

以案说险

保险三适当 做理性消费者



案例回顾

2024年5月，一位年轻全职妈妈张女士联系某保险公司，希望为刚出生的孩子购买一份保险。张女士通过朋友推荐，对某款分红险产生了浓厚兴趣，**认为既能“强制储备”又能“长期增值”**，适合为孩子的未来教育金做规划。然而，在与保险公司销售人员沟通时，销售人员发现张女士仅关注产品的利益演示，**却未提及其丈夫作为家庭经济支柱的保障情况**。

通过进一步了解，销售人员得知张女士的丈夫是家庭主要收入来源，**但尚未配置任何重疾险或意外险**。考虑到一旦家庭经济支柱遭遇重大疾病或意外，不仅可能导致收入中断，还可能因医疗支出拖累家庭财务，销售人员建议张女士调整投保顺序：**优先为丈夫配置重疾险和意外险，再为宝宝购买医疗险和意外险**。最终，张女士采纳建议，为家庭构建了更全面的风险保障体系。



案例分析

张女士最初的想法是只关注孩子的未来保障，**而忽略了家庭经济支柱可能面临的风险**。保险公司销售人员通过深入了解张女士的家庭情况 and 经济状况，推荐了适合其家庭需求的保险产品。这一行为体现了保险销售中的“**三适当**”原则：**将合适的产品通过合适的渠道提供给合适的消费者**。

“三适当”原则要求保险公司和销售人员在推荐保险产品时，**必须充分了解消费者的需求和风险承受能力**，确保所推荐的产品与消费者的需求、家庭责任及风险承受能力相匹配。在此案例中，销售人员不仅考虑了张女士的投保意愿，还关注了家庭经济支柱的保障缺口，**从而提供了更为全面的保险解决方案，体现了专业服务的价值**。

案例启示

消费者在购买保险产品时，**应理性分析自身和家庭的实际需求，避免盲目追求高利益或高保额**，忽视产品与自身风险承受能力的匹配性。销售人员也应主动了解客户家庭结构、财务状况等核心信息，**推荐合适的产品**，切实履行适当性管理义务，保障消费者合法权益。