
La Venta de Seguros & la Psicología del Comprador

Programa de
Capacitación para la
formación de Agentas
de Seguros
Profesionales

DIONISIO MELO



INTERNACIONAL



Programa de Capacitación para la formación de Agentas de Seguros Profesionales

Mejore significativamente las ventas de su fuerza de agentes de seguros aprendiendo las nuevas habilidades de ventas:

¿Que preguntas debe hacer el agente de seguros para despertar el interes del prospecto?

¿¿Cuáles son los beneficios que tiene para el prospecto el seguro que le ofrezco?

¿Cómo compra cada comprador según su estilo personal?

¿Qué relación existe entre las objeciones y los tipos de compradores?

¿Cómo debe cerrar una venta según el estilo de compra?

En otras palabras, sepa la importancia que tiene para el vendedor, conocer de la psicología del comprador.

No se excuse diciendo:

El cliente era difícil....

No dimos los descuentos suficientes....

Nuestras marcas no pueden competir con las más importantes....

La economía no ayuda...

...y tantas otras excusas.

Las ventas no es solo decir, hay que saber decirlo, que decir y cuando decirlo. Pero también y fundamentalmente hay que saber escuchar y saber que preguntar.

Objetivos del Curso:

1. Describir a los participantes las habilidades de la venta de seguro profesional.
2. Describir a los participantes la importancia de una presentación adecuada utilizando preguntas.
3. Clasificar las cuatro habilidades que debe hacerse para cerrar una venta.
4. Conocer las preguntas no formuladas del comprador.
5. Describir a los participantes la importancia de la negociación.
6. Clasificar las nueve objeciones que pueden encontrarse en una venta.
7. Clasificar los cuatro tipos de compradores y como negociar con cada uno de esos estilos.

Dirigido a

Vendedores de seguros, Agentes libres de seguros, Ejecutivos de ventas internos, personal de servicio al cliente.



Metodología

1. Discusiones en Grupo
2. Dinámicas de Grupo
3. Ejercicios individuales
4. Debates
5. Aportaciones del Facilitador

Duración

2 días de 8 horas o 4 días de 4 horas

Módulo 1. Porque algunos agentes de seguros tienen más éxito que otros

- 1.1 Planteamiento General
- 1.2 Objetivos del Curso
- 1.3 Plan del Curso
- 1.4 Dinámica y discusión: Inventario fortalezas y debilidades actuales de cada vendedor

Módulo 2. La Venta tiene sus propias reglas e influyen en el éxito del Agente

- 2.1 Identificar las diferencias entre la venta y otros trabajos
Dinámica: Ejercicio grupal
- 2.2 Explicar el papel que juegan los buenos hábitos en la venta
Dinámica: Ejercicio grupal
- 2.3 Demostrar la importancia de las actividades de ventas
Dinámica: Ejercicio grupal
- 2.4 Descubrir cuál es el negocio del vendedor profesional

Módulo 3. Demostrar la importancia de la prospección y el teléfono para la obtención de citas

- 3.1 Demostrar la importancia de la búsqueda de Prospectos y Referidos
Dinámica 1: Cumplimentar un plan de Prospección
Dinámica 2: Clasificar y Seleccionar prospectos
- 3.2 Beneficios del Teléfono para la obtención de entrevistas
- 3.3 Cómo crear metas de Citas
- 3.4 Elaboración de un Argumento Telefónico
- 3.5 Tareas Anteriores y Posteriores a las llamadas
- 3.6 Comportamiento Asertivo y el Teléfono
- 3.7 Habilidades de Desempeño en el Teléfono
- 3.8 Situaciones en el Teléfono
- 3.9 Obtención de Citas

Módulo 4. Preparar preguntas efectivas para averiguar necesidades y deseos

- 4.1 Describir las preguntas indirectas que permitan al prospecto comunicar sus necesidades y deseos
Dinámica: Haciendo preguntas de ventas
- 4.2 Demostrar la importancia de escuchar y parafrasear los puntos más importantes para el prospecto.
Dinámica: Parafrasear al cliente
- 4.3 Construir con el prospecto un acuerdo sobre las necesidades y deseos



4.4 Determinar cuáles son los problemas del prospecto que lo impiden a tomar la decisión de comprar.

4.5 Dinámica: identificando necesidades emocionales

Módulo 5. Demostrar como el producto/servicio responde a las necesidades o deseos del prospecto

5.1 Definir las necesidades y deseos del prospecto

5.2 Describir las características del producto y traducirlas a ventajas y beneficios para el prospecto

Dinámica: Ejercicio grupal

5.3 Demostrar porque todavía el costo del producto o servicio se debe mantener como un factor secundario a la importancia de satisfacer las necesidades y deseos del prospecto

5.4 Describir las posibles reacciones y opiniones del prospecto

5.5 Dinámica: Características, Ventajas, Beneficios, Comprobación

Módulo 6. Negociación es un conflicto a resolver

6.1 Definir la diferencia que existe entre las negociaciones exitosas y no exitosas

Dinámica: factores de éxito en la negociación

6.2 La Psicología del Cierre – Como reconocer la disposición a comprar

Dinámica: Prueba de criterio

6.3 Porque compra

Dinámica: Practica de Identificación de necesidades

Módulo 7. Los cuatro estilos de compradores

7.1 Describir los cuatro estilos de compradores

Dinámica: Prueba de criterio

Dinámica: Los estilos de comportamiento

Dinámica: Entendiendo los estilos de comportamiento

Dinámica: Prediciendo el estilo de comportamiento

Dinámica: Cuestionario de estilos de comportamiento

Módulo 8. Las nueve objeciones típicas en las ventas

8.1 Explicar las nueve objeciones que se encuentran en el proceso de ventas

Dinámica: Prueba de criterio

Dinámica: ¿Cuáles son las objeciones que se interponen diariamente entre usted y su cliente?

8.2 Las objeciones que tienen cada tipo de comprador