

Управление продажами Страховой маркетинг

докладчик
Гордон Доусли, группа проекта TACIS

Доклад 6

Маркетинг – это наиболее важная функция

В любой компании

#1

Вы должны верить в свой продукт.

Воздействие на развитие



Крупные операции



Защита семьи



Стандарты безопасности

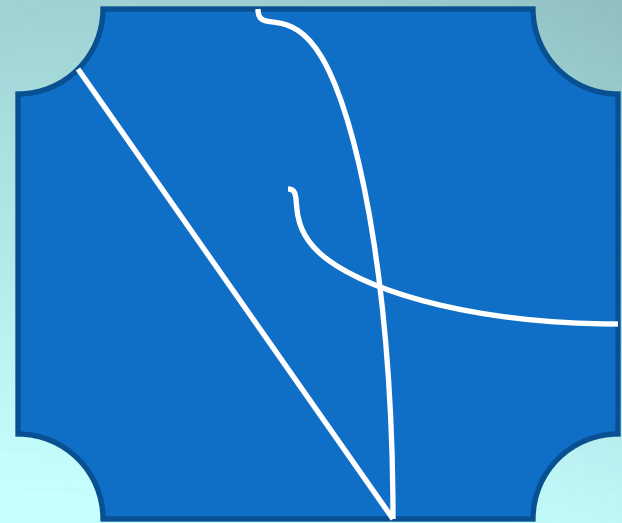


облигации

У страховых компаний есть моральная обязанность
продавать хорошие продукты

Благосостояние людей зависит от того, насколько
хорошо им служат продукты

- Цель маркетинга – не рядовой гражданин
- Разбить рынок на сегменты
- Рынок к среднему значению каждого сегмента



Неспособность сегментировать в других отраслях означают низкие продажи

В страховании

неспособность сегментировать

- Означает более высокие продажи (возможно)
- Означает анти-выбор
- Означает неспособность компании

Кол-во более ранних претензий	Новые претензии на 1000 автомобилей	Ежегодные средние затраты Группы на автомобиль для покрытия претензий
0	3.9	\$ 771
1	5.2	1,206
2	6.0	1,625
3	6.8	1,836
4	7.5	2,837
5	16.1	4,167

В страховании

То, как продается продукт, влияет на результаты

- Коэффициент претензий
- смертность
- расходы
- расторжения

В современной компании весь бизнес-план следует
маркетинговому плану на десять лет вперед



Стратегический план соотносит **результаты** службы продаж и **ресурсы** компании

продажи



Адекватность капитала
Способность
оплачивать
претензии
Ведение записей
Возможности IT
Обработка премий
Инвестиционная
политика

ПРОДАВАЙ,
ДОРОГОЙ,
ПРОДАВАЙ!

Разные офисы страхования

- филиал
- Долговое или промышленное страхование
- агентство
- брокер
- Генеральный агент
- Продавец для группы
- Консалтинговая фирма
- Прямое реагирование (включая интернет)
- Точки продаж

Компенсация продаж

- комиссии
- Комиссия, взимаемая до предоставления услуги
- бонус

- конвенции
- Признание
 - автомобили
 - полугодовые кампании
 - ежемесячные премии

- Маркетинг можно делать через другие каналы
- пример: похоронное бюро дает шоколадки для медсестер
- пример: страхование жизни через заправочные станции



Весь маркетинг зависит

От психологии

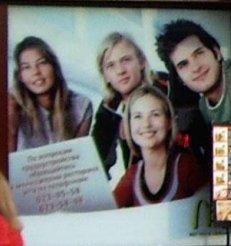


Чего хотят люди?

Макдоналдс приглашает на работу

- Социальные гарантии
- Бесплатное питание
- Профессиональный рост
- Гибкий график
- Работа в дружной команде

Попробуй себя!



МакЭкспресс

ЧИКЕН МАКНАГГЕТС



- Метод Райана для улучшения коэффициента проникновения в страховании жизни и здоровья
- Телефонная техника Райана



Подход к продаже
страхования жизни

Эмоциональный подход:
“Вы любите свою жену?”

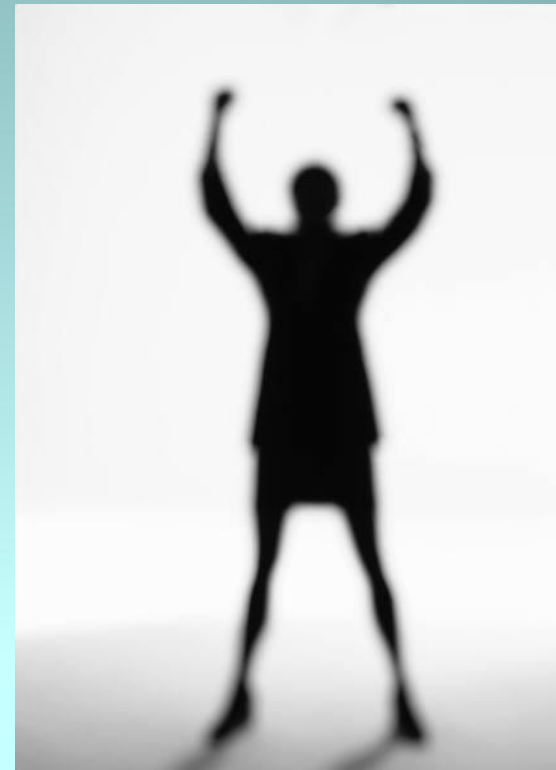


Экономический подход :
страхование заменяет доход

\$ = \$\$

Продвинутая продажа страхования жизни

- Замена потерянного дохода
- Ликвидность недвижимости
- Ключевой человек
- Соглашения о купле-продаже
- Пенсионный план



Мини-кейс:

Время обновить полис кредитного союза

субтитр:

Стив учится важности подготовки