

广东省教育厅项目“阳光财产保险股份有限公司广东省分公司实践教学协同培育基地”（项目编号：粤财教[2013]329）
广东金融学院2014年度实验教学综合性（设计性）实验项目（项目编号：SY2014A09）



二十一世纪高等院校保险系列规划教材

ERSHIYI SHIJI GAODENG YUANXIAO BAOXIAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

保险营销 实训教程

BAOXIAN YINGXIAO
SHIXUN JIAOCHENG

主 编 ● 方有恒 粟 榆
副主编 ● 王媛媛 廖 敏
参 编 ● 郭金发 刘家生



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

广东省教育厅项目“阳光财产保险股份有限公司广东省分公司实践教育协同培育基地”
广东金融学院2014年度实验教学综合性(设计性)实验项目(项目编号:SY2014A09)



二十一世纪高等院校保险系列规划教材

ERSHIYI SHIJI GAODENG YUANXIAO BAOXIAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

保险营销 实训教程

BAOXIAN YINGXIAO
SHIXUN JIAOCHENG

主 编 ◎ 方有恒 粟 榆
副主编 ◎ 王媛媛 廖 敏
参 编 ◎ 郭金发 刘家生



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

保险营销实训教程/方有恒主编. —成都:西南财经大学出版社,
2015.7

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1966 - 7

I. ①保… II. ①方… III. ①保险业—市场营销学—高等学校—教材
IV. ①F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 127165 号

保险营销实训教程

主 编:方有恒 粟 榆

副主编:王媛媛 廖 敏

参 编:郭金发 刘家生

责任编辑:李特军

助理编辑:李晓嵩

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川五洲彩印有限责任公司
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	14.75
字 数	340 千字
版 次	2015 年 7 月第 1 版
印 次	2015 年 7 月第 1 次印刷
印 数	1—2000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1966 - 7
定 价	29.80 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

前言

《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》（国发〔2014〕29号）指出：加快发展现代保险服务业，对完善现代金融体系、带动扩大社会就业、促进经济提质增效升级、创新社会治理方式、保障社会稳定运行、提升社会安全感、提高人民群众生活质量具有重要意义。

保险业要发展，保险教育要先行。保险业在经济社会中的重要性得到高度认可，保险业的发展迎来良好的环境条件。保险业需要大量精通理论和实务的从业人员，保险业的发展需要保险教育奠定良好的基础。许多专家学者为保险教育的发展付出了大量的心血，取得了丰硕的成果。本书策划和编写人员也愿意为保险教育事业贡献绵薄之力，多次商讨本书的编写事宜，几经波折，终于成书。

全书按照保险营销人员在日常工作中可能接触到的主要专业知识与业务技能设置10章共21个实训项目，如职业礼仪与道德、市场调查、目标市场选择与营销策划、产品开发与定价、分销与促销、写作、客户管理与服务、会议经营、团队建设与管理、扩展知识等。与现有同类型教材相比，本书有以下特点：

- （1）内容全面。本书囊括保险营销人员日常所接触的主要工作内容。
- （2）基础技能与专业技能并重。本书在系统模拟销售专业技能训练的同时，注重基础技能的训练，如职业操守、核保理赔、营销调研与策划、产品开发与定价等。
- （3）实验环境的通用性。本书各项实验（实训）项目均不依赖特定的实验软件和条件，实验所指定的环境条件均能较好地得到满足，保障了实验项目的通用性。
- （4）可操作性强。本书中近一半的项目经过多年的实际运用，不断加以完善，可操作性强。
- （5）实验难度弹性大。本书实验设计主要提示实验思路，并提供少量课外实验环节，在操作时可综合考虑学生素质、实验条件等更改实验参数，增减实验难度。

从本书的内容和特点来看，本书适用于：普通应用型高等院校保险、金融和营销等专业学生；职业院校保险、金融和营销等专业大中专学生；保险机构接受新人培训或继续教育的营销人员、营销后援等。

本书是全体编者共同努力的结果，其中栗榆博士负责全书的策划工作，共同拟定本书写作大纲，并编写实验1、2；方有恒副教授共同拟定本书写作大纲，并编写实验3、4、5、7、8、9、10、11、12、15；王媛媛副教授编写实验16、17、18、21；廖敏老师编写实验6、19、20；郭金发老师编写实验13、14；刘家生老师编写实验1、2、3、4的基础知识部分。

本书的出版要感谢很多人，分别是：西南财经大学出版社李特军主任和李晓嵩编辑、广东金融学院保险系主任罗向明教授、中国人寿茆文娟女士（还有她的好友“如风岁月”）、平安财险杨冠兰女士、太平洋人寿连芬兰女士、中英人寿许珊勉女士、众诚财险江明杰先生、新华人寿陈少武先生、利宝互助袁瑞斌女士等。

由于编者水平有限，本书谬误之处难免，请各位读者指正。

编者

2015年5月于广州

目 录

第1章 保险营销员职业礼仪与道德	(1)
实验1 保险营销员职业礼仪	(1)
实验2 保险营销员职业道德	(9)
第2章 保险市场调查	(20)
实验3 保险市场调查方案制订	(20)
实验4 调查问卷设计	(31)
第3章 目标市场选择与营销策划	(43)
实验5 目标市场选择	(43)
实验6 保险营销策划	(53)
第4章 保险产品开发与定价	(62)
实验7 保险产品开发	(62)
实验8 保险产品定价	(73)
第5章 保险分销与促销	(83)
实验9 保险营销渠道管理	(83)
实验10 保险展业流程	(93)
实验11 保险促销	(103)
第6章 保险写作	(113)
实验12 保险建议书写作	(113)
实验13 保险投标书写作	(122)

第7章 保险客户关系管理与服务	(131)
实验14 保险客户关系管理与服务	(131)
第8章 会议经营	(140)
实验15 晨会	(140)
实验16 产品说明会	(151)
第9章 销售团队建设与管理	(163)
实验17 增员	(163)
实验18 培训	(174)
实验19 销售团队日常管理	(194)
第10章 营销员扩展知识	(204)
实验20 核保基础	(204)
实验21 理赔基础	(213)

第1章 保险营销员职业礼仪与道德

实验1 保险营销员职业礼仪

第一部分 保险营销员职业礼仪基础知识

一、保险营销员职业礼仪的定义

保险营销员职业礼仪是在保险营销职业活动过程中,以一定的、约定俗成的程序、方式来表现的律己、敬人的过程,包括着装礼仪、仪态礼仪、社交礼仪、电话礼仪、谈话礼仪、其他礼仪等内容(见图1.1)。良好的职业礼仪反映一个人良好的内在修养、素质及专业的职业形象,有利于给客户留下良好的第一印象,易于获取客户的好感和信任,有助于与客户建立良好的、融洽的、和谐的人际关系,为后续的保险营销活动创造良好情景。与客户良好的人际关系是保险营销取得成功的重要基础。正所谓“礼多人不怪”,注重礼仪,将会为事业和生活上的成功起积极的作用。

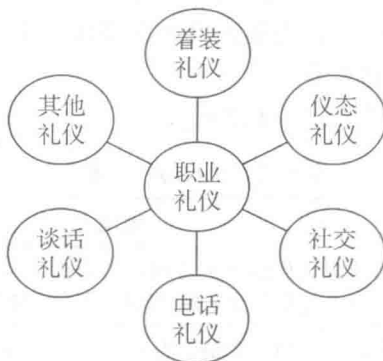


图 1.1 保险营销员职业礼仪分类

二、保险营销员职业礼仪的具体要求

(一) 着装礼仪

成功的推销始于成功地推销自己,着装是营销人员送给客户的第一张名片。营销人员留给客户的第一印象往往就在见面的前几秒钟形成,而要改变第一印象却需付出长时间的努力。因为在心理学上有一种“光圈效应”,指的是人们常常根据总体印象就进行推论的心理趋势。当营销人员穿着得体、修饰恰当、举止合宜、看起来很职业,

客户无意识中便会认定营销人员是在为一家优秀的公司工作，销售的是非凡的产品或服务，并且这种“光圈”会扩展到营销人员销售的产品或服务上；反之则相反。要改变这种先入为主的“成见”则需要加倍的努力。因此，保险营销人员必须要养成注重着装礼仪的行为习惯，努力给客户留下一个良好的印象，建立正向的、积极的“光圈效应”，为成功营销创造条件。良好的着装包括但不限于以下内容：

- (1) 衣着式样和颜色保持大方、稳重。
- (2) 男性保险营销人员应穿西装或轻便西装，西装必须剪裁合身，颜色传统。
- (3) 西装、衬衫、领带这三样中必须有两样是素色的，袜子的颜色必须比裤子更深，全身三种颜色以内。
- (4) 领带的长度必须触及皮带扣。
- (5) 两手伸直时，衬衫的袖子应该比西装袖长 1 厘米左右。
- (6) 女性保险营销人员的衣着应当得体大方，令人赏心悦目。
- (7) 在服饰的佩戴上，可以佩戴某一种代表公司的标记，不要佩戴那些代表个人身份或宗教信仰的标记。
- (8) 不能戴太阳镜或变色镜。
- (9) 保持自身的整洁，讲究卫生。
- (10) 随身携带一个公文包，内装一支比较高级的钢笔、一本比较精致的笔记本，以及公司的保险条款、计算器、口气清新剂等，物品要存放整齐、有条理。

(二) 仪态礼仪

良好的举止对留下良好的印象也是至关重要的，客户是通过观察保险推销员的举止神态、面部表情等来观察其内心思想的。保险推销员一定要避免表现出有损自己形象的行为举止，与客户交往中的行为举止要大方得体，才能体现营销人员良好的个人修养，从而赢得客户的信任和喜爱。

保险营销员仪态礼仪要求如表 1.1 所示：

表 1.1

保险营销员仪态礼仪要求

项目	说明
微笑	真正甜美而非职业化的微笑是发自内心的、自然大方的、真实亲切的，微笑应贯穿礼仪行为的整个过程。注意微笑时眼睛要与对方保持正视。
目光	目光应是坦然、亲切、和蔼、有神的。在与客户谈话时，大部分时间应看着对方。正确的目光是自然地注视对方眉骨与鼻梁三角区，不能左顾右盼，也不能紧盯着对方；道别或握手时，应该用目光注视着对方的眼睛。
站姿	- 抬头、目视前方、挺胸直腰、肩平、双臂自然下垂、收腹、双腿并拢直立、脚尖分呈“V”字形，身体重心放到两脚中间，也可两脚分开，比肩略窄，双手交叉，放在体前或体后。 - 男士：两脚分开，比肩略窄，双手合起放在背后。 - 女士：双脚并拢，脚尖分呈“V”字形，双手合起放于腹前。

表1.1(续)

项目	说明
坐姿	●男士：入座时要轻，至少要坐满椅子的 2/3，后背轻靠椅背，双膝自然并拢（也可略分开）。身体可稍向前倾，表示尊重和谦虚。 ●女士：入座前应用手背扶裙（如果是着裙装），坐下后将裙角收拢，两腿并拢，双脚同时向左或向右放，两手叠放于腿上。如长时间端坐可将两腿交叉叠放，但要注意上面的腿向回收，脚尖向下。
蹲姿	●男士：曲膝下蹲，自然稳重即可。 ●女士：并膝下腰。一脚在前，一脚在后，前脚全着地，小腿基本垂直于地面，后脚跟提起，脚掌着地，臀部向下。
手势	●手势的幅度和频率不要过大和过高，要特别注意手势的规范和手势的含义。在示意方向或人物时，应用手掌，切不可用手指；在示意他人过来时，应用手掌，且掌心向下，切不可掌心向上。

（三）社交礼仪

社交礼仪是指在人际交往、社会交往和国际交往活动中，用于表示尊重、亲善和友好的首选行为规范和惯用形式。社交礼仪的直接目的是表示对他人的尊重。尊重是社交礼仪的本质。人都有被尊重的高级精神需要，当在社会交往活动过程中，按照社交礼仪的要求去做，就会使人满足获得尊重的需要，从而获得愉悦，由此达到人与人之间关系的和谐。

保险营销员社交礼仪要求如表 1.2 所示：

表 1.2 保险营销员社交礼仪要求

项目	说明
握手	●握手应坚定有力，但不宜太用力且时间不宜过长，一般 3~5 秒为宜。 ●如果手脏或者有水、汗，不宜与人握手时，应主动向对方说明不握手的原因。 ●不要戴手套握手。 ●不要在嚼着口香糖的情况下与别人握手。 ●握手的姿势强调“五到”，即身到、笑到、手到、眼到、问候到。 ●握手时双方的上身应微微向前倾斜，面带微笑，眼睛平视对方的眼睛，同时寒暄问候。 ●握手时，伸手的顺序强调“四先”，即贵宾先、长者先、主人先、女士先。
交换名片	●保持名片或名片夹清洁、平整，名片可放在上衣口袋里。 ●递送名片时，应将名片置于手掌中，用拇指压住名片边缘，其余四指托住名片反面，名片的文字要正对对方，然后身体前倾，用双手递过去，以示尊重对方，同时讲一些“请多多关照”之类的客气话。要注意在递名片时目光正视对方，切忌漫不经心。 ●接受对方名片时，应恭恭敬敬，双手捧接，并道感谢。接受后应仔细观看上面的内容，并称呼对方的职务以示对赠名片者的尊重；切忌马马虎虎地瞟一眼，便顺手塞进衣袋里。 ●接下来与对方谈话时，不要将名片收起来，应该放在桌子上，并保证不被其他东西压起来，这会使对方感觉到很受重视。 ●参加会议时，应该在会前或会后交换名片，不能在会中擅自与别人交换名片。

表1.2(续)

项目	说明
座位与距离	● 座位一般选择在客户的右边,这样保险营销员写下的东西、进行的计算及举的例子都在客户的视线之内;要与客户坐在桌子同一边,这样有利于谈话。 ● 保险营销员与客户座位的间隔一般在1米左右,但并不是绝对的,文化背景、社会地位、性格特征、情绪心境不同,个体空间距离也不同。
乘坐电梯	● 先按电梯,让客人先进。若客人不止一人时,可先进电梯,一手按“开”按钮,一手按住电梯侧门,对客人礼貌地说:“请进!” ● 进入电梯后,按下客人要去的楼层数,侧身面对客人。如无旁人,可略做寒暄;如有他人,应主动询问他人去几楼,并帮忙按下按钮。 ● 到目的地后,一手按“开”按钮,一手做请出的动作,说:“到了,您先请!”客人走出电梯后,自己立即步出电梯,在前面引导方向。 ● 不要同时按电梯上下行键,不要堵在电梯口,要遵循先后下上的原则等。
接听电话	● 电话铃响第二下时接听,准备好记事本,注意身体姿势以保证声音清晰。 ● 尽可能避免厌烦神情及语调,与话筒保持适当距离,说话声大小适度,嘴里不含东西。 ● 听不清对方说话的内容时,不要犹豫,应立即将实际情况告诉对方。 ● 听对方讲话时不能沉默,应作出适当回应表明在聆听。 ● 结束沟通时,待对方挂线后再挂电话,或稍等2~3秒钟再挂电话。
拨打电话	● 准备好电话号码,安排好通话环境及事项,嘴里不含东西,琢磨并写下沟通的主题内容、措辞、可遇见的客户异议和问题以及沟通语气、语调。 ● 在客户的非繁忙时间拨打电话,如上午的11点钟左右,下午的4点钟左右。不占用客户私人休息时间,如早上8点钟以前,晚上8点钟以后。 ● 做自我介绍,扼要说明本次电话的目的和事项。 ● 致电陌生拜访需问清并确认接听者是否为受访当事人。 ● 感谢对方或代接电话者,并有礼貌地说声“再见”。待对方挂断电话后再挂机,或稍等2~3秒钟再挂电话。
谈话礼仪	● 谈话的表情要自然,语气和气亲切,表达得体。 ● 说话时手势适当,动作不要过大,不要用手指指人,保持适当距离。 ● 谈话中遇有急事需要处理或需要离开,应向谈话对方打招呼,表示歉意。 ● 在相互交谈时,应目光注视对方,以示专心。对方发言时,不要左顾右盼、心不在焉;不要注视别处,显出不耐烦的样子;不要老看手表,表现出伸懒腰、玩东西等漫不经心的动作。 ● 谈话一般不要涉及宗教、隐私等内容。

第二部分 实验设计

一、实验基本情况

(一) 实验目的

通过实验教学,让学生了解职业礼仪的重要性,熟悉基本的职业礼仪要求,能在给定的场景中表现出适当的职业礼仪。

(二) 环境用具

电脑、保险实验教学软件、网络连接、电子期刊数据、保险营销员职业礼仪视频、

图片、案例等。

(三) 实验学时

2 学时。

(四) 实验形式

分组讨论、案例分析、角色扮演。

(五) 实验重点

职业礼仪基本要求。

二、实验内容与教学组织

(一) 了解保险营销员职业礼仪的基本要求

(1) 教师给学生提供正确的职业礼仪相关视频、图片或案例,要求学生进行观察。

(2) 从着装礼仪、仪态礼仪、社交礼仪、电话礼仪、谈话礼仪等方面进行评价。

(3) 给予一组不当或错误的职业礼仪相关资料,让学生辨别,并提出改进建议。

(二) 职业礼仪演练

(1) 将学生分组,要求每个小组假设需要完成某个保险营销任务,如陌生拜访、保单送递等。

(2) 组长给每个成员分派一定的角色,按照职业礼要求进行演练。

(三) 职业礼仪演练点评与总结

(1) 教师观察各小组的演练过程,挑选有代表性的小组进行公开示范,引导其他小组进行观察。

(2) 教师对示范过程进行点评。

【注意事项】

(1) 要在课前准备相关视频、图片和案例等资料。

(2) 示范的小组可以在课前进行安排,尤其是对常见的错误礼仪进行安排,以达到较好的教学效果。

【思考题】

(1) 保险营销员为什么要重视职业礼仪?

(2) 保险营销员职业礼仪有哪些要求?

(3) 常见的保险营销员职业礼仪错误有哪些?

【参考文献】

[1] 陈兰芬. 保险营销实务 [M]. 北京: 电子工业出版社, 2011.

[2] 方有恒, 郭颂平. 保险营销学 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2013.

第三部分 实验报告

一、实验报告总表

实验报告总表如表 1.3 所示：

表 1.3

实验报告总表

实验编号 及实验名称		实验 1 保险营销员职业礼仪			
分组编号		组长姓名		组长学号	
实验地点		实验日期		实验时数	2 学时
指导教师		同组其他成员		评定成绩	
实验 内容 及 步 骤	实验内容		教学形式	时间控制	注意事项
	了解保险营销员职业礼仪的基本要求		播放资料 分组讨论	20 分钟	从着装礼仪、仪态礼仪、社交礼仪、电话礼仪、谈话礼仪等方面进行评价
	职业礼仪演练		分组讨论 角色扮演	30 分钟	每个小组假设需要某个保险营销任务，如陌生拜访、保单送递等
	职业礼仪演练点评与总结		典型示范	30 分钟	注意找出示范小组的错误
实验 总 结					
教师 评 语					

二、实验操作与记录

(一) 了解保险营销员职业礼仪的基本要求

(1) 在提供的不当或错误的职业礼仪相关资料中，本小组观察的资料主要涉及

(请在所选项目前标识):

- ☐ 着装礼仪 ☐ 仪态礼仪 ☐ 社交礼仪
☐ 电话礼仪 ☐ 谈话礼仪 ☐ 其他(请注明) _____

(2) 在提供的不当或错误的职业礼仪相关资料中,本小组发现的错误之处主要如下:

(3) 本小组对上述不当或错误的改进建议如下:

(二) 职业礼仪演练

(1) 请对本小组假设需要完成的某个保险营销任务进行描述(情景描述)。

2. 本小组成员角色分配如下:

成员: _____ 扮演角色: _____
 成员: _____ 扮演角色: _____
 成员: _____ 扮演角色: _____
 成员: _____ 扮演角色: _____
 成员: _____ 扮演角色: _____
 成员: _____ 扮演角色: _____

(3) 本小组通过演练所发现的问题或心得主要如下:

(三) 职业礼仪演练点评与总结

(1) 公开示范小组需要完成的保险营销任务如下:

(2) 公开示范小组演练中存在的问题(或特色)主要如下:

(3) 本小组发现的问题与教师点评所指出的问题是否相同,为什么?

实验2 保险营销员职业道德

第一部分 保险营销员职业道德基础知识

一、职业道德的含义与特征

(一) 职业道德的含义

我国《公民道德建设实施纲要》(2001)指出:“职业道德是所有从业人员在职业活动中应该遵循的行为准则,涵盖了从业人员与服务对象、职业与职工、职业与职业之间的关系。随着现代社会分工的发展和专业化程度的增强,市场竞争日趋激烈,整个社会对从业人员职业观念、职业态度、职业技能、职业纪律和职业作风的要求越来越高。要大力倡导以爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会为主要内容的职业道德,鼓励人们在工作中做一个好建设者。”从本质上看,保险营销员的职业道德是保险营销员在履行其职业责任、从事保险代理过程中逐步形成的、普遍遵守的道德原则和行为规范,是社会对从事保险营销工作的人们的一种特殊的道德要求,是社会道德在保险营销职业生活中的具体体现。

职业道德的基本范畴主要由八个因素组成,即职业理想、职业态度、职业责任、职业技能、职业纪律、职业良心、职业荣誉和职业作风(见图2.1)。

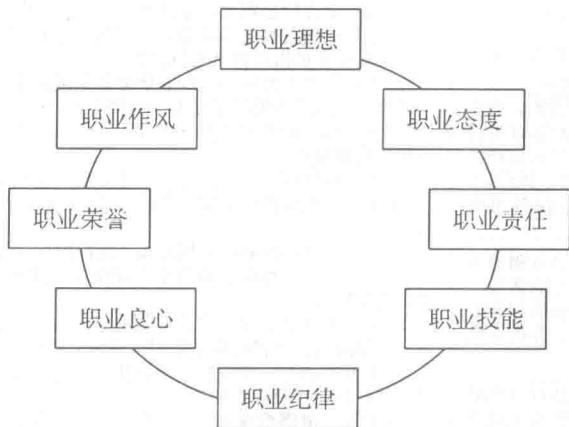


图 2.1 职业道德的基本范畴

(二) 职业道德的特征

职业道德的特征如下:

- (1) 职业道德具有鲜明的职业特点。某种职业道德对该行业以外的人往往不适用。
- (2) 职业道德具有明显的时代性特点。一定社会的职业道德总是由一定社会的经济关系、经济体制决定,并反过来为之服务。
- (3) 职业道德是一种实践化的道德。职业道德产生于职业实践活动中,只有付诸

实践,职业道德才能体现其价值和作用,才能具有生命力。

(4) 职业道德的表现形式呈具体化和多样化特点。各种职业对从业人员的道德要求总是从本职业的活动和交往的内容及方式出发,适应于本职业活动的客观环境和具体条件。

二、保险营销员职业道德的法律规范

中国保险监督管理委员会(以下简称保监会)于2004年制定并发布了《保险代理从业人员职业道德指引》《保险经纪从业人员职业道德指引》《保险公估从业人员职业道德指引》,对保险代理从业人员的要求是守法遵规、诚实信用、专业胜任、客户至上、勤勉尽责、公平竞争、保守秘密;对保险经纪从业人员的要求是守法遵规、诚实信用、专业胜任、勤勉尽责、友好合作、公平竞争、保守秘密。2006年7月1日开始施行的《保险营销员管理规定》(2013年7月1日废止)第四章对保险营销员的展业行为进行管理(见表2.1)。

表 2.1 《保险营销员管理规定》第四章主要内容

应遵守的规定	禁止的行为
第二十八条 保险营销员从事保险营销活动应当遵守法律、行政法规和中国保监会的有关规定。	第三十六条 保险营销员从事保险营销活动,不得有下列行为: (一) 做虚假或者误导性说明、宣传; (二) 擅自印制、发放、传播保险产品宣传材料; (三) 对不同保险产品信息做不公平或者不完全比较; (四) 隐瞒与保险合同有关的重要情况; (五) 对保险产品的红利、盈余分配或者未来不确定收益作出超出合同保证的承诺;
第二十九条 保险营销员应当在所属保险公司授权范围内从事保险营销活动,自觉接受所属保险公司的管理,履行委托协议约定的义务。	(六) 对保险公司的财务状况和偿付能力作出虚假或者误导性陈述; (七) 利用行政处罚结果或者捏造、散布虚假事实,诋毁其他保险公司、保险中介机构或者个人的信誉; (八) 利用行政权力、行业优势地位或者职业便利以及其他不正当手段强迫、引诱或者限制投保人订立保险合同; (九) 给予或者承诺给予投保人、被保险人或者受益人保险合同规定以外的其他利益;
第三十条 保险营销员从事保险营销活动,应当出示《展业证》。	(十) 向投保人、被保险人或者受益人收取保险费以外的费用; (十一) 阻碍投保人履行如实告知义务或者诱导其不履行如实告知义务;
第三十一条 保险营销员应当客观、全面、准确地向客户披露有关保险产品与服务的信息,应当向客户明确说明保险合同中责任免除、犹豫期、健康保险产品等待期、退保等重要信息。	(十二) 未经保险公司同意或者授权擅自变更保险条款和保险费率; (十三) 未经保险合同当事人同意或者授权擅自填写、更改保险合同及其文件内容;
第三十二条 保险营销员销售分红保险、投资连结保险、万能保险等保险新型产品的,应当明确告知客户此类产品的费用扣除情况,并提示购买此类产品的投资风险。	(十四) 未经投保人或者被保险人同意,代替或者唆使他人代替投保人、被保险人签署保险单证及相关重要文件; (十五) 诱导、唆使投保人终止、放弃有效的保险合同,购买新的保险产品,且损害投保人利益;
第三十三条 保险营销员应当将保险单据等重要文件交由投保人或者被保险人本人签名确认。	(十六) 泄露投保人、被保险人、受益人、保险公司的商业秘密或者个人隐私;
第三十四条 保险营销员不得与非法从事保险业务、保险中介业务的机构或者个人发生保险业务往来。	(十七) 超出《展业证》载明的业务范围、销售区域从事保险营销活动;
第三十五条 保险营销员代为办理保险业务,不得同时与两家或者两家以上保险公司签订委托协议。	(十八) 挪用、截留、侵占保险费、保险赔款或者保险金; (十九) 串通投保人、被保险人或者受益人骗取保险金或者保险赔款; (二十) 伪造、变造、转让《资格证书》或者《展业证》; (二十一) 私自印制、伪造、变造、倒买倒卖、隐匿、销毁保险单证; (二十二) 中国保监会规定的其他扰乱保险市场秩序的行为。

2013年7月1日起施行的《保险销售从业人员监管办法》对保险营销员的职业道德和行为进行了重新规定。其中,第二十四条规定了以下禁止行为:

(1) 欺骗投保人、被保险人或者受益人;