

Newsletter 8

Dicembre 2016

Questa newsletter, che non ha una periodicità fissa, viene mandata a tutti i clienti ed amici dei consulenti CFA

L'agenzia di assicurazione come centro di vendite

In questi primi anni del Ventunesimo secolo il mercato assicurativo italiano ha vissuto molti e radicali cambiamenti. Altri cambiamenti si profilano all'orizzonte.

Uno di questi è la trasformazione delle agenzie di assicurazione: l'aumento dei costi fissi e la diminuzione crescente dei livelli provvigionali rendono indispensabile indirizzare il lavoro di tutti verso un aumento dei ricavi agenziali.

Per questa ragione la tradizionale separazione tra ruoli commerciali e ruoli amministrativi tende a sbiadire: è necessario coinvolgere anche il personale amministrativo nella vendita, altrimenti si appesantisce la struttura dei costi agenziali.

Ma come preparare questo personale senza andare incontro ad un eccessivo aumento degli investimenti in formazione?

Abbiamo sperimentato con successo la seguente modalità:

- presentazione agli agenti e condivisione del percorso formativo, con definizione del personale coinvolto e costruzione degli obiettivi;
- video conferenze (da tre a sei, a seconda del numero e della complessità delle polizze da presentare);
- a distanza di un mese circa dall'ultima video conferenza, ulteriore e conclusiva video conferenza per verificare e discutere i risultati commerciali ottenuti.

Tutte le video conferenze sono tenute, in simultanea, da due formatori: uno esperto di tecnica assicurativa, che presenta gli aspetti tecnici delle polizze; l'altro esperto di relazioni commerciali, che indica con quali argomentazioni si presentano le polizze, con quali prevedibili obiezioni, con quali tecniche di persuasione, a quale tipo di clienti vanno offerte.

La neuro psicologia ha infatti chiarito che è impossibile, per il cervello umano, connettere da soli argomentazioni tecniche e argomentazioni commerciali: o vengono presentate insieme, oppure ognuno di noi si focalizza su una delle due dimensioni e 'cancella' l'altra.

- Questa modalità non comporta aggravio di costi perché in ogni singola giornata abbiamo formato, in video conferenze ognuna della durata di tre ore, sessanta partecipanti (trenta al mattino, trenta al pomeriggio), registrando ogni volta una partecipazione molto elevata ed un notevole gradimento (sia da parte dei partecipanti come da parte degli agenti e delle Compagnie).
- Per di più i costi di progettazione sono minimi e non vi sono costi di viaggio e di living.

Per informazioni contattare:

Gianfranco Di Pietro cell. 348.7477397
gianfranco.dipietro@cfastudio.it

Corrado Messina cell. 338.6100990
corrado.messina@cfastudio.it

