



TÉCNICAS DE NEGOCIOS

MARCOSA

Máster en Riesgos, Corredor de seguros, S.A.

Franklin García

Objetivo General

Desarrollar en los colaboradores las habilidades y destrezas para realizar los sistemas de comercialización de seguros

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

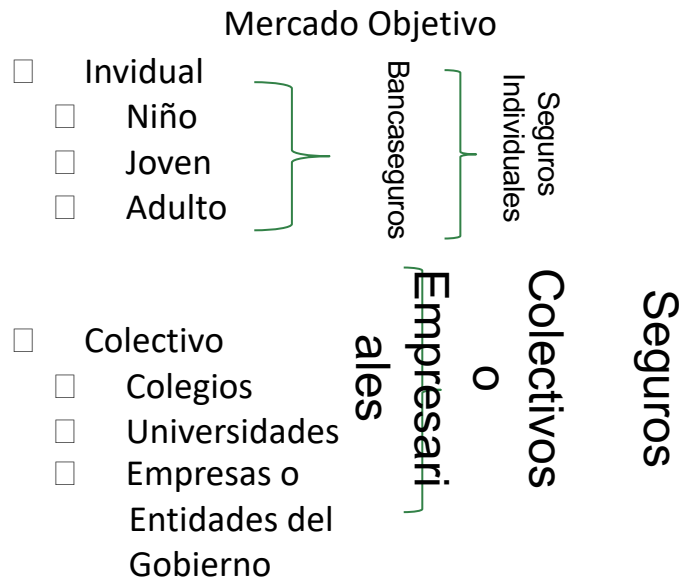
Tema 1

Segmentación

Características

- Llevar de un segmento heterogéneo a un segmento homogéneo.
- Agrupar personas por necesidades
- Características en común.

Introducción



- ### Segmento Objetivo
- Grupos comunes
 - Colegios de zona 1, 2 y 6 del municipio de Villa Nueva
 - Maquilas en zona 1 y 2 de Quetzaltenango,
 - Necesidades en común
 - Colegios de niños de 1 a 12 años
 - Personal operativo de empresas
 - Vehículos de estudiantes universitarios
 - Equipo de cómputo de Call Center

Determinación Mercado Objetivo Identificar necesidades - seleccionar tipo seguro a trabajar

Operativa	Administrativa	Gerencias o Direcciones
<input type="checkbox"/> Edades: 18 a 35 años <input type="checkbox"/> Salario: Mínimo <input type="checkbox"/> Hombres y Mujeres <input type="checkbox"/> Vivienda: Alquilada <input type="checkbox"/> Escolaridad: Primaria y Secundaria <input type="checkbox"/> Transporte: Público. <input type="checkbox"/> Realizan operaciones físicas en agencia.	<input type="checkbox"/> Edades: 25 a 45 años <input type="checkbox"/> Salario: Entre Q. 3,500.00 a Q. 5,000.00 <input type="checkbox"/> Hombres y Mujeres <input type="checkbox"/> Vivienda: Entre Q. 100,000.00 a Q. 500,000.00 <input type="checkbox"/> Escolaridad: Diversificado, estudiante universitario <input type="checkbox"/> Transporte: Motocicleta o Vehículo modelos de 2001 al 2010	<input type="checkbox"/> Edades: 35 a 60 años <input type="checkbox"/> Salario: Entre Q. 10,00.00 a Q. 40,000.00 <input type="checkbox"/> Hombres y Mujeres <input type="checkbox"/> Vivienda: Entre Q. 501,000.00 a Q. 1,000,000.00 <input type="checkbox"/> Escolaridad: Profesional con licenciatura o maestrías. <input type="checkbox"/> Transporte: Vehículo modelos de 2011 al 2022

Seguros Empresariales

Determinación Mercado Objetivo - División Sector Empresarial - Propietarios

Pequeña	Mediana	Gran Empresa
<input type="checkbox"/> Edades: 18 a 35 años <input type="checkbox"/> Ingreso/Salario: Entre Q. 10,000.00 a Q.20,000.00 <input type="checkbox"/> Hombres y Mujeres <input type="checkbox"/> Vivienda: Valor entre Q. 100,000.00 a Q. 300,000.00 <input type="checkbox"/> Escolaridad: Primaria y Secundaria <input type="checkbox"/> Transporte: Motocicleta o Vehículo modelos de 2005 al 2012 <input type="checkbox"/> Productos diseñados: Seguros Individuales y Seguros Empresariales <input type="checkbox"/> Realizan muchas operaciones en línea. <input type="checkbox"/> Buscan un precio económico, dispuestos a castigar calidad por precio.	<input type="checkbox"/> Edades: 25 a 45 años <input type="checkbox"/> Ingreso/Salario: Entre Q. 20,001.00 a Q. 100,000.00 <input type="checkbox"/> Hombres y Mujeres <input type="checkbox"/> Vivienda: Valor Entre Q. 100,000.00 a Q. 500,000.00 <input type="checkbox"/> Escolaridad: Diversificado, estudiante universitario <input type="checkbox"/> Transporte: Vehículo modelos de 2006 al 2012 <input type="checkbox"/> Productos diseñados: Seguros Individuales y Seguros Empresariales <input type="checkbox"/> Realizan muchas operaciones en línea. <input type="checkbox"/> Buscan el mejor precio con el producto suficiente.	<input type="checkbox"/> Edades: 35 a 60 años <input type="checkbox"/> Ingreso/Salario: De Q. 100,001.00 en adelante <input type="checkbox"/> Hombres y Mujeres <input type="checkbox"/> Vivienda: Valor entre Q. 501,000.00 a Q. 1,000,000.00 <input type="checkbox"/> Escolaridad: Graduado Universitario <input type="checkbox"/> Transporte: Vehículo modelos de 2013 al 2022 <input type="checkbox"/> Productos diseñados: Seguros Individuales y Seguros Empresariales <input type="checkbox"/> Realizan la mayor cantidad de operaciones en línea. <input type="checkbox"/> Buscan calidad en sus productos, aunque sea un poco caro

Los perfiles varían de acuerdo a la región geográfica.

Segmentación -Características de Empresarios - División Mediana Empresa-

Geográfica	Demográfica	Geodemográfica	Comportamiento
<ul style="list-style-type: none"> Identificar la región donde se encuentra mi cliente objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Edades: <input type="checkbox"/> Salario: <input type="checkbox"/> Hombres y Mujeres <input type="checkbox"/> Vivienda: <input type="checkbox"/> Escolaridad: <input type="checkbox"/> Transporte: 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Nivel socioeconómico medio alto o alto <input type="checkbox"/> Antecedentes culturales: Conocen de seguros <input type="checkbox"/> Estilo de vida: saludable activo, relacionado con negocios y emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Gustos: Productos de calidad, buen servicio <input type="checkbox"/> Preferencias: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Un precio justo de acuerdo con el producto. <input type="checkbox"/> No necesariamente busca el precio más bajo. <input type="checkbox"/> Busca ventajas y Beneficios <input type="checkbox"/> Desconfiado. <input type="checkbox"/> Critico. <input type="checkbox"/> Extrovertido.

Los perfiles varían de acuerdo a la región geográfica.

MEZCLA DE MERCADEO

Tema 2

Mezcla de Mercadeo

División Sector Empresarial

Producto	Precio	Promoción o Publicidad	Plaza o Distribución	Personas	Procesos

Determinación del Producto

División Sector Empresarial

Tipo de Empresa	Seguros Generales	Seguros Particulares
<input type="checkbox"/> Instituciones del Estado	<input type="checkbox"/> Seguro de Vida <input type="checkbox"/> Seguro de Gastos Médicos <input type="checkbox"/> Seguro de Vehículos <input type="checkbox"/> Seguros de Incendio	<input type="checkbox"/> Seguros de caución de cumplimiento <input type="checkbox"/> Seguro de caución de fidelidad
<input type="checkbox"/> Constructoras		<input type="checkbox"/> Seguros de Caución Administrativas de Gobierno <input type="checkbox"/> Seguro de Construcción <input type="checkbox"/> Seguro de Maquinaria de Contratista <input type="checkbox"/> Seguro de Responsabilidad Civil <input type="checkbox"/> Seguro de Accidentes Personales
<input type="checkbox"/> Colegios		<input type="checkbox"/> Seguro AP Estudiantil <input type="checkbox"/> Seguro de Responsabilidad Civil <input type="checkbox"/> Seguro de Equipo Electrónico
<input type="checkbox"/> Cooperativas		<input type="checkbox"/> Seguro de Saldos Deudores
<input type="checkbox"/> Agricultores		<input type="checkbox"/> Seguro Agrícola <input type="checkbox"/> Seguro Responsabilidad Civil
<input type="checkbox"/> Hoteles o Edificios Apartamentos		<input type="checkbox"/> Seguro Responsabilidad Civil

Importante ver la meta



El Detalle más insignificante puede resultar el más fundamental

VENTA PERSONAL

Tema 3

Pasos de la Venta Personal
División Sector Empresarial

Primer Acercamiento

- **Prospección**
 - **Objetivo: Conseguir la primera cita**

Desarrollar fase Prospección

División Sector Empresarial

- Se desarrolla la estrategia para buscar empresas en las siguientes bases de datos:
 1. Directorios
 2. Cartera de clientes existentes

Desarrollar fase Prospección

División Sector Empresarial

- Al tener la ubicación física, se tiene el primer acercamiento por medio de los sistemas:
 1. Cara a Cara o personalmente:
 2. Llamada telefónica

Pasos de la Venta Personal División Sector Empresarial

Segundo Acercamiento

- Primera Cita
 - Objetivo: Identificar las necesidades

Determinar procedimientos para primera cita
División Sector Empresarial

- ¿Qué se debe hacer?
- ¿Que No se debe hacer?

Proverbios 19:8 - Biblia Dios habla
hoy

El que aprende y pone en
práctica lo aprendido, se
estima a sí mismo y
prospera.

Desarrollar plática de ventas primera cita División Sector Empresarial

- Dentro del proceso de la plática de ventas con el candidato o representante de la empresa, se tomará en cuenta mencionar o dar tratamiento a los siguientes aspectos:
 1. Saludar respetuosamente,
 2. Presentarme con mi nombre y cargo como asesor de seguros,
 3. Presentar a Aseguradora Rural,
 4. Plantear el objetivo de la visita,

Desarrollar plática de ventas primera cita

División Sector Empresarial

- Continuación siguientes aspectos:
 1. Agradecer la oportunidad de haber otorgado la cita,
 2. Informar de manera breve las coberturas, los beneficios y ventajas de estar asegurado,
 3. Verificar información necesaria para elaborar la oferta
 4. Hay que mencionar que toda la información se tratará de manera confidencial
 5. Reforzar en los procesos generales de asistencia.

Pasos de la Venta Personal División Sector Empresarial

Tercer Acercamiento

- Segunda Cita
 - Objetivo:
 - Presentar la propuesta
 - Tratar las posibles objeciones
 - Cerrar la venta

MUCHAS GRACIAS

