GESTIÓN Y COORDINACIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE SEGUROS

SKU: MF2177_3_V2

Horas 40

OBJETIVOS

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de definir formar y supervisar a los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros, En concreto el alumno será capaz de: Analizar las funciones y la estructura organizativa del área comercial y de los distintos canales de distribución de una organización del sector de seguros y/o reaseguros tipo, Analizar la organización de los equipos de venta de seguros y/o reaseguros en los distintos tipos de canales de distribución, Aplicar las técnicas de determinación y selección de equipos de venta de seguros y/o reaseguros para distintos canales de distribución en una estructura organizativa objetivos comerciales y ámbito de actuación definidos, Aplicar las técnicas de comunicación en procesos de información/formación de equipos de venta de diferentes canales de distribución de entidades de seguros y reaseguros determinadas, Analizar los estilos de liderazgo y las técnicas de motivación de equipos comerciales habituales en la coordinación y comunicación con equipos de ventas de seguros privados en distintos canales de distribución, Analizar planes de acción comercial prospección y actividades de equipos de ventas de diferentes canales de distribución de seguros y reaseguros de acuerdo con unos objetivos y presupuestos definidos y determinando el grado de coordinación existente, Aplicar procedimientos de control y evaluación del desarrollo de acciones comerciales y consecución de objetivos de los equipos de venta en los distintos canales de distribución de seguros y reaseguros,

CONTENIDO

Tema 1. Comercialización de seguros y reaseguros
1.1. El mercado de seguros y reaseguros
1.2. Canales de comercialización y red de venta en el sector asegurador
1.3. La empresa aseguradora
1.4. Planificación de la comercialización de seguros y reaseguros.

Tema 2. Organización de la red de venta de seguros y reaseguros.
2.1. Concepto de Red de venta
2.2. Determinación del tamaño de la red

2.3. Necesidades materiales de la Red
2.4. Necesidades presupuestarias: Ingresos y gastos de los canales
2.5. Los sistemas de remuneración a la red de mediación
2.6. La selección de equipos de venta interno
2.7. Procesos y fases de captación y selección de personal: entrevista dinámica de grupos y otros

Tema 3. Planificación y gestión comercial del equipo de ventas de seguros y reaseguros
3.1. Los planes comerciales en entidades aseguradoras
3.2. La gestión por objetivos
3.3. Asignación de zonas clientes u otros parámetros al equipo de ventas
3.4. Los procedimientos de control y evaluación desarrollo de acciones comerciales

Tema 4. Liderazgo y formación del equipo de venta de entidades aseguradoras
4.1. Liderazgo y motivación de equipos de ventas en distintos canales de distribución
4.2. Los programas de formación en la actividad de mediación de seguros y reaseguros
4.3. El proceso de enseñanza-aprendizaje aplicado a personas adultas