






LA COMERCIALIZACION EN SEGUROS



	ONLINE		
	Duración: 60 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 60 H
	Familia: COMERCIO Y MARKETING Área: NO PRL		
	Objetivos: Identificar y aplicar las estrategias y técnicas de comercialización de seguros para optimizar la venta y la fidelización de clientes-agentes.		
	Contenidos: 1 La organización de la función comercial 1.1 Introducción 1.2 Principios y objetivos de la venta 1.3 Sistemas de organización de la venta 1.4 La función comercial 1.5 Puntos de obtención de producción 1.6 Los agentes afectos y sus subagentes 1.7 Los subagentes de seguros 1.8 Equipos de productores en plaza 1.9 Vendedores asalariados 1.10 Venta directa 1.11 Actividades: La organización de la función comercial 2 Criterios básicos del seguro 2.1 Definición de seguro 2.2 Definición de riesgo 2.3 Elementos personales que intervienen en el seguro 2.4 Elementos formales de un seguro 2.5 Elementos materiales de un seguro 2.6 Las tarifas 2.7 Las primas 2.8 Los productos 2.9 Seguros sobre personas 2.10 Actividades: Criterios básicos del seguro 3 El marketing de servicios 3.1 El marketing de servicios 3.2 Principios del Marketing 3.3 Objetivo del marketing		

- 3.4 Características del mercado
- 3.5 El mercado teórico, actual, potencial y futuro
- 3.6 Diferenciación competitiva de la oferta
- 3.7 Actividades: El marketing de servicios
- 4 La prospección de clientes
 - 4.1 Principios y objetivos de la prospección
 - 4.2 Estrategias de prospección y búsqueda de clientes
 - 4.3 Clasificación de tipos de clientes
 - 4.4 Ficheros y bases de datos de clientes
 - 4.5 Bases de datos de clientes
 - 4.6 Actividades: La prospección de clientes
 - 4.7 Cuestionario: Cuestionario final