

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Administración y gestión

## 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

UD1. 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. UD2. 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. UD3. 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. UD4. 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.

