



Gestión y coordinación de los canales de distribución de seguros

Sku: MF2177_3_V2

Horas: 40

OBJETIVOS

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de definir formar y supervisar a los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros, En concreto el alumno será capaz de: 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 definidos 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,

CONTENIDOS

Tema 1. Comercialización de seguros y reaseguros 1.1. El mercado de seguros y reaseguros 1.2. Canales de comercialización y red de venta en el sector asegurador 1.3. La empresa aseguradora 1.4. Planificación de la comercialización de seguros y reaseguros. Tema 2. Organización de la red de venta de seguros y reaseguros. 2.1. Concepto de Red de venta 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 2.6. La selección de equipos de venta interno 2.7. Procesos y fases de captación y selección de personal: entrevista dinámica de grupos y otros Tema 3. Planificación y gestión comercial del equipo de ventas de seguros y

reaseguros 3.1. Los planes comerciales en entidades aseguradoras 3.2. La gestión por objetivos 3.3. Asignación de zonas clientes u otros parámetros al equipo de ventas 3.4. Los procedimientos de control y evaluación desarrollo de acciones comerciales Tema 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 4.2. Los programas de formación en la actividad de mediación de seguros y reaseguros 4.3. El proceso de enseñanza-aprendizaje aplicado a personas adultas