

instituto^o
genesis

Desarrollo comercial y experiencia de cliente
del sector asegurador





Objetivo

Consolidar las carreras profesionales de los participantes. El alumno ya cuenta con experiencia comercial y es el momento de avanzar en su preparación con módulos más especializados.

Duración: xx horas

Metodología

En el desarrollo de los diferentes contenidos del programa, se combinarán metodologías de formación-acción para garantizar la consecución de los objetivos. Las sesiones se llevarán a cabo online, pero en vivo y en directo.

01

Exposiciones de los ponentes con intercambio de experiencias

La exposición de los docentes se realizará de forma síncrona, utilizando una plataforma online. Habrá intercambio de conocimientos y experiencias.

02

Dinámicas y discusiones en grupo

Dinámicas de grupo basadas en experiencias de la propia actividad de los asistentes. Los casos serán reales para mantener la tensión en el análisis.

03

Ejercicios y casos prácticos

Se provocará la constante participación de los asistentes buscando la aplicación de los conocimientos adquiridos en ejercicios y casos prácticos



Módulos

● Técnicas de venta de seguros en la era postcovid

- La comercialización post-covid19: venta desde la distancia.
- Orientación a la venta proactiva
- Modelos de técnica de venta en seguros.
- El ciclo de la venta en servicios.
- Generación de ventaja competitiva y valor añadido.
- Presentación de ofertas de seguros.
- Organización comercial.
- Cross-selling, uso de Big data en la comercialización.
- Presentación plan comercialización seguros (prácticum).
- Momentos de verdad en Seguros.



6 horas /2 días

● Técnicas de venta avanzadas

- Como vender seguros en bloque.
- Análisis de datos y de 'cross selling', tipologías de clientes y mapa de expectativas.
- Fidelidad vs lealtad de clientes.
- Visión de cliente: transaccional o relacional.
- Mantenimiento y actualización de carteras.
- Motivación y liderazgo
- Gestión del tiempo
- Habilidades comerciales



4 horas/1 día

● El Marketing operativo

- El marketing de servicios.
- Comportamiento del cliente.
- Estructuración del portafolio de servicios.
- Conceptualización de producto y precio.
- Comunicación.
- Marketing relacional.
- Fidelización de clientes.
- Gestión de redes sociales.
- Presentación del plan de marketing (práctico).

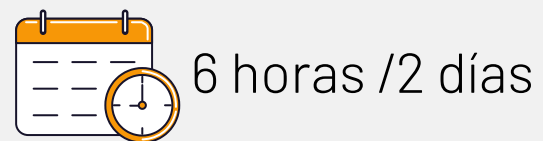


8 horas/2 días

Módulos

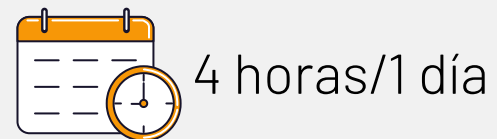
● Márketing digital

- Internet hoy.
- Cambios en los modelos de comunicación
- Website y redes sociales
- "Influencers" y seguidores
- E-mail marketing
- La visión del usuario
- Introducción al marketing de búsqueda y keyword research.
- SEO básico: On page y redacción SEO
- Introducción al SEM y estructuras de campaña.
- Fundamentos del marketing digital. Las 4 F's.



● Experiencia de Cliente

- Los desafíos en la gestión de clientes.
- Poner al cliente en el centro, obsesión y pasión.
- 'Customer journey', la experiencia de cliente lo es todo.
- Rupturas de paradigmas: lo que vendemos no es lo que compran.



Certificación universitaria

Los Programas de formación en competencia de Seguros cuentan con certificación universitaria de la Universidad Europea de Madrid



La Universidad Europea Madrid, con dos campus universitarios en Madrid (España) ha renovado sus cuatro estrellas -sobre cinco- en el prestigioso rating internacional de acreditación de la calidad universitaria "QS Stars" que determina el nivel de excelencia alcanzado por las universidades en varias áreas. En ella se han formado ya más de 83.000 alumnos y figura en el "Top5" de las mejores universidades privadas de España



Profesorado



**Florencia
Gianelli**

Jefa de Riesgos de Trabajo de la Universidad de Buenos Aires. Licenciada en Psicología, con veinte años de experiencia en el rubro de Seguros. Amplio "expertise" en materia de Riesgos Laborales y Seguros. Sumado al recorrido laboral se ha especializado en la programación y en la gestión pudiendo articular los aspectos comerciales con los relacionados al capital humano.



**Mónica
Mendoza**

Licenciada en Psicología, Máster en Dirección Comercial y Programa de Crecimiento de Empresas. Es profesora de ESADE y UOC y miembro del Consejo Asesor de AEFOL. Fue asesora de ventas de la patronal CECOT y es profesora del Colegio de Agentes Comerciales de Barcelona. Directora General de la consultoría de marketing y ventas ENERGIVITY CONSULTING, S.L. Es una de las 5 Coachs de ventas más importantes de España según el diario Economista.



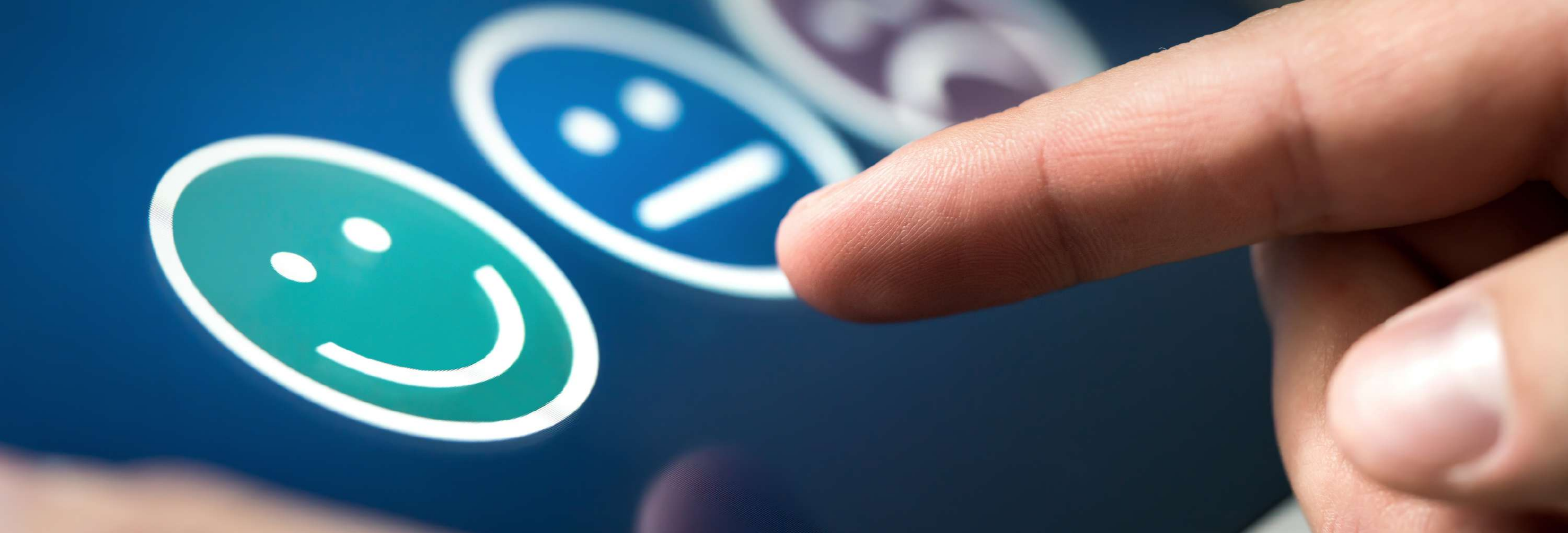
**Fabiana
Losada**

Magíster en Dirección de Empresas. Lic. en Recursos Humanos y Lic. en Relaciones Públicas. Posgrado en Comunicación Política. Desde 2004 ha desarrollado actividades de consultoría y asesoramiento en capacitación y comunicación para diferentes organizaciones como: Falabella, Andreani Grupo Logístico, Peugeot, Assist-card, Provincia Seguros, Bayer, o Accenture, entre otras.



**Cecilia
Pegoraro**

Especialista en marketing estratégico y 'customer experience'. Asesora en la definición de la estrategia comercial y colabora en la puesta en marcha con los equipos de trabajo, integrando las distintas áreas con una mirada centrada en el cliente. Coopera en la mejora de la experiencia del cliente implementando: Customer Journey; Mapa de Touchpoints, Arquetipos de clientes, etc.



instituto^o
genesis

www.genesisconsulting.es
info@genesisconsulting.es