



## Tendencias en la **G**estión

## de Redes **C**omerciales **2015**

## Sector Asegurador



*El sector asegurador es un sector que obliga a las compañías a estar muy atentas a las nuevas tendencias del mercado. Aquí apuntamos las más importantes identificadas.*

## Formación

La formación es una de las palancas más importantes para lograr la optimización del funcionamiento comercial y la consolidación de equipos.

### ¿En qué formar?

- ➔ **Técnica en productos y mercados.** La capacitación técnica es indispensable porque ya no existe “colocar” un seguro sino que se tiene que vender de forma argumentada para adecuar la oferta en general a las características y necesidades de cada segmento.
- ➔ **Management.** Respecto al canal de mediación, cobra cada vez más cuerpo las acciones para que se profesionalicen más en el sentido empresarial.
- ➔ **Entorno multicanal.** Desarrollar las competencias comerciales adaptadas al nuevo entorno multicanal.
- ➔ **Gestión de equipos/liderazgo.** Capacidad de motivar a un grupo para que haga las cosas que la compañía necesita que haga.
- ➔ **Comprender al “cliente integral”.** Aun hoy se trabaja mucho más en formación técnica y poco en saber identificar las necesidades reales globales, reto a conseguir por las compañías.

### ¿Cómo debe ser esa formación?

- ➔ **Personalizada.** La formación estandarizada, el “café para todos”, tiene cada vez menos espacio en las organizaciones.
- ➔ **Apoiada en recursos internos.** Dinamizadores dentro de los equipos para lograr nuevas actitudes y comportamientos.
- ➔ **Participativa.** Tendencia que potencia el intercambio de prácticas como una experiencia formativa que aprovecha el talento interno.

## Identificación y desarrollo del talento

- ➔ **Dificultades para seleccionar perfiles óptimos para la red.**
- ➔ **Inversiones en selección poco rentables, alta rotación.**
- ➔ **Necesidad de identificar y desarrollar el talento de la red.** Se realiza en general desde RRHH aunque hay cada vez más una tendencia a que participe Negocio, tanto en la elaboración de las competencias como en la valoración de los individuos y la confección de un mapa de talento comercial de su compañía.
- ➔ **Necesidad de construir ofertas de valor diferenciadas y adaptadas.** Al cliente interno, vinculantes y fidelizadoras. Para ello, necesidad de segmentación, de aportación de valor y potencial de desarrollo de los profesionales.



## Modelo retributivo

- **El modelo retributivo está constituido por diferentes aspectos.** La marcha de la Compañía, el nivel de crecimiento de la cartera, la caída de cartera, la rentabilidad, el mix de productos, así como temas estratégicos (desarrollo de proyectos). El peso de cada aspecto es diferente para cada una de las figuras que constituyen la red comercial.
- **Se observa como tendencia, dejar un porcentaje abierto a una estimación cualitativa.** Tiene que ver con la “calidad” de la venta.
- **Búsqueda de las mejores combinaciones entre retribución fija y variable.** Y los criterios para determinar cómo se consigue la retribución variable. Esto es así porque consideran que la retribución variable es la “palanca” con la que se puede modificar el comportamiento de toda la estructura, tanto externa, las redes de distribución como al propio equipo comercial.

*Puedes ver el informe completo en [tatum](#) y en [Grupo Actual](#).*



Tendencias en la **G**estión  
de Redes **C**omerciales  
**2015**

Sector Asegurador