



E S P A Ñ A

| a Berkley Company

Oportunidades de Negocio Especializado en un entorno de incertidumbre

Ángel Macho - Director de Negocio / Chief Business Officer

«Cuando creíamos que sabíamos todas las respuestas cambiaron todas las preguntas» - *Mario Benedetti*



Ingresos x Comisiones (2013-2018): + 34,70%

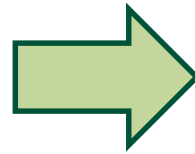
BAI (2013-2018): + 38,42%

BAI / Ingresos x Comisiones (2013-18): 11,17%

Nos enfrentamos a un reto ...

CORONAVIRUS

El Banco de España prevé un desplome del PIB de hasta el 13% y descarta la recuperación en V que anhela el Gobierno



Las primas no Vida caerán un 10% en 2020 y con probable afectación en 2021
(Aseguranza)

«No esperes resultados diferentes si siempre haces lo mismo»

Albert Einstein



...Con nuevos paradigmas

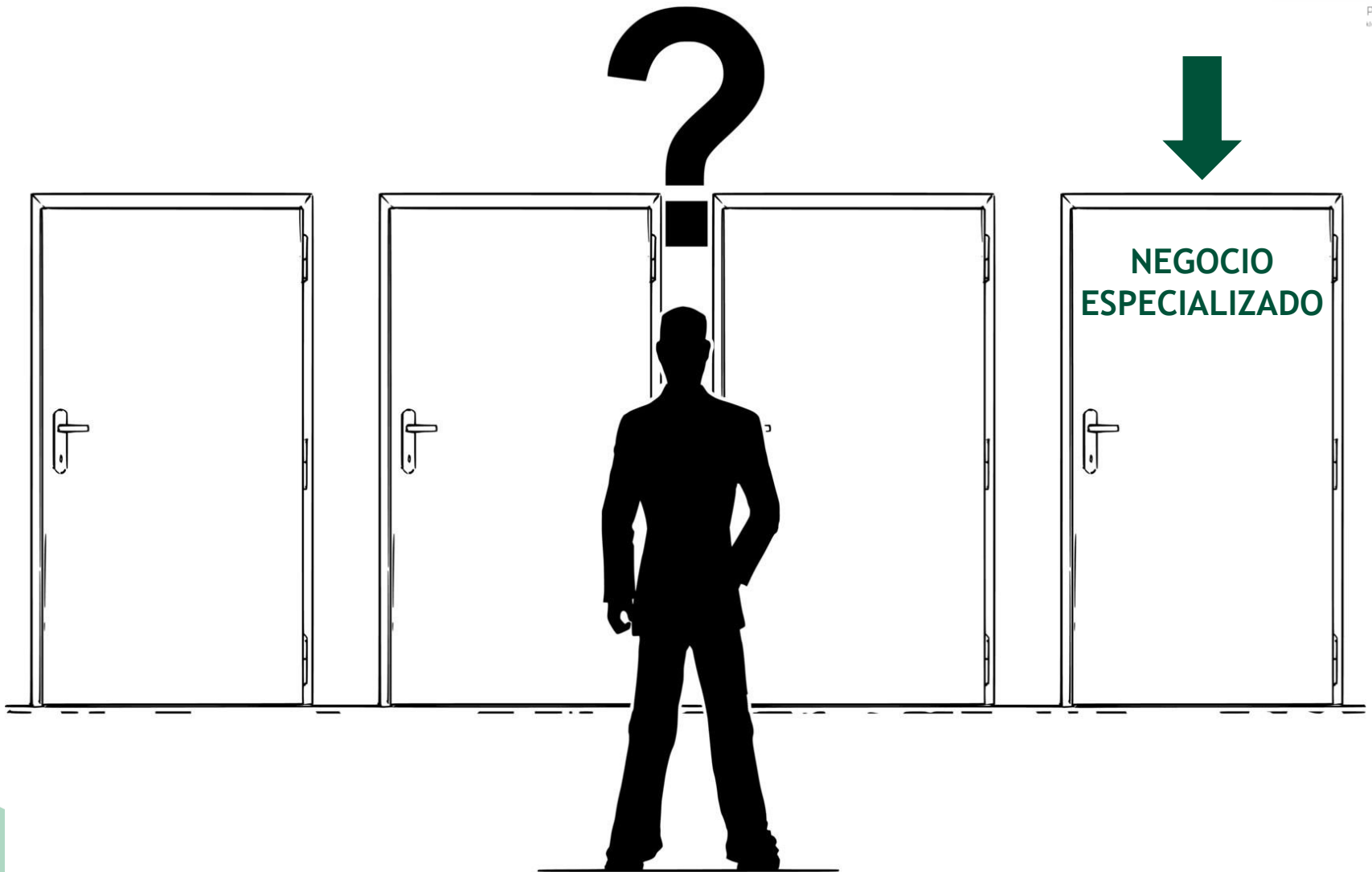
Gran avance de la digitalización

Desarrollo de nuevas fórmulas de trabajo

Cambios en los modelos relacionales



«La inteligencia es la habilidad para adaptarse al cambio» -
Stephen Hawking



¿Por qué apostar por el negocio especializado en estos momentos?

1. En la actualidad existen oportunidades de negocio vinculadas a la próxima recesión económica:

D&O

Los empresarios van a tener que realizar ajustes y tomar decisiones que pueden dar lugar a reclamaciones.

RC
Profesional

Está demostrado que en crisis la gente reclama más para obtener dinero.

Cyber

Por el auge del teletrabajo y el uso de datos de clientes (GDPR).

¿Por qué apostar por el negocio especializado en estos momentos?

2. Son productos que generan buenos ingresos a corto plazo, pero sobre todo, estabilizan tu cartera (+Retención)

Ingresos - Comisiones primer año vs Totales

Si bien en ocasiones incluso en el primer año el negocio especializado puede hasta generar comisiones más altas, el impacto en nuestros ingresos se multiplica si miramos el ingreso total.

Ramo / Modalidad	Prima Media	Comisión	Esperanza de Vida Póliza	Comisión Total Póliza
Autos	350	35	2	70 €
Hogar	180	45	6	270 €
RC Profesional	500	112,5	8	900 €
D&O	450	112,5	9	1.013 €
Medioambiente	800	200	9	1.800 €

¿Por qué apostar por el negocio especializado en estos momentos?

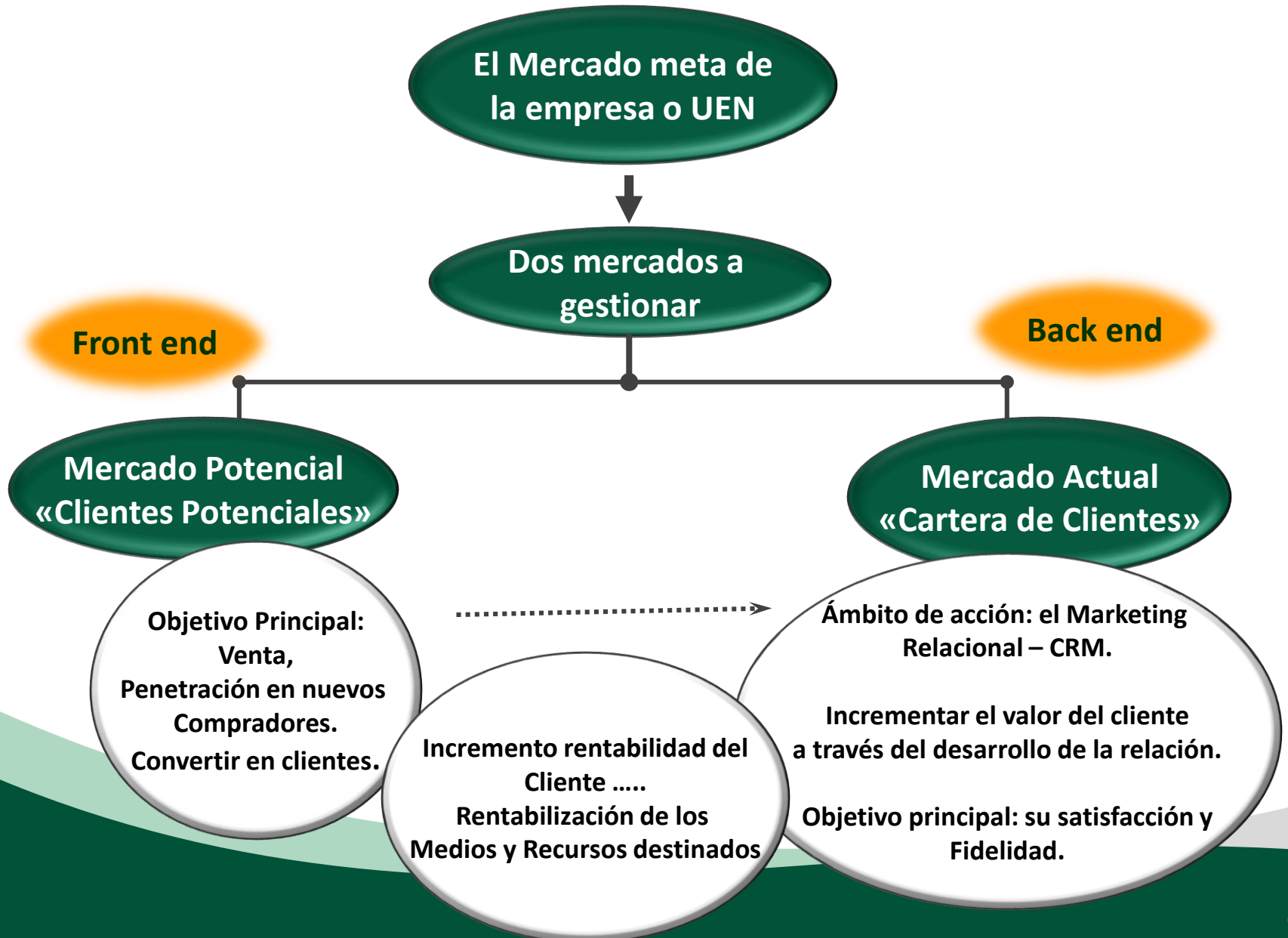
3.- Son productos que operan muy bien sobre la cartera de clientes y tienen recorrido de colocación

Pólizas/Cliente	Prima Anual	Comisión Anual
Auto	350 €	35 €
Auto + Hogar	600 €	85 €
Pyme	900 €	180 €
Pyme + RC	1.500 €	300 €
Pyme + RC + D & O	2.100 €	480 €

«El umbral de rentabilidad de un cliente se establece en 150 euros de comisiones»



Estrategias de Captación de Negocio (1/2)



Acción Directa	Venta Directa	<ul style="list-style-type: none">• Se debe asegurar el éxito de la acción, pues es el primer contacto y si fallamos el elemento no volverá a abrir la puerta. Para Pymes y Empresas el primer paso consiste en obtener una reunión con <u>el responsable de los seguros</u> de la empresa. Acciones posibles: Visitas a Comercios, Visitas a Polígonos, Visitas a Pymes/Empresas, etc...
	Prospección	<ul style="list-style-type: none">• Envíos o llamadas de nuestra <u>oferta a prospectos</u>, clientes/empresa a las que consideramos que pueden responder de forma positiva a nuestra oferta.
	“Member get member”	<ul style="list-style-type: none">• Es a través de nuestros actuales clientes que se encuentran satisfechos y si nos aportan nuevos clientes. Es interesante el poder ofrecerles algún beneficio a cambio de ello. También se denomina <u>trabajar con “referencias”</u> y los resultados suelen duplicar la productividad de otras acciones.
Acción en dos fases o “two shots”	Se basa en desarrollar una acción en dos etapas con dos claros objetivos:	
	(acostumbran a quedar integradas dentro una acción de Marketing Directo integral)	<ul style="list-style-type: none">a) <u>Obtención de prospectos</u>: a través de diversas acciones y medios (mailing, telemarketing, feria, asociación,...) se trata de conseguir información sobre prospectos acordes al perfil de target group de la acción de captación y venta. En definitiva se trata de obtener un listado que – una vez seleccionado y segmentado – se configurará como el mercado sobre el cual se realizará la <u>acción de captación y/o venta</u>.b) <u>Acción front end</u>: acción comercial sobre el segmento y prospectos que lo configuran con la finalidad de obtener su compra y a partir de allí su <u>incorporación a la cartera de clientes y desarrollo (back end)</u>.

Conceptos a tener en cuenta

En los actuales contextos, el crecimiento interno es sin duda una vía estratégica “inteligente” “nueve” veces menos que las de captar a un cliente nuevo.

3 Elementos claves a la hora de iniciar las acciones:

SEGMENTACIÓN



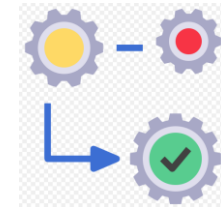
¿A quién nos dirigimos?

PLANIFICACIÓN



¿Cuándo lo hacemos?

EJECUCIÓN



*¿Cómo lo hacemos?
¿Qué herramientas disponemos?*

Segmentación - ¿A quién?

Perfil del
cliente



Datos del
cliente



Target
Acciones



Segmentación - ¿A quién? (ejemplos)



Cliente: Empresa

Actividad: Distribución

Información disponible:

- Facturación > 1MM €
- N° Empleados > 10

Actitud frente al riesgo:
Valora seguridad

D&O

Cyber



Cliente: Empresa

Actividad: Servicios profesionales

Información disponible:

- No disponemos pues solo tenemos seguros personales

Actitud frente al riesgo:
Valora seguridad

Cyber

PI



Cliente: Empresa

Actividad: Industria

Información disponible:

- Facturación > 1MM €
- N° Empleados > 10

Actitud frente al riesgo:
Valora seguridad

**Resp.
Medioambiental**

Segmentación- ¿A quién? (ejemplos)



Cliente: Empresa /
Autónomos

Actividad: Centro de
estética / socio sanitario

Información disponible:

- Comercio con RC
Explotación

Actitud frente al riesgo:
Valora seguridad

**RC
Profesional**



Cliente: Empresa

Actividad: Servicios
profesionales

Información disponible:

- Trabaja para la
Administración pública
- Facturación o Activos >
1-2MM

Actitud frente al riesgo:
Valora seguridad

Caución

Planificación - ¿Cuándo?

El momento de realizar las acciones es importante también para incrementar el éxito:

En los procesos de renovación

En estos procesos tenemos comunicación con el cliente, e información actualizada:

- *Informar de los nuevos riesgos a los que se enfrenta la empresa*
- *No bajemos consumo - incrementemos protección*

En los procesos de siniestros

- *Si un cliente ha tenido una resolución favorable o conocemos que dispone de un colchón de liquidez.*
- *Si hay otros clientes de ámbito similar en nuestra cartera que han tenido un siniestro.*

Ejecución- ¿Cómo?

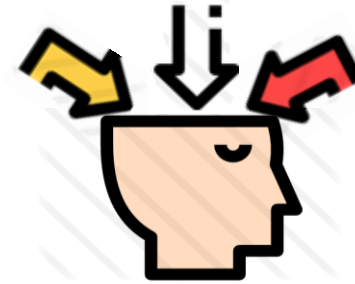
Por último, el cómo generar la oportunidad:

De manera proactiva



- **Proyecto de la Compañía** (con la información que se dispone probablemente puedas obtener una cotización orientativa)
- **Emailing** con minisite para detalle de información con carácter previo a la visita presencial.

De manera reactiva



- Utiliza **RRSS** para compartir noticias o hacer envíos seleccionados a clientes de noticias relacionadas con los seguros que deseas promocionar.
- **Newsletter** de la Correduría.



Ejecución- ¿Qué herramientas dispongo?

En Berkley España ofrecemos a nuestros mediadores las siguientes herramientas

**ACTIVIDAD
COMERCIAL**

**TOOLKIT
DIGITAL**

1-6-2020

OFERTA

BE Net

**RC Sanitaria
RC Profesional
RC General
D&O
Accidentes**

GESTIÓN

EIAC

Berkley España es la primera compañía especialista en proporcionar a sus mediadores la conectividad EIAC.

mpm

ebroker

te-sis
asociaciones

g

GECOSE SOFTWARE
Tu partner de confianza

SegurLIF

CRITERIOS PARA ACCEDER AL TOOLKIT DIGITAL:

- CODIGO ABIERTO EN BERKLEY
- CARTERA MINIMA – 25.000 EUR

SI NO SE CUMPLE AHORA, OBJETIVO DE ALCANZAR EL MINIMO EN 1 AÑO (PUNTO DE CONTROL – 10.000 EUROS A 31-12)

¿Empezamos?



Muchas gracias

Contacto:

amacho@wrberkley.com

91 449 26 68