

9

consejos que todo
asesor de seguros
debe aplicar
constantemente.

TEMAS

1. Nunca dejes de prospectar.
2. Mantén vivo el relaciona-miento con tus clientes.
3. Entérate sobre las necesidades de seguros de tu cliente.
4. Separa los clientes naturales y jurídicos.
5. Revive la lista de clientes perdidos.
6. Activa la lista de cotizaciones perdidas o rechazadas.
7. Revive la lista de clientes perdidos.
8. Activa la lista de cotizaciones perdidas o rechazadas.
9. Diseña tu Modelo de Negocio.

Introducción.

La profesión de la intermediación de seguros tiene la característica de envolvernos en su dinámica de urgencia diaria, cada día hay una **urgencia** nueva y esto nos distrae de las actividades estratégicas que son **importantes** de llevar a cabo si se quiere tener una agencia en constante crecimiento.

Hice este recuento para que lo mantengas en constante revisión y logres incluir progresivamente algunas o todas estas 9 estrategias en tu plan de negocios.

Te recomiendo priorizarlas de acuerdo a los resultados que este teniendo tu agencia y empezar a implementarlas.

Nunca dejes de prospectar.

Esta es tal vez la más importante, los asesores después de un tiempo de operación se quedan con los escasos referidos que les dan sus clientes y se olvidan de hacer una labor de búsqueda de prospectos rigurosa.

Identifica los canales de comunicación en donde están o frecuentan esos clientes que quieres encontrar y establece estrategias para atraerlos.

Pueden ser: agremiaciones, cámaras de comercio, buscadores (Google), redes sociales, WhatsApp u otros propios de los prospectos que quieras encontrar.

Mantén vivo el relacionamiento con tus clientes.

Lleva a cabo estrategias de relacionamiento como: llamadas, boletines, invitaciones, celebraciones, sugerencias, artículos en redes sociales, mensajes vía WhatsApp.

Algunas recomendaciones: micro segmentar la base de clientes por diferentes conceptos y estructurar una parrilla de contenidos que sean relevantes para cada uno de los microsegmentos, mantener un tiempo prudente entre cada publicación para no incomodar al cliente.

Si crees que no tienes las habilidades para escribir los artículos para las publicaciones busca alguien que lo haga y tu le das el contexto.

Entérate de las necesidades de seguros de tu cliente.

Por los medios que definas mantente informado sobre las diferentes necesidades de los clientes y construye una base de datos que deberás ir actualizando en cada interacción con ellos.

Esta base de datos la clasificas según esas necesidades y defines estrategias grupales de comunicación hacia ellos con el fin de ir despertando en ellos las razones para tener ese nuevo producto.

Una plataforma de CRM puede ser de mucho valor para mantener vigente la trazabilidad de cada oportunidad de negocio.

Separa los clientes naturales y jurídicos.

Mantener el monitoreo sobre los clientes naturales y jurídicos, te permitirá saber de sus necesidades, además puedes hacer una microsegmentación, si por ejemplo tienes en los clientes jurídicos varios de un sector específico de la economía, esto te dará más precisión en tus estudios.

Diseña informativos propios de cada grupo y mantenlos informados sobre tópicos referentes a ellos en particular.

Amplía la lista de suscriptores con el círculo familiar o empresarial alrededor del contacto principal.

Revive la lista de clientes perdidos.

Si no lo tienes en tu plataforma tecnológica, date a la tarea de buscar en tus archivos la información de los clientes que se han ido de tu lado, identifica las razones que motivaron su salida y define estrategias para recuperarlos.

Al identificar las razones de su salida, establece un plan de mejora y vendele esta nueva imagen a esos clientes para que puedan percibir el cambio y así puedan encontrar razones para volver contigo.

De nada sirve intentar recuperar los clientes con solo promesas, deben ser hechos cumplidos.

Activa la lista de cotizaciones perdidas o rechazadas.

Esta es otra razón de mucho valor, y es buscar las cotizaciones presentadas y rechazadas por los clientes o posibles clientes e identifica las razones por las cuales no fuiste aceptado.

Una vez identificadas busca como corregirlas, vincúlate a otra aseguradora, mejora tu estrategia de servicio, en fin, haz lo que haya que hacer para atraer hacia ustedes la atención de esas personas.

Destina una persona y un presupuesto para lograr ese cometido.

Diseña tu Modelo de Negocio.

El diseño del Modelo de Negocio te da foco, te alinea con tus propósitos, te sirve para llevar una secuencia de actividades en el mismo sentido sin perder el norte.

Busca la manera de diseñar tu modelo, crea tu plan de acción e impleméntalo, el modelo se diseña a un corto o mediano plazo, tres o cinco años, esto de dará tiempo para implemenatrlo y procurar sus recursos para ponerlo a andar.

El Modelo de negocio te da las pautas para actualizarte, para mantenerte a tono con la actualidad en tecnología, relacionamiento, virtualización, oportunidades y demás.

Mayoresventas.com

lgalvez@mayoresventas.com

Deseo que estos consejos puedan servir para darle un nuevo impulso a tu agencia, establece horarios para diferentes actividades neurálgicas del negocio y respétalos,

aprende a darle prioridad a lo

importante

y organizarte para atender lo

urgente.

José Leonardo Gálvez S.