



PANCHO
MONTESDEOCA



MASTERCLASS
ON LINE (75 A 90 min)

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0



ZURICH



DOCUMENTOS DE USUARIOS DE ASESORES
PRODUCTORES DE SEGUROS DE ZURICH

REGLAS DE JUEGO

1. Micrófonos **silenciados**
2. Tiempo aproximado **75 a 90 min**
3. Interacción: **chat, video**
4. Siempre es bueno un **block de notas**
5. Dime **click!** en tus aprendizajes (chat)
6. **Preguntas y comentarios** al final



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0



DOCUMENTO DE USO DE PRODUCTORES DE SEO

CONTEXTO NEGOCIOS 2.0

PRODUCCIÓN

VENTAS

MARKETING

RELACIONES
EFECTIVAS - AFECTIVAS

DIGITALIZACIÓN



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

CONTEXTO NEGOCIOS 2.0

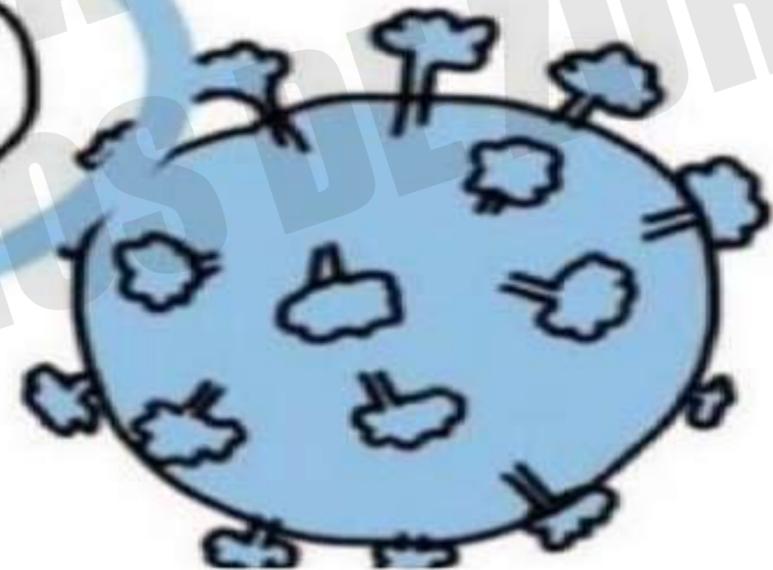
¿QUIÉN LIDERÓ LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN TU COMPAÑÍA?



EL GERENTE



**SISTEMAS /
TECNOLOGÍA**



COVID 19



[/betlatam](#)

✉ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET:
LATAM



ZURICH®



Transformación Digital

DOCUMENTO DE USO DE ASESORES
PRODUCTORES DE SEGUROS DE ZURICH

Nos transformamos para juntos apoyar a nuestros mutuos clientes



Upla Electrónica

El proceso electrónico del formulario de vinculación nos permite agilizar y optimizar tus procesos de emisión y renovación



Póliza Electrónica

Emite tu póliza electrónica en 3 pasos.

1. Recíbela en tu correo lista para firmar
2. Revisa tu póliza y firmala digitalmente
3. Listo ya tienes tu póliza de forma segura



Botón de pagos

Simplificación y facilidad; en pocos pasos nuestros clientes pueden pagar su póliza

Ingresa al sitio Web

www.zurichseguros.com.ec/es-ec/inicio

Sección recursos / pagos en línea



Suscripción digital débito

(Débito digital, próximamente)

Paga de manera segura con el proceso de débito digital.

CLIENTE 2.0



[/betlatam](#)

■ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

CLIENTE 2.0



[/betlatam](#)

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

CLIENTE 2.0



[/betlatam](#)

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
:BET:
LATAM

CLIENTE 2.0

Perfil Cliente 2.0

- Busca empatía en la pandemia emocional y económica (saturación)
- Informado globalmente – competencia mundial
- Busca la hiperpersonalización
- Cansado de experiencias tradicionales

¿CÓMO ENTENDERLO?

- Psicología digital
- Micromomentos (decisión) – CX
- Estudio de analíticas



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

MODELO PCRS - BETLATAM

 **PLANIFICACIÓN**

 **CONTACTO**

 **REUNION**

 **SEGUIMIENTO**



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL

BET:
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN



1. Definir el perfil del cliente - customer profile
2. Construir diferenciadores de mi producto / servicio
3. Construir argumentos frente a los diferenciadores
4. Definir estrategias de ciclo de vida del cliente



/betlatam

■ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
.:BET:.
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN

1. DEFINIR EL PERFIL DEL CLIENTE - CUSTOMER PROFILE

- Sector / Industria (¿Covid19?)
- Volumen de ventas
- Rentabilidad
- Frecuencia de compra
- Experiencias anteriores con el producto o servicio
- Colaboradores
- ¿Quién toma la decisión?



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET:
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN

2. CONSTRUIR DIFERENCIADORES DE MI PRODUCTO / SERVICIO



DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN

2. CONSTRUIR DIFERENCIADORES DE MI PRODUCTO / SERVICIO

- ¿Cuáles son los factores diferenciales de mi producto o servicio?
- ¿Son realmente diferenciales?
- Análisis de competidores
- Análisis CX Digital 360
- Construcción de diferenciación (prototipado)



/betlatam

■ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET:
LATAM

Sirviendo a clientes por casi **150 años**



“Apoyaremos a nuestros clientes, nuestros colegas y nuestros distribuidores. Trataremos de asegurarnos de que todos podamos salir de esta crisis aún más fuerte que antes”

Mario Greco Group Chief Executive Officer

Nuestras Fortalezas

Posición financiera sólida

RATED AA-/positive
by Standard & Poor's (S&P)

Sólida posición financiera

Un negocio bien equilibrado



Nuestro negocio está equilibrado por la geografía, los productos y los segmentos de clientes.

Marca de confianza, gente talentosa



Nuestra comprensión de los riesgos que enfrentan nuestros clientes y la capacidad de satisfacer sus necesidades refuerzan nuestra valiosa marca global.



Clientes:

- Clientes Proceso **digital y simplificado** para pago de siniestros
- Facilidades de pago
- Herramientas digitales:
 - Boton de Pago
 - E Poliza
 - Inspecciones Virtuales
 - UPLA Electronica
 - Acompañamiento
 - Tips preventivos
 - Webinars



Comunidad

- Donación a Dar una mano sin dar la mano ayuda a **10.000** familias
- **Fondos para fundaciones** a nivel nacional:
 - Fundacion Reina de Quito
 - CEPREME
 - Matias Mujica
 - FANO



Colaboradores:

- **Herramientas** para teletrabajo
- **100 % operativos** desde casa
- Equipo Motivado
- Acompañamiento constante
- **Capacitación** para modo teletrabajo



Socios estratégicos:

- Equipo Zurich 100% operativo
- Servicios online
- Asesoría Virtual
- Herramientas digitales operativas y disponibles
- Pagos de comisiones a tiempo
- Aparato tecnológico disponible
- Contact Center disponible para requerimientos de mutuos clientes

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN

2. CONSTRUIR DIFERENCIADORES DE MI PRODUCTO / NEGOCIO

Si haces de las debilidades de tus competidores tus fortalezas, estarás construyendo un gran diferencial...



/betlatam

■ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN

3. CONSTRUIR ARGUMENTOS FRENTE A LOS DIFERENCIADORES

- **DIFERENCIADOR -> Método SPIN**
- SITUACIÓN
- PROBLEMA
- IMPLICACIÓN
- NECESIDAD DE COMPRA



/betlatam

✉ info@betlatam.com

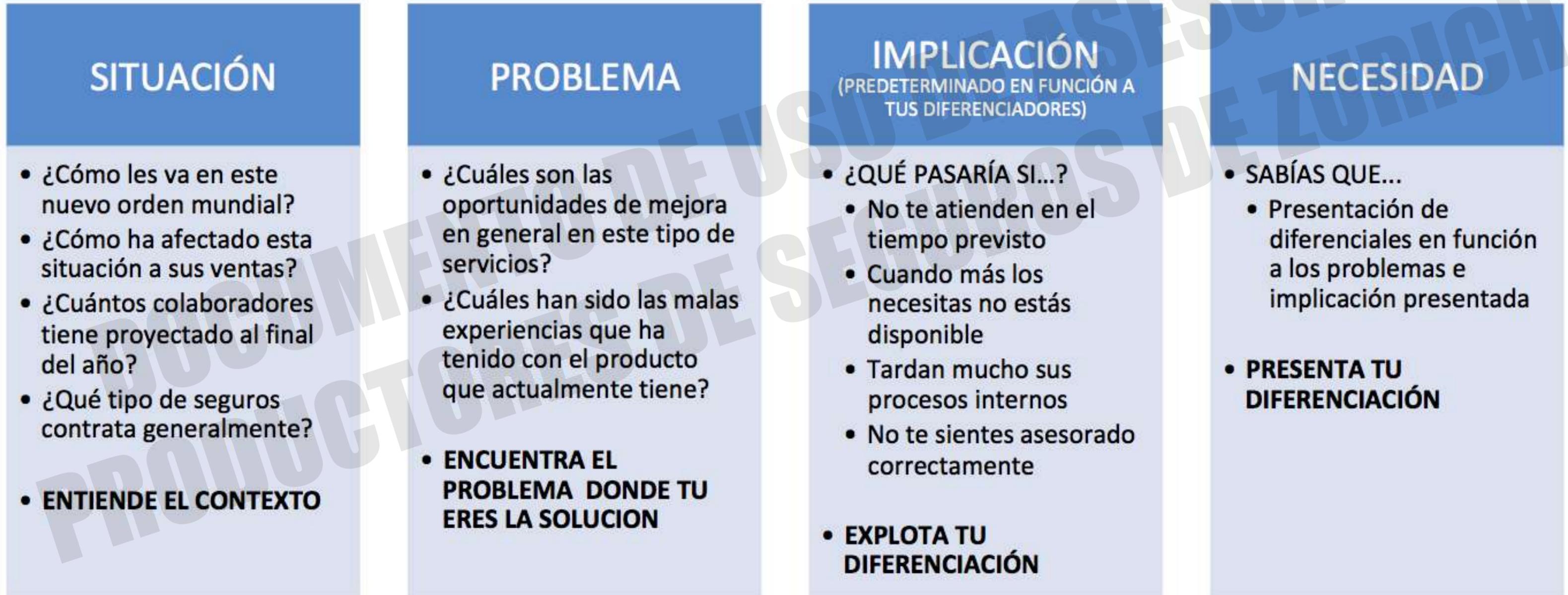
🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN

3. CONSTRUIR ARGUMENTOS FRENTE A LOS DIFERENCIADORES



Asistencias gratuitas

Hemos implementado estas asistencias para nuestros clientes



ALÓ DOCTOR

Consultas médicas telefónicas las 24 horas, sin costo.



AMBULANCIA

Servicio de ambulancia si sufres un accidente o emergencia en casa.



ASISTENCIA LEGAL

Asistencia con un equipo de abogados via telefónica en consultas sobre diversas áreas del derecho.



Asistencia Zurich



1800 987 000
09 99 38 22 38



Remolque o traslado del vehículo asegurado:

Avería: traslado de hasta 300 kilómetros por evento, límite 3 eventos al año.
Choque: traslado de hasta 300 kilómetros por evento, límite 3 eventos al año.
Segundo traslado : Cobertura de USD 200 por avería o accidente, 3 eventos al año



Conductor elegido



Tramitador personal



Asistencia Legal In Situ



Liberación del vehículo de los patios de la Policía

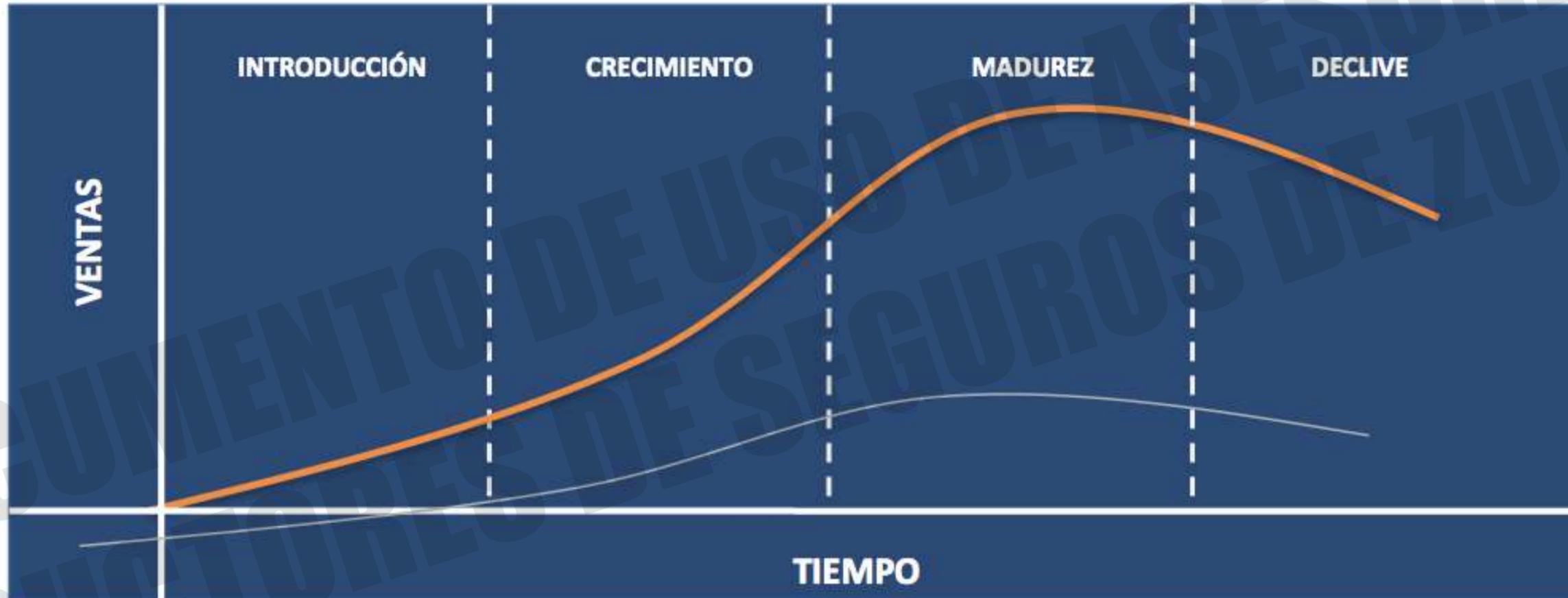


Otras asistencias: Auxilio mecánico, ambulancia, asistencia en viajes

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN

4. ESTRATEGIAS DE CICLO DE VIDA DE CLIENTE



DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

PLANIFICACIÓN

4. ESTRATEGIAS DE CICLO DE VIDA DE CLIENTE

CICLO DE VIDA	CLIENTE	USD.	% PARTICIPACIÓN	USD. EN ETAPA	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES SMART	FECHA	PRESUPUESTO	USD. POR ETAPA	% CRECIMIENTO ESPERADO POR CLIENTE
	(Enumera a los clientes)	(Facturación por cliente)	(participación por cliente en relación con la etapa del ciclo de vida)	(Sumatoria de USD de facturación total clientes)		(Establezca estrategias por clientes)	(Simples, Medibles, Alcanzables, Relevantes, con Tiempo)		(Presupuesto por acción de estrategia)	(USD por etapa del ciclo de vida total)	
INTRODUCCION	A	20.000,00	13%	150.000,00	OBJETIVOS 1:	ESTRATEGIA 1:	ACCION 1: (AGREGAR UNA FILA POR ACCIÓN)		0		
					OBJETIVOS 2:	ESTRATEGIA 2:					
					OBJETIVOS 3:	ESTRATEGIA 3:					
	B	80.000,00	53%								
	C	50.000,00	33%								
CRECIMIENTO											



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET:
 LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

MODELO PCRS - BETLATAM



PLANIFICACIÓN



CONTACTO



REUNION



SEGUIMIENTO



[/betlatam](#)

✉ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET:
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0



1. PREPARACIÓN

2. EJECUCIÓN



/betlatam

✉ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0



1. PREPARACIÓN

- **¿QUIÉN TOMA LA DECISIÓN? (VIENE DE LA DEFINICIÓN DEL CUSTOMER PROFILE)**
- **¿QUIÉN ES?**
- **¿REDES DE INFLUENCIA?**
- **¿CÓMO LE GUSTA COMUNICARSE?**



DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0



1. PREPARACIÓN - STALKER MODE ON



DOCUMENTO DE USO DE ASESORES
PRODUCTORES DE SEGUROS DE ZURICH

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

CONTACTO

1. PREPARACIÓN - STALKER MODE ON

PERFIL CORPORATIVO



PERFIL PROFESIONAL



PERFIL SOCIAL



PERFIL SICOLÓGICO



MAPAS MENTALES

GRUPO EMPRESARIAL



DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

CONTACTO

1. PREPARACIÓN - STALKER MODE ON

¡Existen muchas posibilidades de que tus amigos sean parte de esos contactos y puedan darte información de ellos!



/betlatam

■ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
:BET:
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0



1. PREPARACIÓN - STALKER MODE ON MAPAS MENTALES

NOMBRE	FACTORES MOTIVACIONALES			SISTEMAS REPRESENTACIONALES			METAPROGRAMAS			
	Poder	Logro	Afiliación	Visual	Auditivo	Kinestésico	Global / Detalle	Estructurado / Opciones	Interno / Externo	Igualador / Diferenciador
Rodrigo Álvarez	X			X			G	O	I	D
Andrea Fernandez			X			X	D	E	I	D
Roberto Espín		X			X		D	O	E	I



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL

BET:
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0



2. EJECUCIÓN - CANALES



DOCUMENTO DE USO DE ASESORES
PRODUCTORES DE SEGUROS DE ZURICH

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

CONTACTO

2. EJECUCIÓN

TIPS CANALES - EMAIL

TÍTULO

- Personalizado (persona / dato del negocio)
- Diferenciador

CUERPO

- Agradecimiento
- Texto en función al Stalking Mode ON
- Preguntas SPIN + Datos industria
- Diferenciales
- Textos específicos

DESPEDIDA

- Call to action
- Preferible no archivos adjuntos, sí links



DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

MODELO PCRS - BETLATAM



PLANIFICACIÓN



CONTACTO



REUNION



SEGUIMIENTO



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET:
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0



TIEMPO MÁXIMO SUGERIDO:

60 MIN



/betlatam

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET:
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

MODELO PCRS - BETLATAM



PLANIFICACIÓN



CONTACTO



REUNION



SEGUIMIENTO



/betlatam

■ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

SEGUIMIENTO

FOLLOW UP EXPERIENCE

- Email de agradecimiento
- Email de datos interesantes
- Interacción redes sociales
- Construcción de relación



/betlatam

■ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
.:BET:.
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

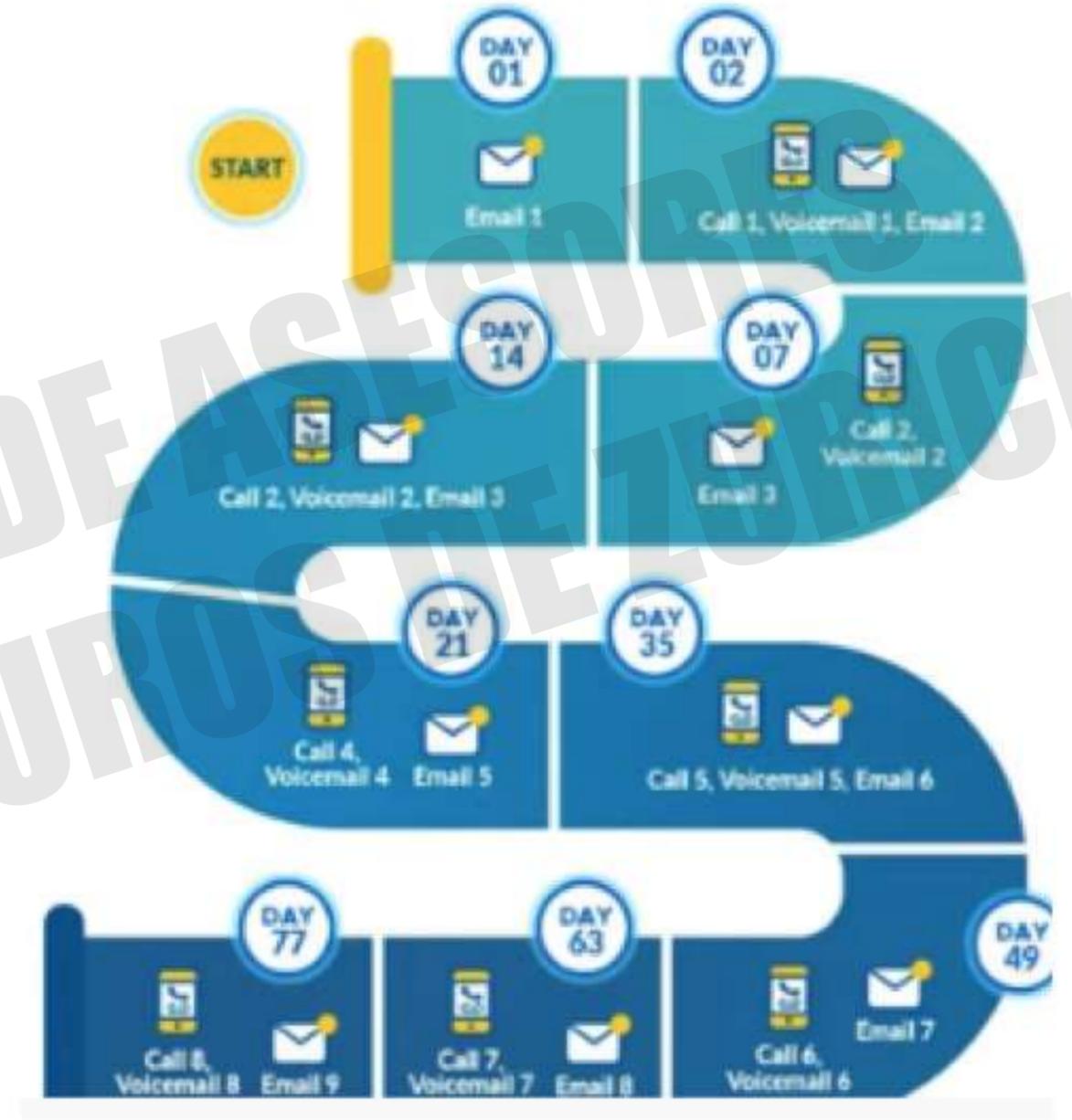
SEGUIMIENTO

FOLLOW UP EXPERIENCE

AUTOMATIZACIÓN



CRM



FINALMENTE...



/betlatam

✉ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
:BET:
LATAM

Zurich Insurance Group

Construyamos el futuro juntos



Estamos aquí para juntos alcanzar las metas propuestas.

DOCUMENTO DE USO DE PRODUCTORES DE SEGUROS DE ZURICH



EL SECRETO ESTÁ EN EL
MÉTODO Y LA DISCIPLINA COMERCIAL



[/betlatam](#)

✉ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
:BET:
LATAM

DIGITAL SALES STRATEGIES 2.0

DESPUÉS DE ESTA MASTERCLASS
¿CUÁNTO MÁS PODRÍAS VENDER?



ZURICH



[/betlatam](#)

info@betlatam.com

www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL

BET:
LATAM



¡GRACIAS TOTALES!

fmontesdeoca@betlatam.com



PANCHO MONTESDEOCA



[/betlatam](https://www.facebook.com/betlatam)

■ info@betlatam.com

🌐 www.betlatam.com

GRUPO EMPRESARIAL
BET
LATAM