

ONV1UF0042 Gestión y coordinación de los canales de distribución de seguros (40 horas)

Objetivos:

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 definitivos 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.

Índice:

1. Comercialización de seguros y reaseguros.1.1. El mercado de seguros y reaseguros:1.1.1. Organización y regulación del sector en España y la UE.1.1.2. Agentes participantes en la comercialización de seguros.1.2. Canales de comercialización y red de venta en el sector asegurador:1.2.1. Red agencial.1.2.2. Red de mediadores. Clases, funciones, forma jurídica y actividades.1.2.3. Agentes de seguros: Tipos y diferencias. Requisitos de constitución.1.2.4. Operador de bancaseguros: Operador de bancaseguros exclusivo. Operador de bancaseguros vinculado.1.2.5. Corredores: Corredor de seguros. Corredor de reaseguros.1.2.6. Auxiliares externos de los mediadores de seguros.1.2.7. Venta directa telefónica.1.2.8. Distribución por grandes superficies.1.2.9. Venta online y offline.1.3. La empresa aseguradora:1.3.1. Régimen legal de la empresa aseguradora y la distribución de seguros privados.1.3.2. Condiciones de acceso y ejercicio de la actividad aseguradora.1.3.3. Establecimiento y prestación de servicios de la actividad aseguradora privada.1.3.4. Acceso y ejercicio de la actividad aseguradora.1.3.5. La competencia profesional de los profesionales implicados en la comercialización de seguros.1.3.6. Conformación de la red de distribución de seguros y reaseguros.1.4. Planificación de la comercialización de seguros y reaseguros.1.4.1. Los objetivos comerciales.1.4.2. Planificación y desarrollo de nuevos productos: cartera de productos y precios.1.4.3. Distribución del producto: Formalización del acuerdo de distribución.1.4.4. Publicidad, promoción y relaciones públicas.2. Organización de la red de venta de seguros y reaseguros.2.1. Concepto de Red de venta:2.1.1. Características según necesidades.2.1.2. Red de venta interna y externa.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.2.5.1. Comisiones: Tipos: Inicial, de nueva producción, de cartera, de administración, anticipada o provisional, de cobranza, sobre beneficios, de gestión, básica, fija, variable, complementaria, otras.2.5.2. Concursos de producción, subvenciones, compensaciones complementarias, estímulos de prestigio, otros.2.6. La selección de equipos de venta interno.2.6.1. Perfil profesional: formación técnica, habilidades sociales, actitudes y aptitudes.2.6.2. Fuentes de reclutamiento del personal: oficina de empleo, anuncios en diferentes

ONV1UF0042 Gestión y coordinación de los canales de distribución de seguros (40 horas)

medios de búsqueda de empleo, Colegio de mediadores, empresas de trabajo temporal, otras entidades.2.7. Procesos y fases de captación y selección de personal: entrevista, dinámica de grupos y otros.2.7.1. Evaluación de los procesos de selección.3. Planificación y gestión comercial del equipo de ventas de seguros y reaseguros.3.1. Los planes comerciales en entidades aseguradoras:3.1.1. Objetivos de grupo e individuales: rentabilidad, crecimiento, otros.3.1.2. Medios para su consecución.3.1.3. Cálculo de ratios de consecución de objetivos: potencial de crecimiento, incrementos, índices estadísticos, otros.3.1.4. Tipo y número de acciones para la consecución de objetivos de los equipos de ventas (nueva producción, cartera, zona de actuación, plazos).3.1.5. El plan de programación de actividades de venta. Estructura y contenido.3.1.6. El presupuesto de ventas. Partidas, mantenimiento y explotación de la cartera de clientes. Métodos de previsión y estimación.3.1.7. Reasignación de objetivos.3.2. La gestión por objetivos:3.2.1. Ventajas3.2.3. Inconvenientes3.3. Asignación de zonas, clientes u otros parámetros al equipo de ventas.3.4. Los procedimientos de control y evaluación desarrollo de acciones comerciales:3.4.1. El seguimiento y control de la ejecución de las acciones comerciales.3.4.2. Sistemas y procesos de seguimiento a la red de ventas: Información comercial.3.4.3. Procesos de control de gestión: elaboración de ratios e indicadores de gestión de la cartera de clientes y rentabilidad de productos.3.4.4. Identificación de desviaciones de gestión: análisis de causas y consecuencias. (De carácter técnico, de atención personal y comunicación con el cliente. Aplicación de medidas correctoras ante las desviaciones de gestión (replanteamiento y reasignación de objetivos, redefinición de procesos, métodos de incentivos, rescisión de acuerdos, etc.).3.4.5. Diagrama del proceso de control de gestión de una entidad aseguradora.3.4.6. Procedimientos de control de calidad del servicio de la red de mediadores: métodos, parámetros e indicadores. Cuantificación (rentabilidad, capacidad, situación geográfica, rapidez en cobro de recibos u otros).3.4.7. Elaboración de informes de gestión.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:4.1.1. Consecución de objetivos planteados. Su importancia.4.1.2. Estilos de liderazgo: formal y real. (Métodos o estilos de dirección o gestión: autocráticos, democráticos, mixtos, burocráticos, paternalistas, Tradición, coacción, carisma, propiedad, acuerdo o contrato. Representante, enlace, líder, monitor, difusor, portavoz).4.1.3. La motivación. Profesional y personal. La pirámide de Maslow. La jerarquía de las necesidades. Motivación de logro, de afiliación, de poder, de reconocimiento, otras. Técnicas de motivación.4.1.4. Los incentivos externos: recompensas, seguridad, formación, promoción, competencia, condiciones de trabajo, el cambio de tarea, otros.4.1.5. Los incentivos internos: la relación con el grupo, trabajo enriquecedor, interesante, confianza, promoción lateral, otros.4.1.6. Competencias y capacidades personales del puesto de trabajo: buen comunicador, empático, buen escuchante, que ofrezca confianza, fiable, tolerante, equilibrado, ecuánime, que sea capaz de tomar decisiones competentes, otras.4.2. Los programas de formación en la actividad de mediación de seguros y reaseguros.4.2.1. Competencia profesional y reciclaje: normativa aplicable.4.2.2. Contenidos. Programación secuencial.4.2.3. Metodología. Técnicas didácticas.4.2.4. Recursos materiales: aulas, equipamiento, material escolar, hardware y software.4.2.5. Soporte didáctico: presencial, telefónica, Internet, otros.4.2.6. Profesorado: experiencia profesional, experiencia didáctica, formación, otros.4.2.7. Temporalización: Horas efectivas para consecución de objetivos.4.2.8. Evaluación de las acciones de formación. Instrumentos y criterios.4.3. El proceso de enseñanza aprendizaje aplicado a personas adultas.4.3.1. Características.4.3.2. Factores que intervienen.4.3.3. Técnicas de comunicación y habilidades sociales.4.3.4. Métodos masivos de comunicación grupal: seminarios, conferencias, entrevistas, otros.