一步学习新业务工作和加强营销服务意识建设方面，我们的思想观念、工作方式仍然存在着一定差距，存在着不适应时代的新要求和社会生活新变化，针对性不强、效果不理想的问题。因此，发扬与时俱进品格，加强队伍建设，牢固树立和强化全局意识、管理意识、创新意识和营销意识，带出一支过硬的服务销售队伍，更好地完成我行的中间业务发展，已成为每一个网点的必然要求。在树立好正确的全局观以及新型的营销服务意识之后，做出好的成绩就事半功倍了！还有一句老话“态度决定一切！”

在实际工作中，如果仅仅是在思想上做文章，不结合实际情况去“因地制宜”那也是种不出好的果实来的。所以我所按照“改革创新、转变职能、从严管理”的要求，加强了思想建设，设立了适应本所一套激励机制。例如：对于所内当月销售第一名，颁发带点值网点精神卡，以及一些小的纪念奖品。这不但在一定程度上激励了销售人员，同时也给网点内的其他员工树立一个学习的榜样和追赶的目标。得到奖励的员工会更加努力希望卫冕，而有差距的员工会从他身上吸取先进的经验奋起追赶。这样就在所内形成了一种“你追我赶”的良性竞争氛围，使得整个团队的战斗力得到快速提升，并且为所内的中间业务收入和个人收入都带来了大大的实惠。

任何一个事物的发展变化，除了决定性的内部因素以外，还有客观的外部条件存在。自去年十月以来，国内的投资环境风雨突变，股票、基金等相对风险较高的金融产品开始体现出与其自身收益相符的风险性。众多老百姓在金融投资的浪潮中开始迷失方向，不知所措。

在市场动荡不安时，国内专家媒体纷纷提醒客户要理性理财，不要盲目投资。对于普通的老百姓来说，似乎除了见到“理财”这个字眼的频率逐步提高，对于如何安排理财，并享受到专业理财带来的好处，实实在在的感觉恐怕并不多。老百姓感觉不到理财服务和自己的关系，是现有的市场状况决定的。加上现有的银行客户经理还需要很多培训，如果连客户经理都不知道该推介什么服务、如何推介服务，客户怎么可能知道？制定合理的个人理财方案，开展理财业务的目的多是为了吸引客户注意力，进而推销我们的产品，出于这样的目的，关注顾客的需求成了理财规划首要的目标。一个真正意义的理财顾问，绝对是站在客户需求的角度来考虑问题的。

其实即使是银行工作人员对于“理财”这一概念所涉及的具体内容以及专业化理财方案的制定和修正等仍然并不完全了解，这样就在一定程度上影响了个人理财服务的实际效果与相关产品的进一步推广。对于专业化理财的方法及意义，应当是在顺应当前经济和金融市场发展形势的情况下，经过专业、细致、谨慎的分析和研究工作，在尽量规避风险的情况下，制定出切合实际的、具有高度可操作性的投资组合方案，以达到个人资产的保值与增值，同时应当随着经济形势的不断发展对已制定的方案加以修正，以保证方案的高效性。而我所能在过往的几个月的保险销售中取得良好的成绩，正是符合了这一规律。

根据我在去年开始担任个人业务顾问以来的销售经验以及同同事们交流探讨实际营销案例之后，我总结出几个简单的方法：

首先，理财方案的制定必须根据客户资产规模、顺应当前金融市场形势对理财方案加以规划。虽然不一定每个客户经理都具备专业的经济和金融分析能力，但是至少应该看清眼下哪部分投资会面临较大的风险。例如，去年沪深股市从10月底开始下跌，那么即使该客户风险投资偏好测试结果为进取型或积极投资型，客户经理也不应该在11月为客户制定的理财方案中把“股票投资”这一项列为资产增值的

重点，因为此时这个市场中的预期风险要远远大于收益。受此影响，同期债券市场走势相当强劲，这个时候投资债券不仅能够有效地规避风险，而且还能带来稳定的收益。理财方案与投资策略的制定需要周密的分析，并且根据当前金融市场的不断变化加以修正，这样才能保证你的销售推荐的高效性。

其次，参考客户投资风险测试判断投资组合，具体根据每个客户的不同情况量身定制合适的理财方案。对于不同的资产规模，以及怀有不同创业目标和年龄层次的客户不能一视同仁，统一对待。即使两个客户都属于公务员，也应根据客户年龄、资产状况区别对待。对于资产数额较大，且已经走过了事业初期的成家立业的公务员，应当从保全财产的角度考虑、并且尽量对其投资资产部分进行互补金融产品的投资，如果已经购买基金的，推介客户购买具有保障功能的万能型保险；如果已经购买了万能型保险或者利得盈这样的保本型产品的，可以向其推荐略带风险的投资连结保险，这样可以使得客户的一部分资金有较强的增值功能，同时又不会有太大的风险需要承担。与此相反，倘若另一个理财方案的公务员，是资产规模较小且刚刚离开校园的年轻人，则可以在确定客户具备一些基础金融产品（如股票、国债）投资知识的情况下，指导客户主要通过这方面进行资产的保值增值，并不断变化投资组合以尽量规避可能发生的风险；进而推介我行的“银证通”、“开放式基金定期定额申购”等投资理财产品和“网上银行”等便利产品。

第三，客户接受相关产品知识的培训也非常重要。除各种形式的银行存款以外，股市、国债、保险作为基础性的投资品种普遍受到各类客户的重视，出于投资者众多以及操作相对容易的角度考虑，个人理财方案应当尽可能地对这些金融产品的投资份额进行合理安排。另外，由于工作领域的原因，可能某些客户对某种或各种金融产品非常了解，也可能有人对此一窍不通，但是不管怎样，对每一个接受理财方案的客户都必须要在一定程度上让他们熟悉自己方案中所涉及到的金融产品，如客户签约新股随心打账户，申领贷记卡、申购投资连结保险，我们就应该详细介绍金融产品或召集客户进行培训，避免因操作失误或解释不到位造成退单等一系列后继无用的工作。而且一旦一个客户前来办理完退单手续之后，你再想给他推荐其他的理财产品几乎不可能了；因为他首先已经在心里把你给否定了“这个人骗了我！”或

者”这个银行就是和保险公司合伙起来骗人的。“中国人有个“很好”的习惯，就是在给别人说一些消息的时候常常使用“我听说”“他们说”，如果一个客户当他对你从心理上否定了之后，你再想转变他对某个事物的观念是非常困难的，而且他同时也可能将他的这种观点传播到他周边的人群，他周边的人群可能会将这种对我们营销不利的观点再传播给其他人；从而导致该网点甚至该银行失去大量的潜在客户。

在这里我想给各位同事强调的一个观点，这就是“我不是为了这么一单产品或是我这个月的工资而向客户推荐这款产品，我是为了更好的为客户的资金能够更好的获得他所需要的增值服务而向他推荐我们的产品。”

最后，在考虑完以上的各种因素之后，我们还可以适时的给客户推荐一些填充性的产品。例如，办理了新股随心打账户的客户我们可以为他签订短信银行，让他随时能够清楚的了解他账户的变动情况等等。

过往业绩不代表未来，这些仅仅是我所在过往成绩上得到的一点点小小的经验总结，希望大家能给从中获得一定的启发，更希望大家在今后的业务发展过程中能够给我们多提供先进的经验。

在这里，我个人送给大家两句在我大学时期市场营销课程里学到的名言“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验”。

在近半年的金融市场动荡中，我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们共同的奋斗，架好“支点”撬动市场，打造“势能”以便放大行销惯性，进行整合形成“拳头”能量，圆满完成河滨支行的各项中间业务指标，为河滨的蓬勃发展添砖加瓦！