

Claves de éxito para la venta del Seguro de Vida hoy

Barcelona
Octubre 2017

Formación



cátedra
ICEA-UB
de seguros y fondos de pensiones

Universitat de Barcelona

Modalidad: Presencial

Duración: 16 horas

Fecha: 23 y 24 de octubre de 2017

Horario: 09:00 a 14:00 y de 15:15 a 18:15 h.

Introducción

La argumentación que utilizamos para comercializar nuestras soluciones/productos aseguradores debe adaptarse en cada momento a las necesidades de nuestros clientes.

Estamos viviendo unos tiempos en los que los cambios se suceden de forma vertiginosa. La facilidad de acceso a la información, la accesibilidad a la tecnología, la aparición de plataformas que han cambiado los usos y costumbres sociales,... han cambiado las necesidades de nuestros clientes y nuestro modelo de relación con él.

Por ello y para realizar un proceso de comercialización eficaz, resulta imprescindible entender los cambios sociales que se están produciendo a nuestro alrededor así como las nuevas pautas de consumo y compra que están surgiendo.

Objetivos

Este curso tiene como objetivo aumentar, de forma práctica, la toma de conciencia de los asistentes acerca de la importancia que tiene en el proceso de comercialización, el profundo conocimiento de nuestro cliente y el seguimiento de las tendencias sociales, para adecuar nuestra oferta a las necesidades de cada uno de ellos.

Programa

- Nuevas tendencias sociales
- Herramientas y recursos existentes
- Selección de segmentos objetivo
- Ejercicio Design thinking

Detalle de contenidos

▪ **Nuevas tendencias sociales**

Realizaremos una revisión de las principales tendencias sociales y de consumo actuales, como son:

- Nuevas estructuras familiares
- Nuevas formas de trabajo
- Aparición nuevas generaciones
- Envejecimiento de la población
- Economía colaborativa
- ...

y veremos cómo impactan en nuestro cliente y como consecuencia, cómo debemos tenerlas en consideración a la hora de construir nuestro argumentario de venta.

▪ **Herramientas y recursos existentes**

Recursos existentes para el seguimiento y puesta al día de estas tendencias y detección de nuevas.

▪ **Selección de segmentos objetivo**

Definiremos cuáles son o pueden ser los segmentos objetivos más interesantes sobre los que realizar un proceso de venta adecuado a cada uno de los productos.

- **Ejercicio *Design thinking*** para cada uno de los segmentos seleccionados para la creación del argumentario comercial correspondiente.

▪ **Prospección: Cómo detectamos a nuestros clientes potenciales.**

Explicaremos criterios y metodología para prospectar dentro de la propia cartera y fuera de ella.

▪ **Momentos de venta en la vida de un cliente**

El seguro de vida, en sus distintas modalidades, da respuesta a diversas necesidades en las distintas etapas de la vida. Explicaremos cómo convertirse el compañero de viaje de nuestro cliente, en lugar de un proveedor de seguros.

▪ **De la venta tradicional a la venta emocional**

La venta es más que una técnica, donde el producto ha dejado de ser el eje principal y ha pasado a ser una “comodity”. Vamos a analizar cuáles son los verdaderos factores que influirán en la decisión de compra y permanencia de nuestros clientes, frente a los nuevos canales de distribución y *players* del mercado.

▪ **Caso práctico**

Se podrán en práctica los conocimientos adquiridos durante las sesiones a través de la técnica del *rol play*. Se formarán grupos de vendedores y compradores, donde cada uno de ellos será un perfil de comprador distinto.

Ponentes

Carles Reinon

Actuario de seguros, Diplomado en Digital Business, Posgraduado en Coaching Ejecutivo. Ha ocupado diversos puestos directivos en compañías y mutuas aseguradoras, donde ejerció como Director e Vida y Pensiones entre otros. Actualmente compagina la actividad de consultor de negocio en el ámbito asegurador, con colaboraciones con consultorías para la transformación digital de entidades aseguradoras, y con la conducción y dinamización de talleres y workshops para el fomento de la innovación

Ferran Rovira

Graduado en Administración y Dirección de Empresas, Postgraduado en Marketing Digital, MBA y máster en Marketing. Experto en marketing y ventas, con una extensa experiencia en todas sus áreas. Ha ocupado diversos puestos directivos en compañías y mutuas aseguradoras. Actualmente es miembro del Comité de Dirección en l'Asseguradora Mutua Terrassa y ejerce como docente en la Universidad de Barcelona.

Precio

Entidades Adheridas: 450 euros + 21% IVA

Entidades No Adheridas: 680 euros + 21% IVA

Datos bancarios: La cuota de inscripción puede hacerse efectiva en las oficinas de ICEA, o bien mediante transferencia bancaria a nuestra c/c nº: IBAN ES49 0081-7118-57-0001087611 del Banco Sabadell Atlántico de la calle Juan Bravo, 51 (28006 Madrid).

Lugar de impartición



Aulas de la Universidad de Barcelona
Gran Via de les Corts Catalanes, 582
08011 Barcelona



La celebración del curso está condicionada a la inscripción de un número mínimo de asistentes.
Programa, fechas de realización y ponentes pueden ser modificados por necesidades organizativas.