

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

SKU: EVOL-1196-VNO-B | Categorías: [ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN](#), [Seguros](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [25](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO TEMÁTICO

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:
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.

