

Vender en *tiempos de Incertidumbre*

Siempre estamos buscando nuevas maneras de ayudar a nuestros 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.

Ahora queremos compartir contigo los resultados de este estudio, que esperamos se te sean útiles en tus próximas negociaciones de venta.

Hallazgos clave

90% de las empresas y clientes en Colombia toma en consideración eventos como una pandemia o la incertidumbre económica al pensar en el futuro. De hecho, el 96% de los tomadores de decisiones en las empresas están pensando más cuidadosamente en las inversiones que hacen.

Por otro lado, 89% de los encuestados dijo que aún están dispuestos a pagar más por sus seguros, si el valor que reciben es mayor que la prima que pagan. Además, el 99% de las empresas quiere que su agente o broker les ofrezca asesoría para protegerse antes de que ocurra una posible crisis. Entonces, hay muchas oportunidades, especialmente si muestras cómo tus productos llenan los vacíos de cobertura que tienen tus clientes.

Mirar desde la perspectiva de tus clientes

98% de los encuestados dijo querer que su agente o broker empatizara con ellos y viera el mundo desde su punto de vista. Nuestro estudio revela cuáles son sus principales inquietudes en este momento, para ayudarte a ponerte en sus zapatos. Es posible que tus clientes compartan algunas de estas preocupaciones; usa estos temas para iniciar conversaciones útiles y entregar sugerencias personalizadas, algo que el 97% de los encuestados dijo que quería escuchar más por parte de sus agentes y brókers en tiempos de crisis.

Principales inquietudes

Empresas	Clients
Preocupaciones relacionadas con la pandemia	Preocupaciones relacionadas con la pandemia
45%	47%
Retención de empleados / reclutamiento de talentos	Incertidumbre económica / Costo de la vida
35%	Ambas en el segundo lugar de preocupación
Incertidumbre económica / Salud y seguridad de los empleados	44%
Ambos en el tercer lugar de preocupación	Ahorros y planificación para el retiro
33%	39%

Estamos aquí para ayudarte a tener éxito

Explora los resultados del estudio global y descubre 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.

Descubre más recursos y descarga nuestro reporte global en
chubb.com/vender-en-tiempos-de-incertidumbre/co

En Colombia,
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 encuestados se mostró abierto a conversar con asesores y expertos para ayudar a reducir la incertidumbre. Demuestra tu valor contactándote con tus clientes de manera regular, para ofrecer asesoría frente a sus desafíos actuales.

Sé proactivo a la hora de sugerir soluciones

95% de los encuestados dijo que pagaría más por un seguro si su agente o broker los asesora en forma proactiva sobre su nivel de vulnerabilidad y les recomienda cómo evitar pérdidas.

Enfatiza lo simple que pueden ser los reclamos

91% de los encuestados dijo estar dispuesto a pagar más por sus seguros si sabe que los reclamos serán manejados de manera rápida y con el mínimo de esfuerzo de su parte.

Tiempos de esperanza

57% de los encuestados se siente optimista sobre el futuro.

Contacta a tus clientes para averiguar si tienen la protección correcta para respaldar sus planes a futuro.

81% de los tomadores de decisiones en las empresas y 56% de los clientes dicen que pueden recordar el nombre de su agente o broker sin tener que revisar su teléfono o correo electrónico.
No seas uno de esos nombres que se olvidan. Continúa demostrándoles tu valor para mantenerte en su top of mind.

Los encuestados dijeron que el conocimiento y expertise (53%), la conducta profesional (51%) y la buena comunicación (51%) son los principales beneficios al trabajar con un agente o broker.
Cumple con las expectativas de tus clientes compartiendo tus conocimientos, manteniendo altos estándares y comunicándote a menudo y de manera clara.

91% de los encuestados está más sensible al precio al comprar seguros que hace dos años.

Muéstralos a tus clientes cómo tus productos entregan protección esencial, y destaca su accesibilidad siempre que puedas.

Conoce más recursos y descarga nuestro reporte global en chubb.com/vender-en-tiempos-de-incertidumbre/co