

# Vender en *tiempos de Incertidumbre*

Siempre estamos buscando nuevas maneras de ayudar a nuestros/as agentes a tener éxito. Por eso, hace poco encargamos un estudio global con empresas y clientes, que busca comprender sus principales inquietudes y necesidades en las condiciones desafiantes del mercado de hoy.

Queremos compartir con vos los resultados de este estudio, que esperamos te sean útiles en tus próximas negociaciones de venta.

## Hallazgos clave

87% de las empresas y clientes en Argentina considera eventos como la pandemia, o la incertidumbre económica, al pensar sobre el futuro. De hecho, el 91% de los encuestados/as está más sensible al precio de lo que lo estaba hace dos años.

Sin embargo, por otro lado, el 92% de los encuestados/as dijo que estaría dispuesto a pagar más por sus seguros si el valor neto que reciben es mayor que la prima que pagan. Y el 96% de los/as tomadores de decisiones dijo querer que sus agentes o brokers les ofrezcan soluciones para proteger sus empresas durante una crisis. Por lo tanto, hay muchas oportunidades disponibles, especialmente si mostrás cómo tus productos pueden llenar vacíos en la cobertura que tienen tus clientes.

## Mirar desde la perspectiva de tus clientes

94% de los encuestados/as dijo que quería que su agente o broker empatizara con ellos/as y mirara los desafíos desde su punto de vista. Nuestro estudio revela cuáles son sus principales inquietudes en estos momentos, para ayudarte a ponerte en sus zapatos. Es posible que tus clientes compartan algunas de estas preocupaciones; usá estos temas para iniciar conversaciones útiles e informar sobre sugerencias de productos.

## Principales inquietudes

Empresas		Clientes	
Incertidumbre económica	59%	Incertidumbre económica	67%
Preocupaciones relacionadas con la pandemia	53%	Costo de la vida	49%
Eficiencia operacional	39%	Preocupaciones sobre el futuro de la carrera o trabajo	42%

## Estamos aquí para ayudarte a tener éxito

Explorá los resultados del estudio global y descubrí técnicas de venta con valor agregado para reforzar tu acercamiento, gracias a nuestra alianza con el experto en ventas Paul Reilly, autor de los libros Value-Added Selling y Selling Through Tough Times.

Descubrí más recursos y descargá nuestro reporte global en [chubb.com/vender-en-tiempos-de-incertidumbre/ar](http://chubb.com/vender-en-tiempos-de-incertidumbre/ar)

Seguí para más recursos valiosos

En Argentina, encuestamos a...

150 tomadores de decisiones en pequeñas y medianas empresas

100 clientes

A nivel global, encuestamos a...

2.250 tomadores de decisiones en pequeñas y medianas empresas

1.000 clientes

15 países



# Cómo ofrecer tranquilidad en tiempos de incertidumbre



## Sé la voz experta que los clientes quieren oír

90% de los/as tomadores de decisiones en las empresas se mostraron abiertos a conversar con asesores y expertos para reducir la incertidumbre. Demuestra tu valor poniéndote en contacto con tus clientes regularmente, para ofrecer asesoría relacionada con sus desafíos actuales.

## Que sea personal

Prácticamente todos los encuestados/as (96%) dijo querer que su agente o broker les ofrezca productos y servicios personalizados que se adapten a sus necesidades durante una crisis. Al hacer una presentación para tus clientes, siempre destacó cómo has alineado tu solución con sus necesidades.

## La calidad es clave

La gran mayoría de los encuestados/as (96%) dijo darle más importancia a la calidad y cobertura de sus seguros que hace dos años. Intenta enfatizar cómo tus productos van más allá de lo que ofrece la competencia a la hora de ofrecer protección inteligente.

## Tiempos de esperanza

**88% de los encuestados/as dijo que estaría dispuesto a pagar más por sus seguros si los reclamos se manejan de manera rápida y con el mínimo esfuerzo de su parte.** Al vender productos a tus clientes, muestra el valor que vos agregás al hacerte cargo de los reclamos.

**Casi la mitad de los encuestados/as dijo que el contacto limitado o pobre con su agente o broker durante un proceso de siniestro podría hacer que consideren reunirse con un nuevo/a agente o broker.** Cuando tus clientes hacen una denuncia de siniestro, es la oportunidad para demostrarles tu dedicación y atención a sus necesidades.

**Prácticamente 7 de cada 10 encuestados/as dijo que recordaba el nombre de su agente o broker sin tener que chequear su teléfono o correo electrónico.** No seas uno de los nombres que se olvidan; seguí demostrando tu valor para mantenerte en el top of mind de tus clientes.

**La disponibilidad y capacidad de respuesta durante una crisis fueron los factores más importantes para los encuestados/as a la hora de escoger un nuevo/a agente o broker.** Muéstrale a tus potenciales clientes cómo has ayudado a otros/as igual que ellos/as a salir adelante en tiempos difíciles.

Conocé más recursos y descargá nuestro reporte global en [chubb.com/vender-en-tiempos-de-incertidumbre/ar](http://chubb.com/vender-en-tiempos-de-incertidumbre/ar)

El material que aquí se presenta no pretende entregar asesoría legal o de otro tipo a ninguno de los sujetos aquí mencionados, sino que se presenta solo como información general. Usted debiera solicitar asesoría legal o de otros expertos entendidos sobre cualquier pregunta legal o técnica que pueda tener. Esta presentación solo tiene propósitos informativos.

Los productos ofrecidos no se encuentran disponibles en todas las jurisdicciones. Los derechos sobre las marcas comerciales "Chubb", su logotipo y "Chubb. Insured", son de propiedad de Chubb Limited. Las descripciones de las coberturas y/o servicios consignados en el presente son breves explicaciones de los mismos. Para consultar sobre sus alcances se deberá remitir a las condiciones de póliza correspondientes.