



CHUBB®

La Evolución de la Industria de Seguros

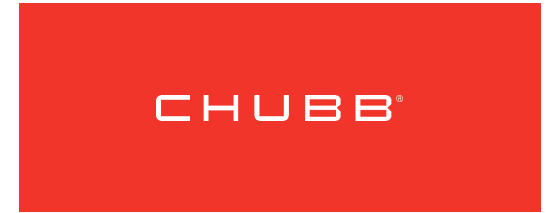
Jose Cruz, MBA, CIC
Vice Presidente Regional de Ventas
IDP LATAM

28 de mayo de 2020

Experiencia y antecedentes

- 32 años trabajando en la industria de seguros
- Desde 2017 como VP Regional de Agencias América Latina (\$500M)
- Líder en Florida como AVP de Nationwide (\$380M)
- Líder Nacional de Ventas en Nationwide (\$3 B)
- Gerente de Ventas en Nationwide (\$50 M)
- Gerente de Ventas en Safeco (Liberty) (\$40 M)
- Departamento bilingüe de ventas en Progressive Insurance
- Propietario de Agencia de Seguros “Advanced Ins Concepts”
- Agente en Prudential
- Nivel de educación: BS/BM, MBA, CIC, CLCS

CHUBB®



Resultados Esperados



Necesidad de un Proceso de Ventas Consistente

Entender cómo incrementar los rendimientos de tu agencia

Proceso de venta al final del día

Oferta de varias cotizaciones en un mismo momento

Rediseña tu proceso y mejora tu velocidad de respuesta al mercado

¿Nueva revolución en la Industria de Seguros?

- El COVID-19 iniciará muchos cambios dentro y fuera de la industria de seguros.

- ¿Recuerdas?

- Teléfono fijo en casa
- Fax
- Tocabdiscos
- Casetes
- CD
- DVD
- Agencias de viaje
- Efectivo
- Conversaciones presenciales



**“Sé rápido y ágil
ante los cambios”**

Chubb cambió su operación presencial a virtual en 48 horas

Chubb está con un mayor enfoque en ventas, por eso nuestro negocio sigue creciendo año tras año

Trabajamos para retener nuestras cuentas, pero siempre estamos enfocados en encontrar nuevos socios de distribución y vender nuevos productos


¿Cuánto tiempo tú y tu equipo dedican diariamente a la prospección de nuevos negocios?

¿Cómo prospectar nuevos clientes? ¿Es proactivo o reactivo? ¿Quién tiene mayor control?

¿Qué procesos pueden replicarse día a día para proporcionar resultados consistentes?

¿Dónde está tu ganancia?

- Costos fijos
 - Empleados/Personal
 - Dividido por los ingresos
 - = Ganancia o Pérdida
-
- Un plan de gastos te ayudará a mantener un control de tu flujo de efectivo
 - Con un plan reducirás gastos innecesarios
 - ¿Sabes cuál es tu prima por empleado?



Costos fijos: No dependen de la producción. Gastos mensuales requeridos para operar. Ejemplos:

- Renta de la oficina
- Teléfonos
- Servicios Básicos (agua, luz, internet, etc.)
- Tecnología: Sistemas, computadoras, software, licencias
- Errores y omisiones (E&O)

Muévete a la velocidad del mercado

- En una diapositiva anterior revisamos como un Smartphone ha sustituido muchas herramientas del pasado.
- Recién hemos cambiado el proceso de negocio de presencial a virtual
 - ¿Qué has aprendido?
 - ¿Puedes ser más eficiente con tu tiempo?
 - ¿Cómo utilizarás tu ventaja competitiva?
 - ¿Puedes invertir más tiempo en prospección y ventas?
- ¿Cuántas llamadas haces a la semana para prospectar nuevos clientes? ¿Te encuentras dentro de 20 a 50 llamadas semanales? Si no, ¿por qué?
- Todos tus vendedores y empleados deben tener metas de venta.





A veces, durante el día recibes de 3 a 4 solicitudes para nuevas cotizaciones



Trabajas para entregar las cotizaciones y luego hay que hacer el cierre del negocio

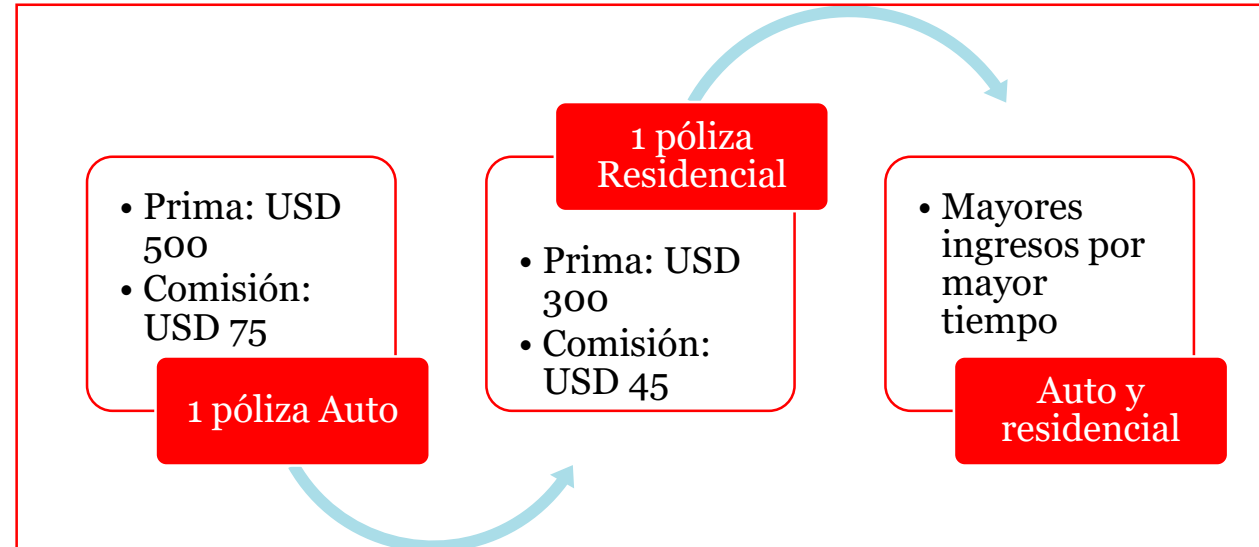
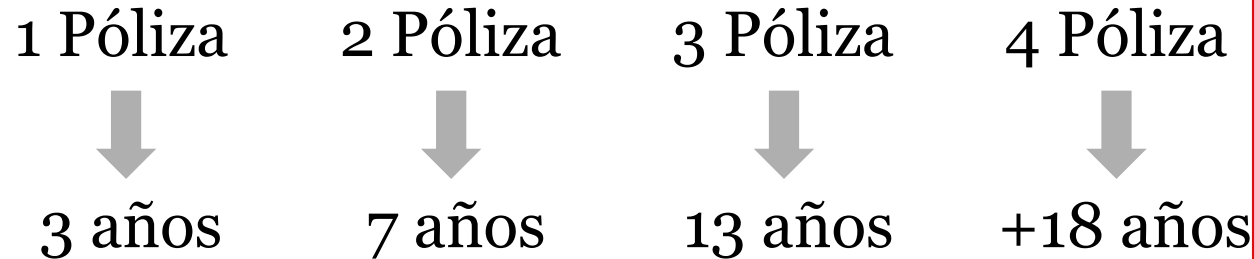
Al fin del día

Si no cierras el negocio en la llamada inicial, asegúrate de **hacer la llamada del fin del día**

1. Agradéceles por el tiempo
2. Pregúntales si tienen dudas
3. Pregúntales si quieren comenzar
4. Ofréceles formas de pago y opciones

Vende 2, 3 o incluso 4 pólizas al mismo tiempo

- El mejor momento para realizar venta cruzada es en la llamada inicial
- Prepara la cotización por la que contactaste primero al cliente y compártele 2 o 3 productos adicionales
- Necesitas establecer un proceso para vender múltiples pólizas
- Comparte una **historia** en donde le dejes saber al cliente la importancia de contratar estos productos adicionales y cómo le ayudará.
- Mientras más productos le vendas a un cliente, más tiempo se quedará con tu agencia (Valor del tiempo de vida del cliente)



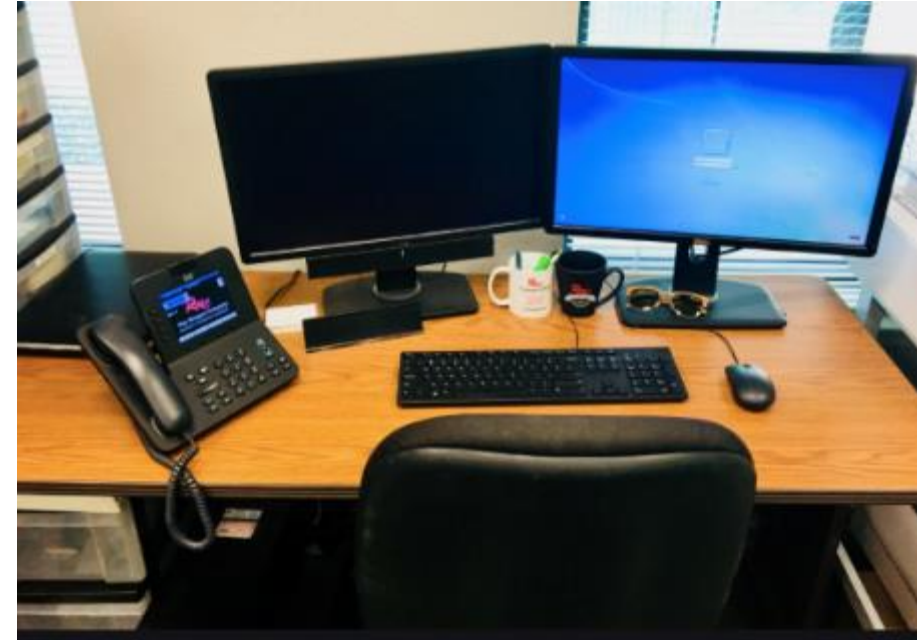
Mantenga su agencia limpia y ordenada



¿Qué escritorio es más atractivo para ti?



¿Quisieras comprarle una póliza a esta persona de la izquierda?



**Ordena tu escritorio, manténlo nítido.
Tu orden se verá reflejado en tus ventas**

Hacer Una Venta Requiere Transmitir Confianza

- ¿Cómo te sientes acerca del producto o la empresa que estás vendiendo?
- ¿Crees en ellos? ¿Estás asegurado con ellos? Si no, ¿por qué?
- Cuéntale por qué sientes confianza con el producto y la compañía
- Explícale al cliente por qué debe tener una póliza con Chubb y tu agencia
- Es mucho más sencillo vender un producto en el que tú tienes fe.



¿Cuál es tu proceso?

- Microsoft dice que un proceso de ventas es necesario para tener éxito.
- ¿Actualmente tienes un proceso de ventas? ¿Has capacitado a tu equipo?
- A los clientes les gusta la consistencia.
- ¿Cuál es tu comida rápida favorita o tu mejor tienda de café? ¿Por qué?
- A los clientes les gusta comprar, pero no les gustan las ventas complicadas
- ¿Cómo prospectas nuevos negocios?
- ¿Cuál es tu proceso para conseguir mayores referidos?
- ¿Estás utilizando a tus clientes actuales para identificar tus próximas ventas?
- ¿Recompensas a tus clientes (si es legal) por una referencia?

Cada interacción es importante

En inglés, ¿qué es “ABC” en ventas?



¿Cómo haces sentir a tu cliente?



Tus clientes y prospectos siempre se acordarán de cómo los hiciste sentir



¿Le presentas una propuesta de valor al cliente?



¿Estás compartiéndoles las 4 características únicas de tu agencia y el producto que estás ofreciendo?



¿Estás utilizando el “ABC” para cerrar negocios?



Pregunta por la venta varias veces

Proceso de prospección

- Realiza un análisis de datos de tu propia cartera de clientes
 - ¿Puedes ofrecerles otro producto?
 - ¿Realizas una revisión anual por si tu cliente tuvo cambios en sus bienes?
- Grupos de *networking*
- ¿Utilizas herramientas digitales?
 - Google Ads, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.
- Construye un sistema de referidos
- Desarrolla un plan de Telemarketing
- Conviértete localmente en un experto (en tu zona de ventas)
 - Hazte conocer localmente como un experto en el tema y puedes incluso tener un espacio en televisión o en la radio local más conocida gratis
- “3 foot rule”
- Meta de nuevos contactos en LinkedIn
- Regala bolígrafos con tu información
- Limpiavidrios en un centro comercial

Archivo Requerido – Perfil del Cliente

“La Información es Poder”

- Pregúntales a tus prospectos y clientes la mayor cantidad de preguntas posibles
- Crea un archivo por cliente y por prospecto con información de interés
- Aprende mucho acerca de tus clientes y prospectos
- ¿Qué activos tienen? ¿Cuáles están asegurados? ¿Cuáles no lo están?
- Crea una lista que contenga:
 - Cotización de Auto
 - Cotización de su residencia
 - Cotización de vida
 - Cotización de su negocio
 - Cotización de su yate
 - Cotización de su motocicleta

¿Puedes nombrar 4 características que te hacen único?

- Nos especializamos en centros médicos
- Brindamos un servicio rápido. Nuestro tiempo de respuesta es menor a 3 horas.
- Tenemos empleados especializados en siniestros
- Recomendamos Chubb por su eficiencia y rapidez en el pago de siniestros



Temas revisados hoy:

- El mercado asegurador está cambiando
- Sé rápido, sé ágil
- La importancia de un proceso de ventas
- Varias ventas en una sola llamada
- Fin del día
- 4 características únicas
- Maximiza tus ganancias reduciendo tus gastos



Preguntas y Respuestas

Chubb. Insured.