

## **MODULO 2**

# **TRES FUENTES DE PROSPECCION**

1. Referidos  
**ING SEGUROS**  
2. Mercado Objetivo

3. Prospección como Estilo



# PROSPECCION

---

- Es un proceso sistemático para la identificación de clientes potenciales
- Prospecto es un cliente potencial.

## *PROSPECCION (Continúa)*

- Prospectar es sembrar ... quién siembra, ¡Cosecha!
- A mayor números de prospectos visitados , mayores ventas

# *PROSPECCION(Continúa)*

## PROPOSITO

Proporcionar un proceso s sistemático para la identificación de clientes potenciales, que permita aumentar número de citas y cumplir con las Metas de ventas.

# *PROSPECCION (Continúa)*

---

## PRODUCTOS

- Lista de prospectos con PAN
- Conocimientos de características de los prospectos
- Prioridades
- Plan de entrevistas

# *PROCESO DE PROSPECCION*

---

**1 Has tu inventario de Prospects**

**2 Identifica a los del PAN: Poder Adquisitivo y  
Necesidad del producto**

**3 SIP: Selecciona e Investiga a tus Prospects**

**4 Concierta una Cita**

# *FUENTES DE PROSPECCION*

---

¿Cómo vamos a conseguir los nombres para poder llegar con una lista de prospectos a cada Maratón semanal de llamadas?

- Referidos
- Directorios
- Revistas y Periódicos
- Listado de clientes que están en el "limbo" de la Empresa

## 1.- REFERIDOS

---

- En los primeros años el vendedor distribuye su tiempo:  
*75% prospectando y 25% vendiendo - LIMRA*
- Con la experiencia estos %'s se invierten  
Porque la clientela crece, se produce ventas  
repetidas en una misma familia y se ha  
generado un hábito y sistema de referidos.

## *EJERCICIOS 2.2*

---

- ¿Qué ventajas le ven a utilizar referidos para incrementar su cartera de clientes?
- 
- 
- 
-

*REFERIDOS (Continúa)*

**STANDARD:**

3 REFERIDOS POR CITA, SE

CIERRE O NO LA VENTA

## 2. MERCADO OBJETIVO

- El C.F. aumentará su eficacia , si se dirige a un mercado específico en vez de pretender vender a "diestra y siniestra",
- Lo anterior se logra, segmentando el Mercado y estudiando sus características, para utilizar la estrategia adecuada de venta.

## 2. MERCADO OBJETIVO (*Continúa*)

---

- La segmentación del Mercado, permite concentrarse en aquellos grupos de clientes con los que es más sencillo cerrar ventas.

### 3. PROSPECCION COMO UN ESTILO DE VIDA

Es el modo más eficiente, fácil y rápido de prospectar. Consiste en "*mantener los ojos* *muy abiertos*".

Ser agente de seguros no es un trabajo de 8 a 6 es un estilo de vida.

Toda persona con la que nos relacionamos diariamente es un prospecto

No hay reglas, no hay horario, solo oportunidades.

Acompañamiento por el TL