

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2AF21783-N

Nombre: Gestión de Acciones Comerciales en el ámbito de Seguros y Reaseguros

Duración: 50 horas

Modalidad: Teleformación

Objetivos:

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de organizar y gestionar la acción comercial en las entidades de seguros. En concreto el alumno será capaz de: Analizar la estructura y características del sector y del entorno asegurador y reasegurador así como su evolución distinguiendo las particularidades de los mismos y sus relaciones. 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. Aplicar los métodos de seguimiento y control del desarrollo de las diferentes tipos de acciones comerciales de seguros y/o reaseguros.

Contenidos:

UD1. El seguro en España y en la Unión Europea.

- 1.1. Contexto económico nacional e internacional.
- 1.2. Normativa general europea de seguros privados. Directivas.
- 1.3. Normativa española de seguros privados.
- 1.4. El mercado único de seguros en la UE.
- 1.5. Derecho de establecimiento y libre prestación de servicios en la UE.
- 1.6. La actividad de mediación de seguros y reaseguros en el Mercado Único.
- 1.7. Organismos reguladores.
- 1.8. Elaboración y presentación de informes del análisis del sector y entorno nacional y europeo de seguros.
- 1.9. El blanqueo de capitales.
- 1.10. Los mediadores. Su importancia. Concepto y funciones.
- 1.11. Los canales de distribución del seguro de la actividad de mediación.
- 1.12. Clases de mediadores. Funciones forma jurídica y actividades.
- 1.13. Detección de oportunidades de negocio. Análisis de las variables y agentes del entorno de las empresas de mediación (debilidades fortalezas amenazas y oportunidades).

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2AF21783-N

Nombre: Gestión de Acciones Comerciales en el ámbito de Seguros y Reaseguros

Duración: 50 horas

Modalidad: Teleformación

UD2. 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.

- 2.1. Estructuras comerciales en el sector seguros.
- 2.2. Marketing de servicios y marketing de seguros.
- 2.3. El plan de marketing en seguros.
- 2.4. Investigación y segmentación de mercados.
- 2.5. El producto y la política de precios.
- 2.6. La distribución en el sector del seguro.
- 2.7. La comunicación como variable del marketing- mix.
- 2.8. Prospección y análisis de cartera de clientes de la actividad de mediación de seguros y reaseguros: características diferenciadoras. Las fuentes de información.
- 2.9. Aplicaciones informáticas generales y específicas: sistemas gestores de bases de datos hojas de cálculo u otras.
- 2.10. El cliente. Necesidades y motivaciones de compra. Hábitos y comportamientos.
- 2.11. El presupuesto de las acciones comerciales.
- 2.12. El servicio de asistencia al cliente.
- 2.13. La fidelización del cliente.
- 2.14. Aplicaciones informáticas de gestión de las relaciones con el cliente.
- 2.15. Estrategias de desarrollo de cartera y nueva producción de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.
- 2.16. La calidad en el servicio.

UD3. Seguimiento y control de las acciones comerciales de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.

- 3.1. Los procedimientos de control y evaluación de las acciones comerciales.
- 3.2. Cálculo de ratios de rentabilidad y eficacia.
- 3.3. El informe de presentación de resultados y consecución de objetivos.
- 3.4. Actuaciones de mejora aplicables a la acción comercial propuesta.