

Penjualan *di Waktu yang Tak Menentu*

Kami selalu mencari cara baru untuk membantu agen kami agar mereka berhasil. Jadi, kami baru-baru ini melakukan survei global terhadap bisnis dan konsumen untuk memahami kekhawatiran dan kebutuhan utama mereka dalam kondisi pasar yang menantang saat ini.

Kini kami berbagi wawasan yang kami peroleh dari survei tersebut dengan Anda, yang kami harapkan dapat membantu selama negosiasi penjualan Anda yang akan datang.

Tajuk utama

98% bisnis dan konsumen Indonesia mempertimbangkan peristiwa (seperti pandemi, tekanan ekonomi, atau kerusuhan sipil) ketika mempertimbangkan masa depan mereka. Ketidakpastian ini berarti bahwa 95% responden lebih sensitif terhadap harga daripada dua tahun yang lalu bagi mereka dalam membeli asuransi, yang membuat penjualan kepada mereka menjadi lebih menantang.

Namun, situasi seperti itu membuat 96% bisnis dan konsumen lebih terbuka untuk berbicara dengan para ahli/penasihat untuk mengurangi ketidakpastian. Dan, 97% dari mereka mengatakan bahwa mereka bersedia membayar lebih untuk asuransi jika nilai yang mereka terima (misalnya perlindungan, bimbingan, dll.) melebihi premi yang mereka bayarkan.

Faktor-faktor ini memberikan peluang yang kuat bagi agen asuransi.

Melihat dari sudut pandang klien Anda

96% responden mengatakan mereka ingin agen mereka berempati dengan mereka dan melihat dunia dari sudut pandang mereka. Klien Anda dapat berbagi kekhawatiran yang terungkap dalam survei kami, sehingga topik ini dapat berfungsi sebagai pembuka percakapan yang berguna dan menginformasikan usulan produk.

Kekhawatiran utama

Bisnis	Konsumen		
Kekhawatiran terkait pandemi	74%	Kekhawatiran terkait pandemi	60%
Ketidakpastian ekonomi	62%	Kekhawatiran terkait kesehatan	58%
Stabilitas bisnis	47%	Ketidakpastian ekonomi	43%

Kami di sini untuk membantu Anda meraih kesuksesan

Pelajari hasil survei global dan temukan teknik *value-added selling* untuk memperkuat pendekatan Anda — berkat kemitraan kami dengan pakar penjualan Paul Reilly, penulis buku *Value-Added Selling and Selling Through Tough Times*.

Pelajari lebih banyak sumber daya dan unduh laporan global kami
www.chubb.com/id-id/partners/selling-in-uncertain-times.html

Di Indonesia, kami melakukan survei terhadap...

150
pengambil keputusan dalam usaha kecil hingga menengah

100
konsumen

Secara global, kami melakukan survei terhadap...

2,250
pengambil keputusan dalam usaha kecil hingga menengah

1,000
konsumen

15
Negara

+

+

+

+

+

+

+

+

+

+

+

Bagaimana menawarkan kepastian *di waktu yang tak menentu*

Waspadai sensitivitas harga

85% responden mengatakan bahwa mereka ingin agen mereka menemukan opsi atau alternatif yang termurah selama krisis.

Berusahalah untuk lebih memahami tekanan yang mungkin dihadapi klien Anda dan berempati dengan situasi mereka.

Hadirlah untuk klien Anda

97% pengambil keputusan bisnis mengatakan mereka ingin agen mereka memberi tahu mereka tentang cara melindungi diri mereka sendiri sebelum potensi krisis terjadi.

Buat menjadi lebih personal

98% responden mengatakan mereka menginginkan agen mereka menawarkan produk dan layanan yang dipersonalisasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka selama krisis. Jadi, selalu tekankan bagaimana Anda dapat menyelaraskan solusi Anda dengan kebutuhan mereka saat Anda menyampaikan presentasi kepada klien.

Melihat ke depan

77%

Reputasi menjadi faktor nomor satu bagi responden dalam memilih agen baru.
Jika Anda sedang berusaha mendapatkan pekerjaan baru, bawakan contoh untuk menunjukkan kepada prospek bagaimana Anda memberikan hasil yang luar biasa bagi klien Anda lainnya.

responden mengatakan mereka mengingat nama agen mereka tanpa memeriksa telepon atau e-mail mereka. Jangan menjadi salah satu nama yang terlupakan. Terus tunjukkan nilai Anda untuk tetap menjadi yang teratas.

Komunikasi yang baik (66%), daya tanggap (66%) dan kepercayaan (61%) adalah manfaat utama bekerja dengan agen.
Penuhi harapan klien Anda dengan menjadi andal, bijaksana, dan bersemangat untuk memecahkan masalah klien.

93%

responden akan membayar lebih jika agen dapat membuat rekomendasi tentang cara menghindari kerugian. Jadilah suara pakar yang ingin mereka dengar. Pahami bisnis klien Anda untuk memberi mereka wawasan tentang mitigasi kerugian dan tingkat kerentanan mereka saat ini.

Pelajari lebih banyak sumber daya dan unduh laporan global kami di
www.chubb.com/id-id/partners/selling-in-uncertain-times.html