

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CT0697

Nombre: Organización de las acciones comerciales de promoción y venta y gestión de las relaciones con el cliente en la actividad de mediación de seguros y reaseguros

Duración: 25 horas

Modalidad: Teleformación

Objetivos:

Aplicar las técnicas de marketing e investigación de mercados básicas, en acciones comerciales propias del sector, relacionando los diferentes segmentos, y los diferentes tipos de seguros y reaseguros. Analizar la organización de acciones comerciales más habituales en el sector asegurador, aplicando técnicas de asignación de recursos y tiempos. Aplicar las técnicas de prospección y gestión de la cartera de clientes de acuerdo con los distintos tipos de estrategias y acciones comerciales habituales en el sector de seguros y reaseguros utilizando aplicaciones informáticas de gestión específicas. Aplicar las técnicas de fidelización y seguimiento de la cartera de clientes de seguros, para su mantenimiento y la consecución de la venta cruzada, complementaria y sustitutiva, utilizando soportes informáticos.

Contenidos:

1. Estructuras comerciales en el sector seguros.
2. Marketing de servicios y marketing de seguros.
3. El plan de marketing en seguros.
4. Investigación y segmentación de mercados.
5. El producto y la política de precios:
6. La distribución en el sector del seguro:
7. La comunicación como variable del marketing- mix:
8. Prospección y análisis de cartera de clientes de la actividad de mediación de seguros y reaseguros: características diferenciadoras. Las fuentes de información.
9. Aplicaciones informáticas generales y específicas: sistemas gestores de bases de datos, hojas de cálculo u otras.
10. El cliente. Necesidades y motivaciones de compra. Hábitos y comportamientos:

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CT0697

Nombre: Organización de las acciones comerciales de promoción y venta y gestión de las relaciones con el cliente en la actividad de mediación de seguros y reaseguros

Duración: 25 horas

Modalidad: Teleformación

11. El presupuesto de las acciones comerciales:

12. El servicio de asistencia al cliente:

13. La fidelización del cliente.

14. Aplicaciones informáticas de gestión de las relaciones con el cliente.

15. Estrategias de desarrollo de cartera y nueva producción de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.

16. La calidad en el servicio.