



民生人寿保险股份有限公司

2012 校园招聘大礼包
——大街网倾情奉献

大街网企业俱乐部

<http://company.dajie.com/>

民生人寿保险股份有限公司讨

<http://minshenglife.dajie.com/>

民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘简介：

民生人寿保险股份有限公司成立于 2002 年，是经中国保险监督管理委员会批准成立、国家工商行政管理总局注册登记的中国第一家以民营资本为投资主体的全国性专业人身保险公司，是由中国保险监督管理委员会直接管理的七家全国性保险公司之一。公司总部设在北京。截至 2008 年底，公司已先后在北京、上海、江苏、浙江、河北、山东、辽宁、四川、河南、福建、湖南、湖北、江西、黑龙江、安徽、陕西、山西和广西等 18 家省分公司，116 家地市级中心支公司，341 家营销服务部（支公司），并正在筹备多家省分公司、中心支公司和支公司。

总资产、总保费均达到百亿平台，尤其是近三年来，公司业务保持三位数增长。目前，公司营销队伍已突破 5 万人。社会奖誉更是捷报频传，2008 年度公司被评为“中国十大最佳保险公司”、“2008 年度最具成长性保险公司”、“2008 年度中国十大最佳保险理财产品计划”、“2008 年度保险业最佳雇主”。

民生人寿保险股份有限公司 2011 校园招聘回顾：

一、拟聘岗位、专业、人数

总公司（北京）：

招聘部门：监查审计部、客户服务部、信息技术部、机构代理部、精算部、资产管理中心、组织资源部、收展部、业务管理部、银行保险部、财务部、市场部、多元销售部。

招聘专业：财务会计、保险、金融、医学、法律、计算机相关专业、财经、中文、新闻、建筑、投资、人力资源、思想政治专业、营销、临床医学、统计分析及相关专业等专业。

主要招聘学士和硕士生。

北京分公司

主要招聘：金融管理、法律、医学学士

黑龙江分公司

主要招聘：会计、金融、法律、医学、工科学士

二、应聘条件：

- （一）品学兼优，正直诚信，踏实努力；
- （二）有良好的沟通能力、团队合作能力、客户导向能力，具备一定的组织能力和解决问题的能力；
- （三）具备团队合作意识和以客户为导向的服务意识；
- （四）认同公司“为民生服务”的企业使命。
- （五）本科以上学历，硕士毕业生优先；
- （六）学生干部、党员及获得优秀毕业生证书人员优先。
- （七）总公司相关岗位优先考虑北京户籍学生。

三、其他说明：

- （一）招聘人员一经录用，公司将为其提供具有竞争优势的薪资、福利；
- （二）应聘到总部人员，表现优异可为外地生源解决北京市户口；
- （三）公司将对应聘资料保密，并会妥善保管，所有人员简历将纳入公司储备人才库；
- （四）报名截止时间：2011 年 4 月 6 日。

民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘的情况请同学们随时关注[民生人寿保险股份有](#)

[限公司 2012 校园招聘俱乐部](#)的最新信息。



此次大街网推出了[民生人寿保险股份有限公司](#) 2012 校园招聘大礼包供同学们备战。

此外，我们会随着 2012 年度各名企校园招聘项目的进度，适时地为同学们提供民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘第一时间上线通知、网申攻略图解、HR 官方答疑、应聘笔试面试指导等各种求职信息，助你在面试路上披荆斩棘，通关获胜。

让我们·赢在 2012 !

民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘大礼包——目录

一、	民生人寿保险股份有限公司简介.....	6
1.1	民生人寿保险股份有限公司概况.....	6
1.2	民生人寿保险股份有限公司历史.....	6
1.3	民生人寿保险股份有限公司主营业务/品牌.....	8
1.4	民生人寿保险股份有限公司文化/价值观.....	9
1.5	民生人寿保险股份有限公司工作地点.....	9
二、	民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘项目介绍.....	10
2.1	民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘介绍.....	10
2.2	民生人寿保险股份有限公司校园招聘流程.....	11
三、	民生人寿保险股份有限公司职业发展&薪酬待遇.....	12
3.1	民生人寿保险股份有限公司职业发展.....	12
3.2	民生人寿保险股份有限公司薪酬待遇.....	12
四、	民生人寿保险股份有限公司校园招聘笔试经验.....	13
4.1	民生人寿银保部笔试 2009-3-12.....	13
4.2	民生人寿笔试.....	13
五、	民生人寿保险股份有限公司校园招聘面试经验.....	14
5.1	面试——民生人寿.....	14
5.2	早上去面了民生人寿，随便扯扯.....	14
六、	民生人寿保险股份有限公司工作经历&感悟.....	15
6.1	几年来寿险营销的感慨 2011-02-06.....	15
6.2	主管当有鸿鹄志：把团队做大、做强、做稳 2011-01-06.....	16

6.3	我在民生四周年 2009-10-26	17
6.4	我的寿险成长历程与体会 2009-10-26	18
6.5	民生人寿保险股份有限公司实习报告	18
七、	民生人寿保险股份有限公司相关资料延伸阅读	22
7.1	民生人寿保险股份有限公司企业荣誉	22

一、 民生人寿保险股份有限公司简介

1.1 民生人寿保险股份有限公司概况

民生人寿保险股份有限公司成立于 2002 年，总部位于北京，是由中国保险监督管理委员会直接管理的七家全国性保险公司之一。

民生人寿由全国工商联牵头发起设立，现有股东 21 家，实收资本金 27 亿元，是中国寿险市场资本实力最强的公司之一。主要股东有：万向财务有限公司、中国泛海控股集团有限公司、中国有色金属建设股份有限公司、海鑫钢铁集团有限公司、江西汇仁集团医药科研营销有限公司、东方希望集团有限公司、四川新希望农业股份有限公司、北京电信经济技术开发公司、新加坡亚洲联合控股有限公司等。

民生人寿现任董事长为全国人大财政经济委员会委员、全国工商联原副主席谢伯阳先生；副董事长为中国泛海控股集团有限公司董事长卢志强先生和万向财务有限公司董事长鲁伟鼎先生；监事长为新希望集团董事长刘永好先生。2005 年，民生人寿首任总裁王耀华被董事会解聘，时任中国出口信用保险公司副总经理的段景泉，临危受命，接任总裁。段景泉在 2009 年 8 月底就已离职，目前代理总裁一职的是公司董事长谢伯阳。至于下一任总裁人选，董事会尚未作出决定。

经中国保险监督管理委员会批准，民生人寿的业务经营范围包括人寿保险、健康保险、意外伤害保险、上述保险业务的再保险业务和资金运用业务。险种包括：定期寿险、终身寿险、短期健康保险、长期健康保险、个人和团体意外伤害保险、两全保险和年金保险。

截至 2007 年，民生人寿已先后在北京、浙江、江苏、河北、山东、福建、辽宁、四川、河南、上海、湖南、江西、黑龙江 13 个省、市设立了 13 家省级分公司，初步形成了重点市场的机构布局。

自 2003 年开业以来，民生人寿坚持以诚信为立司之本，坚持以经济效益为中心，坚持多渠道发展业务，依靠强化管理、产品创新和优质服务，各项工作取得了快速、持续、健康的发展，期缴保费收入、规模保费收入增速均大大高于行业平均水平。

2006 年，民生人寿被全球华人名牌网等机构评为“中国十佳保险品牌”；2007 年 1 月，被全球最具影响力的中文网站——新浪网评为“最具发展潜力保险公司”、五家“网友最信赖的寿险公司”之一，还由于关心民生、热衷社会公益事业，同时被授予“城市生活贡献奖”；2007 年 10 月，被《中国质量万里行》杂志社市场调查中心评为“全国保险市场服务质量消费者满意品牌”；2007 年 11 月，由于公益项目“民生人寿和谐社会群众歌咏活动资助工程”的突出贡献，被《中国经营报》授予“2007 中国企业竞争力年会年度卓越表现奖之最佳社会责任行动奖”；2007 年 12 月，被中国国际财务战略管理研究会、《中国总会计师》杂志社评为“十佳金融服务机构”。

民生人寿是中国经济发展和金融市场开放的产物，极具生命力的资本主体和科学的运营机制为公司的长远发展奠定了坚实的基础。民生人寿将继续秉承“民生人寿保民生”的经营理念，植根民众，造福民生，充分发挥体制优越、机制灵活、务实高效的优势，把自己建设成为成长性强、富有特色的一流保险企业。

1.2 民生人寿保险股份有限公司历史

1994 年，全国工商联根据广大民营企业家的建议，牵头筹建中国第一家以民营资本为投资主体的保险公司；同年 12 月，组成以全国工商联副主席陈景新为组长的筹备组展开筹备工作；1995 年 2 月，全国工商联调陈安东同志具体负责筹备工作。

1996 年 8 月，全国工商联副主席陈景新以全联保险公司筹备组名义，就组建民生人寿保险公司一事致函中央统战部副部长、全国政协秘书长郑万通。中共中央政治局党委、全国政协主席李瑞环在该函上批示：“请谕基同志批示。”中共中央政治局常委、国务院副总理朱镕基批示：“拟同意，请相龙、陈元同志酌情批示。”

2000年9月30日，中国保监会召开由全国工商联领导参加的会议，宣布国家批准民生人寿正式进入筹备程序的决定。

2000年10月9日，全国工商联下发《关于民生人寿获准筹备的通知》（全联发字[2000]第39号）；

2000年10月24日，中国保监会下发《关于同意筹建民生人寿保险股份有限公司的批复》（保监复[2000]286号），正式批复民生人寿保险有限公司筹建。

2002年4月18日，公司召开创立大会，选举产生第一届董事会：王宏前、卢志强、刘永行、陈年代、李海仓、严克强、倪益麟、鲁伟鼎、谢秋涵、潘履孚；选举产生了由股东代表出任的监事会成员：刘永好、朱重庆、周晋峰、韩小群；推举经叔平为名誉董事长；选举严克强为董事长，卢志强、鲁伟鼎为副董事长；选举刘永好为监事长；聘任王耀华为总经理。

2002年5月15日，中国保监会下发《关于成立民生人寿保险股份有限公司的批复》（保监机审[2002]207号），同意成立民生人寿保险股份有限公司。

2003年3月31日，召开首届董事会第十次会议。会议审议通过了提名陈嘉禾为董事候选人、严克强辞去董事、董事长职务、提名王以铭为董事候选人等项议案。

2003年4月1日，中国保监会下发《关于民生人寿保险股份有限公司开业的批复》（保监机审[2003]70号），批准民生人寿保险股份有限公司开业。

2003年4月21日，民生人寿以营业总部名义售出第一张保单。投保人樊金洁为被保险人王喆投保康泰重大疾病两全保险，保险金额3万元，保险费707.1元。

2003年6月18日，民生人寿保险股份有限公司举行隆重揭牌仪式，全国工商联及保监会主要领导参加。

2003年8月6日，中央电视台记者、被保险人罗闪在赴新疆石河子采访途中，因车祸于2003-8-6至2003-8-14在石河子人民医院住院治疗，共花费医疗费用8537.99元。9月11日，被保险人罗闪向我公司提出理赔申请，并提供了相关理赔申请材料。公司经审核后确认属于保险责任范围，并于2003年9月12日支付意外伤害医疗保险金7639.19元。此为公司第一笔赔款。

2003年9月8日，中国保监会批复北京分公司开业（保监机审[2003]745号）；10月24日，批复杭州分公司（保监机审[2003]783号）、南京分公司（保监机审[2003]784号）开业；11月14日，批复石家庄分公司（保监机审[2003]827号）开业。

2003年11月11日，国家工商总局正式颁发《企业法人营业执照》（公司成立日期2002年6月18日，注册号为：1000001003680[4-3]）。

2004年7月，民生人寿商标正式通过国家工商总局核准。

2004年9月2日，辽宁保监局批复沈阳分公司开业；9月6日，福建保监局批复福州分公司开业；9月13日，四川保监局批复成都分公司开业；9月14日，河南保监局批复郑州分公司开业；9月21日，山东保监局批复济南分公司开业；10月10日，上海保监局批复上海分公司开业。

自2003年开业以来，民生人寿坚持以诚信为立司之本，坚持以经济效益为中心，坚持多渠道发展业务，依靠强化管理、产品创新和优质服务，各项工作取得了快速、持续、健康的发展，期交保费收入、规模保费收入增速均大大高于行业平均水平。

2006年，民生人寿被全球华人名牌网等机构评为“中国十佳保险品牌”；2007年1月，被全球最具影响力的中文网站——新浪网评为“最具发展潜力保险公司”、五家“网友最信赖的寿险公司”之一，还由于关心民生、热衷社会公益事业，同时被授予“城市生活贡献奖”；2007年10月，被《中国质量万里行》杂志社市场调查中心评为“全国保险市场服务质量消费者满意品牌”；2007年11月，由于公益项目“民生人寿和谐社会群众歌咏活动资助工程”的突出贡献，被《中国经营报》授予“2007中国企业竞争力年会年度卓越表现奖之最佳社会责任行动奖”；2007年12月，被中国国际财务战略管理研究会、《中国总会计师》杂志社评为“十佳金融服务机构”；被搜狐网评为“最佳内资寿险品牌”。

截至2008年5月底，民生人寿已先后在北京、浙江、江苏、河北、山东、福建、辽宁、四川、河南、上海、黑龙江、湖南、江西、安徽、广西、陕西、湖北、山西18个省、市设立了18家省级分公司，初步形成了全国重点市场的机构布局。

民生人寿是中国经济发展和金融市场开放的产物，极具生命力的资本主体和科学的运营机制为公司的长远发展奠定了坚实的基础。民生人寿将继续秉承“民生人寿保民生”的经营理念，植根民众，造福民生，充分发挥体制优越、机制灵活、务实高效的优势，把自己建设成为成长性强、富有特色的一流保险企业。

1.3 民生人寿保险股份有限公司主营业务/品牌

经中国保险监督管理委员会批准，民生人寿保险股份有限公司的业务经营范围包括人寿保险、健康保险、意外伤害保险、上述保险业务的再保险业务和资金运用业务。险种包括：个人和团体意外伤害保险、两全保险、定期寿险、终身寿险、年金保险、短期健康保险及长期健康保险等。

热销产品

民生幸福 360 少儿理财保险计划

民生富贵双盈理财保险计划

民生如意三宝（2009）健康理财保险计划

民生如意相伴健康理财保险计划

民生富贵年年两全保险（分红型）

民生年年红两全保险（分红型）

民生金太阳保险卡

个人保险产品

民生长瑞年金保险（分红型）

民生金榜题名少儿教育金两全保险（分红型）

民生康泰一生重大疾病保险

民生金太阳保险卡

民生幸福 360 少儿理财保险计划

团体保险产品

民生母婴安康疾病保险

民生附加建筑工程施工人员团体意外伤害医疗保险

民生附加团体意外伤害医疗保险

民生附加住院团体医疗保险

民生附加每日住院给付团体医疗保险

银行保险产品

金镶玉两全保险（分红型）

富贵盈门两全保险 B 款（万能型）

富贵盈门两全保险 A 款（万能型）

金玉满堂两全保险 C 款（分红型）

金玉满堂两全保险 D 款（分红型）

中介机构代理产品

民生鑫三宝健康理财保险计划

特色理赔服务

——“非常 6+1” 满意理赔

“非常 6+1” 的“6” 是指：

“及时雨” —— 上门送赔款服务

“倒赔钱” —— 延滞支付利息服务

“解燃眉” —— 预付赔款服务

“快回答” —— 投诉案件快速书面回复服务

“加急报” —— 给付通知及回访跟踪服务

“马上给” —— 小额案件即时给付服务

“1” 指 “一切以客户为中心”。

1.4 民生人寿保险股份有限公司文化/价值观

对待工作，务实高效；

对待客户，诚实守信；

对待同事，尊重沟通；

对待自己，谦虚自律；

对待公司，忠诚服从；

对待专业，精益求精；

对待竞争，创新求变；

对待社会，勇于奉献！

1.5 民生人寿保险股份有限公司工作地点

北京、上海、江苏、浙江、河北、山东、辽宁、四川、河南、福建、湖南、湖北、江西、黑龙江、安徽、陕西、山西和广西等

二、 民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘项目介绍

2.1 民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘介绍

民生人寿保险股份有限公司成立于 2002 年，是经中国保险监督管理委员会批准成立、国家工商行政管理总局注册登记的中国第一家以民营资本为投资主体的全国性专业人身保险公司，是由中国保险监督管理委员会直接管理的七家全国性保险公司之一。公司总部设在北京。截至 2008 年底，公司已先后在北京、上海、江苏、浙江、河北、山东、辽宁、四川、河南、福建、湖南、湖北、江西、黑龙江、安徽、陕西、山西和广西等 18 家省分公司，116 家地市级中心支公司，341 家营销服务部（支公司），并正在筹备多家省分公司、中心支公司和支公司。

总资产、总保费均达到百亿平台，尤其是近三年来，公司业务保持三位数增长。目前，公司营销队伍已突破 5 万人。社会奖誉更是捷报频传，2008 年度公司被评为“中国十大最佳保险公司”、“2008 年度最具成长性保险公司”、“2008 年度中国十大最佳保险理财产品计划”、“2008 年度保险业最佳雇主”。

民生人寿保险股份有限公司 2011 校园招聘回顾：

二、拟聘岗位、专业、人数

总公司（北京）：

招聘部门：监查审计部、客户服务部、信息技术部、机构代理部、精算部、资产管理中心、组织资源部、收展部、业务管理部、银行保险部、财务部、市场部、多元销售部。

招聘专业：财务会计、保险、金融、医学、法律、计算机相关专业、财经、中文、新闻、建筑、投资、人力资源、思想政治专业、营销、临床医学、统计分析及相关专业等专业。

主要招聘学士和硕士生。

北京分公司

主要招聘：金融管理、法律、医学学士

黑龙江分公司

主要招聘：会计、金融、法律、医学、工科学士

二、应聘条件：

（一）品学兼优，正直诚信，踏实努力；

（二）有良好的沟通能力、团队合作能力、客户导向能力，具备一定的组织能力和解决问题能力；

（三）具备团队合作意识和以客户为导向的服务意识；

（四）认同公司“为民生服务”的企业使命。

（五）本科以上学历，硕士毕业生优先；

（六）学生干部、党员及获得优秀毕业生证书人员优先。

（七）总公司相关岗位优先考虑北京户籍学生。

三、其他说明：

（一）招聘人员一经录用，公司将为其提供具有竞争优势的薪资、福利；

- (二) 应聘到总部人员，表现优异可为外地生源解决北京市户口；
- (三) 公司将对应聘资料保密，并会妥善保管，所有人员简历将纳入公司储备人才库；
- (四) 报名截止时间：2011年4月6日。

民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘的情况请同学们随时关注[民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘俱乐部](#)的最新信息。

2.2 民生人寿保险股份有限公司校园招聘流程

参考民生人寿保险股份有限公司 2011 校园招聘流程，2012 年民生人寿保险股份有限公司校园招聘流程大致如下：

报名——笔试——面试——体检——录用

三、 民生人寿保险股份有限公司职业发展&薪酬待遇

3.1 民生人寿保险股份有限公司职业发展

公司坚持“任人唯贤、公道正派”的用人理念；坚持“选对人才、用好人才、培养人才、管理人才”的用人策略；坚持以绩效为导向的考核机制；坚持“公开、公平、公正”晋升机制；坚持物质激励与精神激励相结合、薪酬激励与股权激励相结合、短期激励与长期激励相结合的激励机制。

3.2 民生人寿保险股份有限公司薪酬待遇

组训¥220——¥1200

业务主任-外聘员工¥400

分公司室主任¥10000——¥13600

财务会计¥600

内勤¥613

综合内勤¥220——¥500

管理¥4500

营销管理¥1000

营业组经理-兼职¥1000

行政¥700

文秘¥3000

数据分析岗¥500

组训-实习生¥300

营销培训负责人¥2000

需求分析师¥2000

业务管理岗¥300

据网友爆料：

去年暑假在那实习。

话说户口是能解决的，工资当时私底下问的是刚去四千元左右。（不知道现在金融危机是否会有影响）

另外工作一年后要离开的话似乎也可以，当然建议你还是干几年业务熟练了再考虑跳槽。

如果有志于在保险行业干，或者想解决户口的话，是可以考虑的。

四、 民生人寿保险股份有限公司校园招聘笔试经验

4.1 民生人寿银保部笔试 2009-3-12

题目很简单，2个小时之内交卷！

50道公务员行测的题目，有数学类的、阅读英语文章阅读理解。。。

然后是3道大题

- 1、车急速行驶，突然停止。列出原因，越多越好！
- 2、什么是客户满意度，如何提高？
- 3、如何看待银行保险？

4.2 民生人寿笔试

1. 选择： 数列数组，和基本的数字运算；逻辑思维阅读；英语阅读（如何提供员工的工作效率）。
2. 填空： 公司司训；业务主任晋升条件；滚动晋升的日期如何界定；
3. 问答：公司产品如意三宝的至少4个卖点； 产品长裕的五要素和分红方式
4. 论述： 如果近期公司的人员活动率很低，你会采用什么方法解决这个问题，假如一个营业部 80 人，60 有效人力，30 人开单， 15FYP/月，根据数据阐述现在的营业部有什么样的问题，提出解决方案

五、 民生人寿保险股份有限公司校园招聘面试经验

5.1 面试——民生人寿

刚刚结束一天的总公司面试，多了份愉悦的心情，也添了些怪怪的自责感。

经历了上周四五辽分公司的面试，7名候选人从20人中脱颖而出。很有幸的以第三明的身份参加了今天的总公司的笔试和视频面试。

面试部分： 简单自我介绍； 3分钟即兴演讲（我抽到的题目是：鸟巢）；面试观提问。

总的来说，笔试部分的数学和英语以及逻辑思维题目答的很好，我很满意。回答公司的基本法的内容还有漏洞，回去接着看，直到把它融入我的血液里。产品的题目应该不出错，可是5要素这个提目没有理解好，回答的角度错误了。 考试不是目的，主要是找到差距回来补上。这也是我愿意把它写出来的原因。在入司接近两个月的时间，我应该再重新审视已经掌握的知识，不足之处补上，好的地方发扬。

面试部分我对自己的回答的问题的角度是满意的，可是平日里缺乏训练，导致思想和嘴不统一，尤其是逻辑上没有联系紧密，导致我演讲的内容有亮点但是总体听上去是大雾弥漫没有逻辑。所以，在回来的路上有点自责，呵呵。看来，我选择民生人寿是对的。哈哈，这个公司给我无穷的机遇和挑战，让我一刻也不能停歇。如果不看书学习，我就会变的空洞，说话没有逻辑，看问题以点带面，分析问题没有深度，解决问题没有力度。所以，平时没有事的时候多看书啦。

今天就写这么多了，不知道面试结果怎么样。不管怎样，我还是朝着我的目标继续努力，把一句最简单我名言送给自己，“坚持不懈，直到成功”。

5.2 早上去面了民生人寿，随便扯扯

一大早就起来了，到三元桥下车，结果找那破大厦找了半个多小时==！，没办法，那里高楼林立，问也很少有人知道。去了发现人还不少，都在等着，过一会儿一个经理面的我，看年纪估计也大不了我几岁，聊聊一些我个人的基本情况，然后我也问了一下公司的情况，大概就是说民生（主要是指民生集团，包括民生银行，民生人寿，民生证券）是有ZF背景的大公司，董事长是某某某，国家任命，公司发展前景很看好，明年预计上市。最主要一点是他跟我解释了说我们是招应届大学生作为中高层管理人员的储备，而不是招业务员，如果招业务员他们可以上社会招有工作经验有社会经验的人，他们这方面的能力肯定比我们初出校门的人有优势。（但愿这个不是忽悠）。说下午会给复试通知，如果通过的话。

六、 民生人寿保险股份有限公司工作经历&感悟

6.1 几年来寿险营销的感慨 2011-02-06

伴随着保险业的发展，我走过了一段算是艰难的代理历程，回顾看看磕磕绊绊的几年从业经历，有太多的感慨更有太多的无奈，保险牵着我的手，我牵着客户的手，一路上伴随着所有的合作伙伴，一路上的苦和乐，一路上的情和爱，让我重新认识了自己，重新认识了人生。

从 2007 年底一种缘分跨入保险业成了一名寿险营销员，也称为保险代理人，凭着十来年的传统行业经验到了寿险营销这陌生世界，是这里的企业文化和营销机制改变了我的人生，也改变了我的生活，提高了生活品位，更让我感受到了自己的价值以及通过我给社会带来价值。生命因此有了新的意义。

今 2011 年开始，三年多来回头看看，由于传统观念的束缚，有太多的人对这个行业存在着偏见，给我们队伍展业带来了一定的压力，怎样看待保险代理人他们仁者见仁，智者见智。

有人形容保险业队伍如同大浪淘沙，很多人只存留几个月或一年半载就被淘汰出局或匆匆而去，而有的人对这个行业的严格考核标准难以接受从而与失败所交臂，一方面表现了这个行业的残酷性，另一方面也看出了很多人对此缺少心理准备，勤奋和努力再加用心是保险代理人通往成功的阶梯，不断的学习是每个人必须面对的课题，几年来我始终坚持一边参加公司的学习，培训，一边全方位的提过自身的能力，公司的企业文化给我带来了全新的销售理念和工作热情，使我不仅了解了更多的金融知识，身边知识，还对整个保险资金的运作，投资渠道都有了系统的掌握和认识，我认真掌握每个条款根据不同的家庭收入。设计适合不同人群的保险计划，真正为客户量身定做，赢得客户的信任，为很多家庭带去了保障。

人寿保险在国外已有着百余年的历史，然而在我国还是如同一个刚刚出生不久的新生儿，在他成长的过程中需要全社会的呵护和支持，做为寿险代理人我感到荣耀的同时也有几多困惑，几分无奈，因为太多的家庭需要这份保障，可又有太多的人却拒绝这份爱，观念的滞后和行业的生疏，导致有些人也许会失去最佳的投保时机，作为一名专业的寿险营销员，职业的责任感和社会的使命感让我多了一份思考，我无暇顾及自身的无奈和艰辛，我们是爱的使者。用爱心让更多的人投入人寿保险这个大家庭获得众人的庇护，从而达到人人为我，我为人人的目的。用保险的理念唤起了人们的责任心与爱心，让他们为自己和家人投保人寿保险，几年来我感到自己的更充实，如今通过我好多客户有的已得到了赔付金，有的领到了生存金，还有的已看到了几年前买下的保单创下了今后长久的收益，他们真心感谢我！

几年来的寿险之路，使我感受很深，客户的拒绝，朋友的躲避，也曾让我困惑和动摇，但我看到那些因不懂保险而没买保险一旦风险发生痛失亲人而无助的家庭，看到年迈的老人和年幼的孩子，需要帮助的时候我的心在流血，我不希望看到这样的场景，我希望每一个家庭都能通过投保人寿保险获得保障，行业的使命感坚定了我从业的信心，把保障带给别人把艰辛留给自己，这就是寿险人应用的情怀，如今我拥有了自己的客户群体，一种责任感和使命感让我更不敢有丝毫的懒惰，其实我也想把更多的时间留给自己和家人，也想轻松的享受生活，可是我却做不到，因为有太多的人需要保障，有太多的人还没有意识到保险的功效，有太多的人需要去引导和宣传，从而拥有保障。保险代理人伴随着经济的发展在我国刚刚展露头角的新兴行业，架起了爱的桥梁它让很多家庭通过人寿保险为自己做好了抵御风险的准备，我坚信保险业的兴衰是一个国家兴亡和发达的象征，我为自己能成为寿险人而感到自豪和骄傲，愿为寿险业贡献出自己的微薄之力。

当客户如同亲人一样理解我时，当客户不断鼓励我时，当客户非常相信我时，当客户说就凭我做人的品格一定要投保时，当客户拿到理赔金那种感激的眼神时，再多的付出与辛苦已不记得了，只有感到欣慰与行业的快乐！因此对我所有认识与不认识，是客户与不是客户，以及帮助与没帮助和爱与不爱我的身边任何一个人表示感谢！

保险真值得大家去关注，去拥有！更希望会有更多人愿意来做宣传的天使帮助更多有责任的人，让你人生拥有价值的另一页，利人利己！

6.2 主管当有鸿鹄志：把团队做大、做强、做稳 2011-01-06

主管辅导属员的根本出发点，就是要想方设法让属员确立自己的职业生涯规划。那么主管自身有没有职业生涯规划呢？如果有，又是什么呢？

事实说明，现代寿险营销要求营销主管不但要有过硬的业务能力、团队经营管理能力，还要有明晰、科学、志向远大的自我规划能力。在此，我们主要讨论主管们在寿险业追求的理想目标，具体体现在以下几个方面：

主管职业生涯规划第一步：

把团队做大

现阶段营销团队参差不齐，人员数量相差悬殊，成百上千人的团队有之；“总共只有十几个人七八条枪”者有之；三五个人的营销团队也不在少数。有些主管其团队人数刚刚达到相应职级的最低标准，每时每刻都在为怎样维持而苦苦奔波。名为主管，带着一个营销团队，实则经不起任何风浪，若再有人脱落，这样的团队就会摇摇欲坠。

营销团队一定要把它做大，绝不可以安于现状，永不满足是寿险营销人特有的品质。增员，持续不断地增员，让自己的团队总是人丁旺盛，充满活力和朝气，让团队人气十足。发展人力是现阶段寿险营销的一个硬道理，团队中有人才有一切。

主管职业生涯规划第二步：

把团队做强

“强或者弱”是团队整体作战能力问题，有些主管从其组织架构图上看，拥有一支“庞大”的团队，其在职人数远远超过基本法规定的人数，但实际上是“虚胖”，在团队中，能来出勤者只有十来个，而真正“干活”的人却只有五六个，着实太弱，整个团队毫无生机、毫无战斗力可言。作为主管，有责任带出一支很强大的团队来，“兵强马壮”才能无往而不胜。也就是说，团队发展不但要有量还要有质，质来源于两个方面：其一是增员的质，其二是辅导的质，二者相辅相成，缺一不可，但二者都与主管的工作有关，确切地说与主管总体的寿险职业生涯规划有关。

主管职业生涯规划第三步：

把团队做稳

有些营销团队业绩忽高忽低，这个月处处领先，下个月业绩几乎全员挂零，起伏和波动过大，原因就在于主管的整体规划力不够，工作随意性太强。具体原因在于主管对团队中属员的状况掌握不够，或者是根本不了解，比如有的主管甚至不知道自己团队中的确切人数，或者是叫不出某个属员的名字，从而导至不能从全局上掌控团队，这就要求主管潜心经营，从关心每一个属员出发，细心观察和了解团队中的每一位属员，用心经营，只有这样才能增强团队工作的计划性，提高对团队的规划能力，让团队稳健发展。

主管职业生涯规划第四步：

把团队做轻松

经常听到许多主管说带团队太累，整天除了陪访就是辅导，更有处理不完的事情，还不如自己做业务。实际上，在这样的团队里，业务常常是主管本人完成一大半，增员也是主管自己喊自己做，增员做业务都是主管一个人在出力，确实太累。究其原因，主要是属员普遍没有带起来，团体的力量没有得到充分的发挥。

改善的途径是加强自身修练，提高辅导技能，让团队中的每一个人都健康地成长起来，能够独立作战，独挡一面，让自己的管理工作由替代型向指导型转变；由单打独斗型向群策群力型转变。充分发挥团队中每位属员的主观能动性，从而减轻自己的工作压力。只有这样才能将自己从琐碎的事物中解脱出来，使团队管理工作变得轻松自如。

主管职业生涯规划第五步：

做出自己的品牌

当我们经过自己的不懈努力，把团队做大做强、做稳做轻松以后，就有足够的时间和精力去考虑如何把团队做出自己的品牌来。做出自己的品牌，是寿险营销工作的崇高境界，是我们每个主管所孜孜以求的。创造个性化营销，形成自己独特的管理风格，营造出自己的团队文化，铸就自己团队的寿险营销精神，让寿险营销成为一种艺术、成为一种美。比如，带出一支“优质服务型”团队，“善于做大单型”团队，“专业专精型”团队，“团结互助型”团队等等.....

整体来讲，初级主管和新晋升的主管首先要着力于把自己的团队做大做强，然后才能有时间和精力考虑怎样把自己的团队做稳，做大做强是做稳的前提，不大不强谈不上稳。但大或者强并不等于一定会稳，要使自己的团队稳健发展还有更多的工作要做。高级主管和老主管在已经把自己的团队做大做强做稳以后，要着力于把自己的团队做轻松，做出自己的品牌。

由小到大，由大到强，由强到稳，由稳到轻松，最后再由轻松到做出自己的品牌来，这便是——一个寿险营销主管的生涯规划。

6.3 我在民生四周年 2009-10-26

今年的九月二十五日是我来到民生的第四个年头，在这四年中，我从一个普通的农村业务员，一步一步风雨兼程走到了现在，真可谓是品足了寿险道路上的酸甜苦辣。我想以一种特别的方式来纪念这个特别的日子。作为一个老员工，一个对民生有着深深感情的民生赤子，我想用我一如既往努力拜访来为自己庆祝一下吧！

回顾这四年的风雨历程，说实话真有点累了，但我是一个永远也不服输的人，执着顽强的个性告诉我要做就要做一个保险业的常青树，枝繁叶茂，永葆青春。

在这四年中，我坚持陌生拜访，结合原有老客户的精心经营一步一步来扩大自己在本地区的影响力。在做好自己的业绩，达成绩优的同时也发展了自己的团队。

事实告诉我，在康平这样的农村市场上单靠大单来创造好成绩是不太可能的，要想做得更好还是要靠踏实的拜访一件一件的积累。四年中我一直这么做的，有时候每天几十个拜访确实很累，但回头想想为这么多家庭送去保障，再想想民生给予我的那么多的荣誉，给予康平服务部的那么多的荣誉，就算再累也是值得的。

我一直在开拓农村保险市场，因为在广大的东北农村很少有村民能为自己的家庭买上一份保险，原因一方面是由于保险观念的淡薄，也有自古以来农村人靠子女来养老看病的传统观念的根深蒂固。但是随着现代医疗养老费用的增长，很多我身边的村民因为这样那样的疾病导致生活非常穷困。

作为一个保险人我也感到惭愧，因为我早先没有为他们送上我的保障。是爱心驱使我尽力地帮助他们，四年来我一直在努力拜访，无论是新客户老客户，我都尽心的去经营着每一个客户，正因为这样优秀的售后服务，在群众当中树立了口碑，很多的时候保单的产生都是很多客户自己主动来找我咨询的。

随着市场竞争的激烈，我深知市场开拓的不易，于是更加注重老客户的维护，这些年我努力发掘和维护自己的影响力中心。每年的节假日和传统节日我都会登门拜访我的这些重要的客户，送上我对他们的问候，带给他们民生公司的关怀和问候。和这些客户做知心的朋友，我也会尽我的所能来帮助他们的事业，好多客户通过我作为桥梁结识了他们生意上的合作伙伴，这样我们实现了双赢。我也真心地感谢寿险这个行业让我从一个普通的小商人，转变成一个职业经理人，也成为很多客户可以信赖的影响力中心。

由于过度劳累，身体严重透支，今年的一场疾病让我身心疲惫，但同时，患病期间我更加明白了健康的重要性。在北京看病期间我最牵挂的是自己的孩子，是这样一个经历我更懂得了父母的爱和关怀对孩子的成长尤为重要。痊愈后我决定给更多的有小孩的家庭带来未来教育金的保障。此时恰逢总公司的华山论剑方案出台，我决定再挑战一下。

想到我们镇上还有几百户家庭没有为自己的孩子准备未来上大学的教育金，身为人母的我真为她们着急。我自己的孩子现在在上初中，可以说孩子就是我除了事业之外的全部。我也希望所有的家长在孩子将来接到录取通知书时不再为学费发愁。就凭这个想法，九月份里整个时间我跑遍了几乎所有家庭，在有即将入学的小孩的家庭中，我用我自己作为母亲对孩子的那种爱，那种感同身受去感染着每一位家长。就这样我做成了六十多件民生金榜题名教育金保险单。

爱、责任和助人成功，我始终牢记，这让我为民生奉献我的全部。

在辽宁分公司成立五周年庆典的时候，在我加盟民生四周年的日子里，我没有什么特别的礼物，我只想用这个迟来一点的贺礼来为民生辽分献上我的祝福。

愿我们的辽宁分公司在赵传名总的带领下越走越远！

愿所有的民生人都能实现自己的价值，走向成功！

6.4 我的寿险成长历程与体会 2009-10-26

民生人寿保险公司是一个值得信赖，具有发展潜力的大公司，我们可以在这个大舞台上施展才华，并通过自己的努力迅速掌握了有关保险产品的专业知识及工作技巧。满怀信心，积极拜访，取得了一次又一次胜利，从5月18号到27号9天的时间成功签单19个，保费51000多元，取得了开门红，5月的成功给了我自信，于是在6月份我发起了猛烈的冲击，每天早上五点起床，晚上10点以后才睡觉，白天去拜访客户签单，早晨和晚上填写投保单。

1、思想是行动的先导，理念是改变的前提。

做任何事情都要先从思想开始，只有想通了才有行动的可能。

2、做事先做人，承诺重于泰山

我的很多客户，都是在我第一次给他就说就签单的，甚至没有问是什么保险产品，哪个公司，那是因为他相信你的为人，相信你不会骗他，所以说人的品质、素质很重要，如果客户不信任你，即使再好的保险产品他也不买。

3、感恩

认识保险，加入民生，让我改变。我所取得的一点点成绩，靠得是公司给我提供的平台和资源；靠得是公司的各级领导给予的关心和关爱；靠得是我所在的菏泽中心支公司各位伙伴给予的无私帮助；靠得是我的家人和朋友给予的理解和支持。

4、目标与追求

保险没有昨天，只有今天与明天，所有的成绩都已成为过去，在未来的日子里，我会更加努力与民生一起发展壮大，我的目标是每个月都要做到签单10个。

6.5 民生人寿保险股份有限公司实习报告

一、实习内容和计划

通过对理论课的学习，我了解了人身保险的基本原理、各类保险产品种类和责任等相关知识。然而这只是停留在理论的层面，如何把它运用到实践中去就需要走向市场，就需要到保险公司、拜访客户等深入到保险业务的每一个环节。

为此，我和20多名本班同学准备去民生人寿保险股份有限公司洛阳分公司（以下简称“民生人寿”）和洛阳市区的居民小区进行实习。

首先我们确定了实习内容，包含以下几个方面

1、了解保险公司形成体制、公司文化与发展史。具体了解民生人寿内部的组织体系、管理体系，总公司、分公司、支公司、营销部之间管理与责权利的划分。

2、了解保险公司在展业、承保、理赔等业务流程和熟悉主要险种和相关单证。具体知道民生人寿在人寿保险、健康保险、意外伤害保险业务营销中的主要环节、主要险种。

3、进行市场调查，了解人们对保险的具体需求和认识，保险营销现状并交流心得。具体向居民介绍民生人寿产品并力促成交。

遵照上述内容，我们的计划是：

- 1、花费一周多一点的时间，去了解民生人寿尤其是洛阳分公司的情况、民生人寿的主流产品和业务流程。
- 2、安排一周时间做市场调查，了解居民的需求和认识。
- 3、再安排至少两周的时间做保险销售工作，进行实战演练。

二、实习环节介绍

在民生人寿实习的一个多月的时间内，我们做了如下工作：

1、通过公司讲解了解了民生人寿公司情况

民生人寿保险股份有限公司成立于 2002 年，总部位于北京，是由全国工商联牵头、21 家企业发起设立，由中国保险监督管理委员会直接管理的七家全国性保险公司之一。截至 2006 年，民生人寿已先后在北京、河南和上海等省市设立了十家省级分公司，60 多家地、市级中心支公司、支公司或中心营销服务部，近 300 家区、县级营销服务部，初步形成了重点市场的机构布局。现有股东 22 家，实收资本金 27 亿元人民币，资本实力大大增强，资本规模一跃坐稳全国寿险业第四位，同时也创造了中国寿险业股东增资额度的一个新纪录。

2、学习了民生人寿的产品及其责任

民生人寿的业务经营范围包括人寿保险、健康保险、意外伤害保险、上述保险业务的再保险业务和资金运用业务。险种包括：定期寿险、终身寿险、短期健康保险、长期健康保险、个人和团体意外伤害保险、两全保险和年金保险。具体了解了“合家欢”综合意外伤害保险，民生人寿《吉祥卡》保险，民生长乐保障保险等相关产品和其保障对象、保险责任、保单利益等知识。

3、在公司理赔服务部了解了理赔的流程

首先，如果发生保险事故，客户应及时向保险公司报案，并将相关的资料由自己或委托他人送到保险公司。其次，保险公司理赔部接到材料后，会马上立案，如遇重大事故或有疑问的事故，会派专人进行调查。第三，调查员根据要求，展开调查。第四，理赔员对材料进行审核，确定事故是否属于保险责任范围，计算出赔付金额。如有疑问仍可派人调查。作出核赔结论。第五，理赔员将审核意见和结论上报，专人签批，签批同意后结案。第六，通知客户领取赔款或其他书面通知。

4、深入市场展开调查，介绍产品并力促成交

首先，我和同学制作了调查问卷，先后深入到了十几个居民小区进行调查，询问了他们的需求以及对保险的认识。其次，在调查中有针对性的向居民介绍民生人寿的产品。第三，对有需求且有感兴趣的准客户准备计划书，进行多次拜访力推产品并成交。

三、保险实习中遇到的问题分析

通过实习，我了解到我国保险业存在着不少问题。既有保险公司和保险代理人的问题，也有居民的经济购买力和意识的问题。

1、 保险市场混乱，监管自律不到位

当前，我国保险市场十分混乱，代理手续费混乱，回扣，商业贿赂等在保险业内出现多，恶性竞争越来越突出，整个保险市场特别是代理人市场很乱，我国保险监管机构本身没有发挥出重大作用，监管很不到位，一是保监局人手少，管不过来，二来行业协会自律由于诸多原因落实很难，行业自律要发挥作用有待时日。

2、管理人员诚信缺失严重

以前一直以为是保险营销员不诚信，其实这是少数，大多是一些高管不诚信，特别是基层保险公司高管，对保险代理人员的承诺不兑现，对保险公司员工不诚信，高管们今天吃开办费，明天换单位，有的人三年换四五个单位。对广大投保人的不诚信，主要表现在有些高管不承诺赔付，人情赔、惜赔很多，有部分公司高管们首先自己没有法律意识，对保险法尚不熟悉，就能做保险公司高管，真是笑话。

3、条款难懂，障碍多，显失公平

在理赔岗位遇到的一些问题可以看出我国保险条款十分多且混乱，有的保险条款出现了重大偏差，闭门造出的条款显示公平，有的条款对消费者十分不利，造成保险合同纠纷不断，成为消费者控诉的目标。

4、保费较高，险种少

通过拜访，很多居民表示保费偏高，与收入不对等。广大人民群众要保险，没有能力买，在洛阳很多居民一年收入不到 10000 元，你要他花 3000 元多搞个养老保险，他一定不会的，每月基本上开销很大，不会去保险的。一个老大爷一年才 8000，也不会花几千保险的，所以保险费相对高是一个严重问题。同时保险险种有些单调。

5、宣传不够，消费误区多，居民保险意识淡薄

保险业十分不注重宣传，从而导致保险基础知识很少人懂，媒体和群众对保险误解越来越深，又由于居民的思想观念问题，对保险的消费误区很深，这要求我们保险宣传工作多从解除保险消费误区、多宣传保险基础知识作起，而这个是广大公司不想作的，广大保险协会由于缺少钱，没能力作。

6、对关系营销在认识和实践上误入歧途

在激烈的市场竞争中，为了增加业务量，许多保险业务员采取的最直截了当的方法是“拉关系”。他们千方百计地寻找与客户有关系的权利机构、亲戚好友，通过“关系网”争得业务。甚至有的保险公司为了争取大客户、优质客户，不惜采取请客送礼或给予高额回扣等办法拉拢客户，更有甚者是所谓解决客户的“后顾之忧”，如以上言及的安排客户子女升学就业等。这既靡耗了保险公司过多的人力、物力、财力，又危害了保险公司内部的规范管理，滋生、助长了恶劣的保险营销模式。

7、轻视服务营销

保险公司为赢得客户，挤占市场，均不遗余力地开发新产品，意图通过产品创新扩展市场份额，但却忽视了保险作为一种“产品”的本质——服务，以及内生于此本质的最重要的竞争手段——服务营销。人们司空见惯的是，在投保前业务员拼命地跑客户、拉关系，而一旦签订保单、收取保费后，很少能够提供延伸服务，甚至连业务员都杳无踪影，给客户造成一种“被骗”的强烈的心理反差，也导致了保险业社会声誉的不佳。

四、保险营销改进与创新

针对上述保险业存在的问题，我们需要进行改进和创新。作为监管方面的各级监管机构应加强查处力度。保险公司应加强管理和自律，同时应加强对保险代理人的培训以提高其职业素养。全社会尤其是新闻媒体应强化宣传保险的意义，提高居民的保险意识。为此，我们应做好以下几个方面的工作。

1、增强品牌意识，大力塑造良好的企业形象

要通过企业稳健成长和优质服务、优秀的企业文化建设、公益性活动以及现代传媒手段，凝聚企业的强势品牌，大力塑造和传播企业在全社会公众心目中的美好形象，营造内部朝气蓬勃、锐意进取的企业文化，借以提升企业的核心竞争力，持久地获得公众的“货币选票”。

2、加强对保险行业的监管

充分的发挥保监会对金融机构监管的作用，建立与社会主义市场经济相适应的保险监督体制；相关部门要加强对人寿保险业的风险评估，使其能够在保险事故发生时，如约进行赔偿；保险公司内部必须建立危险预警机制，使其保险金能够如约给付与其保险责任相适应的保险赔偿；定期对员工进行培训，建立绩效考核制度，对员工进行奖惩，并积极接受员工的建议，对组织中出现的漏洞加以改正，从而提高保险的整体形象。

3、设计适应各客户群体的保险产品，满足不同客户的需要

目前的保险产品不是完全市场化的产品，保险产品单一，与人们的需求相差甚远，在市场上尤其是低收入群体占有一定的比例，这些人抵御各种风险的能力很弱。而我们的“老三险”已不能满足市场的需求，产品严重缺乏，已成为制约业务发展的主要瓶颈之一。虽然也有一些产品在不断推出，但还是以“产品为中心”，以险种为“单位”，缺乏以客户为中心的理念，更缺乏以客户为中心对象的综合性产品，固守“格式合同”的传统形式，缺乏个性化的需求。这种“一厢情愿”的开发，其结果必然导致其保险产品在市场上流产，得不到客户的认同。因此要推出好的产品，在不断调研市场的基础上，还应在观念上、组织上、管理上、投入上、制度上加以保证。

4、加强保险宣传，强化保险意识

一是对国民保险知识的普及教育和宣传，以提高国民保险意识。

二是在校大学保险专业教育的强化。提倡鼓励更多的优秀保险专业毕业生到保险行业就业。

三是加强对保险从业人员的在职教育，同时组织保险人员从业资格，以提高从业人员的执业水平。

5、加强企业员工的专业培训,全面提高员工的素质

第一，加强员工职业道德,培养员工热忱、负责、高尚的修养,以及诚实守信、服务至上的职业道德。第二，训练员工拥有广泛精湛的专业知识、娴熟高超的服务技能。

第三，培养员工积极乐观的心理素质及诚实、守诺的工作品质。

第四，要求员工养成良好的工作习惯。

6、强化服务意识，提高服务水平

提供专业化、系统化保险服务是企业服务的完整过程,包括售前、售中及售后服务三个基本环节。

第一,售前服务。其核心任务是树立保险企业良好的形象,其主要服务内容如下:(1)通过实体环境、信息沟通、价格等的有形展示,建立保险企业良好专业形象。(2)关心准顾客个人及家庭健康状况。(3)协助准顾客的事业。(4)设计、制作针对准顾客需求的险种、计划书。(5)准确的销售说明。(6)每个营业部开设 24 个小时热线联系电话等。

第二,售中服务。其根本目的是促成交易,其主要服务内容如下:(1)建立客户咨询电话;(2)将保费交给公司办理;(3)亲自送客户体检或财务检查;(4)为客户尽量减少投保手续、流程,建立“绿色通道”;(5)亲自递交保单;(6)寄一份感激客户投保的信等。

第三,售后服务。其目的在于提高客户信心,避免保单失效以及顾客源,改善保险企业形象。良好的售后服务,有利于刺激保户再加保,增加保源,提高续保率。

7、发展银行保险业务的融通

目前在中国部分地区，银行已经代理保险业务，但规模较小，同时主要是分红理财型保险业务。发展银行保险代理业务，其原因：一是投保人的需求；二是保险人降低成本；三是投保人对银行的信用度高。

五、结论

通过一个多月的实习，我受益匪浅。实习为我们提供了一个了解和熟悉工作实际的机会，使我学到了很多实践知识。正所谓实践是检验真理的唯一标准。只有在实际工作中，我们才知道工作到底是怎么一回事、自己更适合做什么、哪些知识是有用的、对自己的知识结构做哪些补充和调整、如何处理工作中的人际关系等等，这将有助于他们更全面地认识自己 and 了解职业，并据此科学地设计自己的职业生涯。实习是我们从课堂走向社会的第一步。借助实习，我们提高了职业素养、养成了一定的职业习惯，提高了与陌生人打交道能力，同时也培养了我们团队合作的精神。

在此，我向贺老师和民生人寿洛阳分公司的全体员工尤其是常云翔经理和沈鸿老师表示感谢，是贺老师给我们推荐了实习单位，是民生人寿给我们提供了这样一个很好的实习机会。同时也感谢与我一起实习的伙伴们，是他们的积极合作和敬业精神使得我的实习能够顺利进行。

七、 民生人寿保险股份有限公司相关资料延伸阅读

7.1 民生人寿保险股份有限公司企业荣誉

2008 年度最佳服务保险公司
2008 保险业最佳雇主
2008 保险业最佳雇主
2008 年中国最具创新力公司评选金融业 TOP10
2008 年中国最具创新力公司
2008 中国十大最佳保险公司
2008 中国十大最佳保险公司
2007 年度最具潜力保险公司
2007 年度最具潜力保险公司
2007 年度十佳金融服务机构
2007 年度十佳金融服务机构
2007 年度最佳内资寿险品牌
2007 年度最佳内资寿险品牌
2007 年度最佳社会责任行动奖
2007 年度最佳社会责任行动奖
2007 年全国保险市场服务质量消费者满意品牌
2007 年全国保险市场服务质量消费者满意品牌
2006 年度最具发展潜力保险公司
2006 年度最具发展潜力保险公司

如需获取[民生人寿保险股份有限公司](#)本年度校园招聘最新进度
 了解最新[民生人寿保险股份有限公司](#)笔经面经资料及招聘内幕、与同样关注该企业的
 应届毕业生交流讨论

敬请关注大街网[民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘俱乐部](#)



民生人寿
MINSHENG LIFE

<http://minshenglife.dajie.com/>

声明：民生人寿保险股份有限公司 2012 校园招聘大礼包为大街网 (<http://www.dajie.com/>)
 原创总结，请不要用于其它商业用途。内容为历年精华整理提取，不排除该公司今年改变流程或
 者细节，为此可能造成的误解或损失，与大街网无关。

-----豪华名企专属 CLUB 站点，专为校园招聘服务-----

行业	公司	行业	公司	
四大会计事 务所	毕马威(KPMG)	网络	百度(Baidu)	
	德勤(Deloitte)		腾讯(Tencent)	
	普华永道(PwC)		谷歌(Google)	
	安永(E&Y)		新蛋(NEWEGG)	
消费品&零 售&服装& 家具	宝洁(Procter&Gamble)		阿里巴巴	
	高露洁(Colgate)		搜狐公司	
	联合利华(Unilever)		网易互动娱乐(163)	
	欧莱雅(L'Oréal)		新浪Sina	
	强生(Johnson&Johnson)		盛大网络(SNDA)	
	雀巢(Nestle)		通讯/电信	摩托罗拉(Motorola)
	箭牌(Wrigley)			诺基亚 (NOKIA)
	可口可乐(Cocacola)			华为(HUAWEI)
	百事可乐(Pepsi)			中兴(ZTE)
	金佰利(Kimberly-Clark)			中国电信(CHINA TELECOM)
	英博	中国联通(CHINA UNICOM)		
	中粮集团	中国移动(CHINA MOBILE)		
	沃尔玛公司	广东移动		
	中金(CICC)	江苏移动		
中国邮政银行	北京移动			
银行类	招商银行(CMBC)	汽车	BOSCH(博世)	
	中国银行(BC)		丰田(TOYOTA)	
	中国建设银行(CCB)		戴姆勒-克莱斯勒	
	中国工商银行(ICBC)		广州本田(Honda)	
	中国农业银行(ABC)	媒体	CCTV	

	渣打(Standard Chartered)		中国青年报
	花旗(Citibank)		新华社
	汇丰银行		外研社
	恒生银行(HBC)	保险	中国人寿
	国家开发银行		中国人保
	中国交通银行	能源/化工/	BP石油
	中国人民银行	生物/制药	陶氏化学(Dow)
	中信银行		巴斯夫(BASF)
	深圳平安银行		斯伦贝谢 (SLB)
	深圳发展银行		壳牌(Shell)
	光大银行		中石化
	中国进出口银行		中石油
	澳新银行 (ANZ)		阿海珐集团
	中信证券		埃克森美孚(ExxonMobil)
	招商证券		勃林格殷格翰集团
	南方基金		中国广东核电集团
	浦发银行(SPDB)		中国核电工程有限公司
咨询公司	麦肯锡(McKinsey)		艾默生(EMERSON)
	贝恩(Bain)		德固赛(Degussa)
	摩立特(Monitor Group)	物流	美国总统轮船公司
	奥浦诺(Opera)		TNT
	尼尔森(Nielsen)		马士基(Maersk)
	埃森哲(Accenture)		中集集团
IT	英特尔(Intel)		北京首都国际机场
	联想(Lenovo)	机械/电气	ABB
	微软(Microsoft)	设备/自动	施耐德(Schneider)
	IBM		西门子(Siemens)
	惠普 (HP)	化/重工/轻	中国南方电网
	思科(CISCO)	工	霍尼韦尔(Honeywell)
	甲骨文(Oracle)		三一集团
	威盛电子(WorkSoft)		国家电网
	神州数码(DigitalChina)	电子电器	松下(Panasonic)
	朗讯科技		通用电气(GE)
房地产	万科集团		美国国家仪器(LG NI)
	中海地产		泰科电子(Tyco Electronics)
	保利		美的(MIDEA)
	龙湖地产		飞利浦(PHILIPS)
	碧桂园		索尼(SONY)

大街网(www.dajie.com)

大街网以实名制为基础，致力于为用户打造真实、高效、互动的求职/招聘平台。

大街网创新的将传统 SNS 应用到招聘领域，为用户提供 Web2.0 下真实、精准、高效、可靠的双向对接撮合服务，使用户时间与关系在互联网沉淀并创造实效 GDP，引领整个招聘行业走向高精度、高效率的价值革命。

大街网的使命——让天下没有难找的工作，难觅的人才

我们相信，创造与成就，是人的生存动力。大街网连接你和你的朋友，提供 Web2.0 下真实、精准、高效和可靠的双向对接体验，帮助个人求职者与企业招聘之间实现最佳匹配。

我们期待，良好的沟通为成长与发展的源泉。在大街网，给你的不仅仅是求职机会，更多的自身修养与职业人脉的沉淀，在沟通交流中产生 SNS GDP，创造新生的社会价值。

我们钦佩出色的精英，我们也敬重争吵不休却坚忍不拔的团队

在大街，企业 wiki 权威、鲜活、亲和、互动

在大街，用户求职高效、生动、沟通、分享

从社会实践、实习到应届求职、职场规划、职位升迁.....

在这里，聚合成就的原动力!

