

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 te sean útiles en tus próximas negociaciones de venta.

Hallazgos clave

94% de los encuestados en México considera eventos como la pandemia, o la incertidumbre económica, al pensar sobre el futuro. De hecho, el 90% está más sensible al precio de lo que estaba dos años atrás, lo que hace que venderles a ellos sea más desafiante.

Por el contrario, prácticamente todos los encuestados declararon que aún están dispuestos a pagar más por sus seguros, si el valor que reciben es mayor que la prima que pagan. Además, el 90% confía en que un agente puede ayudarlos durante una crisis. Todo esto trae muchas oportunidades para los brokers y agentes de seguros

Mirar desde la perspectiva de tus clientes

Casi todos los encuestados señalaron que querían que su agente empatizara con ellos 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; usa estos temas para iniciar conversaciones útiles y entregar sugerencias personalizadas, algo que el 98% de los encuestados dijo que quería escuchar más por parte de sus agentes y brokers en tiempos de crisis.

Principales inquietudes

| Empresas | | Clientes | |
|---|-----|---|-----|
| Estabilidad del negocio | 52% | Preocupaciones relacionadas con la pandemia | 45% |
| Preocupaciones relacionadas con la pandemia | 42% | Incertidumbre económica | 44% |
| Eficiencia operacional | 37% | Preocupaciones de salud | 42% |

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/mx

Síguenos para más recursos valiosos

En México,
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



Mantente en contacto con tus clientes

95% de los encuestados en México dijo que confiaba en que un agente podría ayudarlos en tiempos desafiantes. Contactar regularmente a tus clientes para ver si hay algo en lo que puedan necesitar ayuda es una manera fácil de demostrar tu valor.

Sé proactivo a la hora de sugerir soluciones

95% de los encuestados en México dijo que pagaría más por un seguro si su agente los asesora en forma proactiva sobre su nivel de vulnerabilidad y les recomienda cómo evitar pérdidas. La mayoría de ellos dijo que apreciaría estar en contacto con su agente una vez a la semana o incluso más veces, en tiempos de crisis.

Enfatiza lo simple que pueden ser los reclamos

91% de los encuestados declaró que estaría dispuesto a pagar más por un seguro al tener la seguridad de que los reclamos serán manejados rápidamente y con el mínimo esfuerzo de su parte.

Tiempos de esperanza

51%

de los encuestados en México siente confianza en el futuro.

Contacta a tus clientes para averiguar si tienen la protección adecuada para sus planes futuros.

94%

de los encuestados a nivel global le da más importancia a la calidad de la cobertura que la que le daba hace dos años.

En tus futuras conversaciones con clientes, refuerza cómo la solución que tú les entregas calza con sus altos estándares.

2/3

de todos los encuestados compró o incrementó sus seguros en los últimos dos años; un 52% declaró que el trabajo flexible influyó en esa decisión.

Contacta a tus clientes para revisar sus coberturas y chequear posibles vacíos o excesos.

85%

de los encuestados dijo que recordaba el nombre de su agente sin tener que revisar su teléfono o correo.

No seas de aquellos cuyo nombre no puede ser recordado. Asegúrate de estar en el top of mind de tus clientes.

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

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. Chubb es una marca registrada en México propiedad de Chubb Seguros México, S.A., una empresa subsidiaria de Chubb Limited que provee seguros y servicios relacionados. Para consultar todas las empresas subsidiarias en México, visita nuestro sitio www.chubb.com/mx-es. Los productos y coberturas están sujetas a las condiciones de cada producto de conformidad con su registro ante el RECAS.