

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO FORMATIVO

MÓDULO FORMATIVO	GESTIÓN DE LA CAPTACIÓN DE LA CLIENTELA EN LA ACTIVIDAD DE MEDIACIÓN DE SEGUROS Y REASEGUROS	Duración	30
Código	MF1795_3		
Familia profesional	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN		
Área profesional	Finanzas y seguros		
Certificado de profesionalidad	MEDIACIÓN DE SEGUROS Y REASEGUROS PRIVADOS Y ACTIVIDADES AUXILIARES	Nivel	2
Resto de formación para completar el certificado de profesionalidad	Gestión de las actividades de mediación de seguros	Duración	90
	Gestión de acciones comerciales de la actividad de la mediación		50
	Asesoramiento de productos y servicios de seguros y reaseguros (Transversal)		90
	Tramitación de la formalización y ejecución de seguro y reaseguro.		40
	Asistencia técnica en siniestros		50
	Dirección y gestión de auxiliares externos		30
	Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros(Transversal)		70
	Tratamiento de las quejas y reclamaciones de clientes de servicios financieros (Transversal)		50
	Sistema operativo, búsqueda de la información: Internet/Intranet y correo electrónico. (Transversal)		30
	Aplicaciones informáticas de tratamiento de textos. (Transversal)		30
	Aplicaciones informáticas de hojas de cálculo. (Transversal)		50
	Aplicaciones informáticas de bases de datos relacionales. (Transversal)		50
	Aplicaciones informáticas para presentaciones: gráficas de información. (Transversal)		30
Módulo de prácticas profesionales no laborales		40	

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Este módulo formativo se corresponde con la unidad de competencia: UC1795_2 Realizar las actuaciones de captación de clientela en las actividades de mediación.

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS
Capacidades y criterios de evaluación:

C1: Utilizar aplicaciones informáticas específicas en las operaciones de captación de clientela de la actividad de mediación de seguros y reaseguros, obteniendo, registrando y actualizando la información de clientes.

CE1.1 Identificar las funciones y los procedimientos fundamentales de las bases de datos necesarias para la obtención de información de clientes de la actividad de mediación de seguros y reaseguros, consultando, en su caso, los sistemas de ayuda.

CE1.2 Valorar y justificar la necesidad de aplicar los sistemas de protección y salvaguarda de la información en operaciones de captación de clientela de seguros describiendo las posibles consecuencias de la falta de aplicación.

CE1.3 Identificar adecuadamente las informaciones significativas de las consultas a las bases de datos adecuando su contenido a los objetivos comerciales de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.

CE1.4 A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado sobre captación de clientela en la actividad de mediación de seguros y reaseguros, y mediante la utilización de un programa informático de gestión comercial o CRM:

- Identificar los clientes potenciales derivados de la información proporcionada en la base de datos.
- Utilizar las funciones, procedimientos y utilidades elementales con precisión, almacenando o actualizando los datos proporcionados de clientes.

- Obtener el fichero de clientes a través de formularios sencillos, dados unos parámetros relacionados con clientes potenciales.
- Actualizar el fichero de clientes, en función de la información suministrada en el supuesto.
- Registrar en los campos correspondientes las reclamaciones y quejas indicadas en el supuesto, asignando el código correspondiente.
- Realizar copias de seguridad de la información introducida en la aplicación informática.

C2: Aplicar las técnicas de comunicación y marketing en las acciones de captación de clientela de seguros a través de los diferentes canales, atendiendo a criterios de calidad de servicio de atención al cliente.

CE2.1 Identificar el perfil y las características del cliente-tipo de los distintos tipos de seguros.

CE2.2 Explicar los distintos tipos de seguros, la clasificación legal de los contratos seguros y las distintas partes que integran la póliza del seguro.

CE2.3 Identificar los procedimientos de comunicación en las operaciones de captación de clientela de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.

CE2.4 Distinguir los canales de comunicación –visitas presenciales, teléfono, otros– para la captación de clientela de la actividad de mediación de seguros y reaseguros, explicando sus características, ventajas e inconvenientes de utilización.

CE2.5 Identificar las acciones de marketing directo, exponiendo los parámetros de calidad de servicio en los procedimientos de captación de clientes de seguros.

CE2.6 Identificar en el proceso de atención al cliente las fases relativas a la captación de clientela de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.

CE2.7 Diferenciar los tipos de motivaciones habituales del cliente ante la posibilidad de adquirir los diferentes tipos de productos y servicios ofrecidos en las actuaciones de captación de clientela de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.

CE2.8 En un supuesto simulado convenientemente caracterizado relacionados con información sobre un proceso de captación de clientes a través de entrevista directa, telefónica o telemática en la actividad de mediación de seguros y reaseguros:

- Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de seguros a través de los datos del supuesto, previamente a la entrevista.
- Realizar las preguntas oportunas para captar el interés del cliente y asegurarse de sus necesidades de seguros.
- Describir con claridad y brevedad, las características básicas del producto.
- Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades del cliente.
- Expresar en el trato con el cliente supuesto: Cortesía, respeto y discreción.
- Transmitir la información con claridad, de manera ordenada y precisa, de forma presencial, telefónica o telemática.
- Concertar con los clientes una futura visita o comunicación con un comercial o con el mediador para que le asesore específicamente sobre los seguros ofertados y le asista en la tramitación de la póliza.

CE2.9 En un supuesto práctico convenientemente caracterizado relacionados con información sobre un proceso de captación de clientes a través de mailing:

- Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de compra a través de los datos del supuesto, previamente a la preparación y envío del mailing.
- Redactar los mailing adecuados a cada tipo de seguro ofertado en función de los potenciales destinatarios, identificando con claridad y concreción los aspectos básicos de los productos y sus principales ventajas.
- Determinar el medio de contacto –telefónico, telemático o personal– con los comerciales o con el mediador para cerrar la operación.
- Establecer el medio envío –correo ordinario u electrónico– más adecuado a la tipología de clientes y de producto ofertado.

C3: Aplicar técnicas de entrega y recepción de documentación administrativa y de cobro relacionadas con la actividad de mediación de seguros y reaseguros utilizando los distintos canales de comunicación.

CE3.1 Distinguir los documentos utilizados habitualmente en la actividad de mediación de seguros y reaseguros relativos a la suscripción y actualización de las pólizas, especificando su función y elementos básicos.

CE3.2 Identificar los distintos medios de entrega y envío de la documentación propia de la actividad de mediación de seguros y reaseguros, determinando su coste y tiempo de envío.

CE3.3 Identificar los elementos significativos y relevantes para el registro de la documentación tanto recibida como expedida.

CE3.4 Identificar los requisitos básicos exigidos en el envío de correspondencia mediante correo convencional.

CE3.5 Describir las funciones y procedimientos básicos relativos a los medios telemáticos utilizados en la recepción, envío y archivo de la documentación.

CE3.6 En casos prácticos de simulación convenientemente caracterizados relacionados con comunicaciones escritas internas y/o externas en el ámbito de la actividad de mediación de seguros y reaseguros:

- Aplicar los medios, tarifas y procedimientos de envío en la correspondencia emitida al exterior.
- Operar adecuadamente con medios telemáticos –fax, correo electrónico, otros–, en su caso, para recepcionar, registrar, enviar y archivar comunicaciones escritas y correspondencia.
- Identificar con precisión el destinatario de la correspondencia, y los medios y procedimientos para su envío y recepción.
- Clasificar las comunicaciones en función de su emisor, receptor y asunto.
- Registrar y archivar adecuadamente de forma convencional comunicaciones y/o correspondencia.

CE3.7 Distinguir la función, los elementos y los requisitos básicos de los recibos de primas de seguros.

CE3.8 Describir la normativa básica que regula los procedimientos de cobro de recibos de primas de seguros.

CE3.9 Identificar las funciones básicas de las entidades financieras en relación con los procedimientos de cobro de recibos de primas de seguros.

CE3.10 En casos prácticos de simulación convenientemente caracterizados relacionados con documentación administrativa básica de operaciones de cobro de recibos de primas de seguros:

- Clasificar los recibos en función del procedimiento de cobro proporcionado en el supuesto.
- Organizar el cobro presencial de los recibos en función del domicilio de los clientes.
- Presentarse adecuadamente y exponer al cliente la finalidad de la visita, utilizando un lenguaje cortés y una actitud adecuada.
- Utilizar las aplicaciones de correo electrónico en la información y envío de la documentación relativa al cobro de las primas, identificando correctamente a los destinatarios y comprobando que la documentación a enviar es la adecuada.
- Aplicar los medios, tarifas y procedimientos de envío de recibos por correo postal, comprobando el destinatario y que la documentación a enviar le corresponde.
- Seleccionar, en función del procedimiento de cobro y de la información proporcionada en el supuesto, el medio de transferencia al mediador de los fondos recaudados.
- Elaborar estadillos de los recibos cobrados y no cobrados calculando el saldo resultante.
- Comprobar la correspondencia entre la información proporcionada en los recibos y el estadillo elaborado proponiendo, en su caso, las correcciones que procedan.
- Actualizar los archivos convencionales de los documentos proporcionados en el cobro de primas de seguros.
- Identificar la validez del dinero en efectivo.

Contenidos:

1. Técnicas de captación y relación con la clientela de seguros y reaseguros

- Técnicas de captación y contacto de clientes:
 - Estrategias proactivas y reactivas de contacto.
- El cliente de seguros:
 - Diferenciación del tomador, asegurado y beneficiario.
 - Tipología de clientes según productos o servicios a intermediar.
 - Personalidad y conducta.
 - Expectativas del cliente.
 - Perfiles comerciales del cliente de seguros.
 - La rentabilización del cliente.
- La preparación de la venta:
 - La búsqueda de candidatos: prospección y fuentes de información.
 - Utilización de aplicaciones de gestión de marketing relacional. Bases de datos. Funciones y procedimientos fundamentales. Sistemas de ayuda.
 - Sistemas de protección y salvaguarda de la información. Consecuencias de su falta de aplicación. Las copias de seguridad.
 - Programas informáticos específicos utilizados en gestión comercial.
 - Evaluación del candidato. Obtención de ficheros de clientes.
- La entrevista personal con el cliente:
 - Definición, estructura y objetivos de la entrevista.
 - Preparación o planificación de la entrevista de venta.
 - El análisis de necesidades. Cómo preguntar.
 - La presentación inicial del producto y el uso de argumentos.
 - Planteamiento de la entrevista en función de la actitud del cliente.
 - Preparación de entrevistas para la captación de clientes en función del canal de comunicación elegido: presencial, telefónica o telemática.
 - Las objeciones: cómo identificarlas, tratarlas y rebatirlas con éxito.
 - El cierre de la venta: sus técnicas.
 - La finalización de la entrevista. La despedida.
 - El control o seguimiento de los resultados de la acción de venta.
 - Futura comunicación. Asesoramiento y asistencia en la tramitación de posible póliza.
 - Plan de acción individual.
- El vendedor de seguros:
 - Actitudes y aptitudes del vendedor.
 - La venta de seguros como profesión.
- El vendedor de seguros como comunicador.
- Técnicas de comunicación, habilidades sociales y protocolo en las relaciones con clientes de seguros.
 - La comunicación empática: cortesía, respeto y discreción.
 - La asertividad y la comunicación no verbal.
 - Barreras en la comunicación.
 - El uso del teléfono: La entrevista telefónica: estructura. Emisión y recepción de llamadas. Utilidades de nuevos dispositivos.
 - El apoyo en cartas previas. Comunicaciones escritas.

- Criterios de calidad en la atención al cliente de seguros:
 - Seguimiento del cliente.
 - La atención al cliente.
 - La calidad de servicio.
- 2. Documentos utilizados en la actividad de mediación para suscripción y actualización de pólizas
- Función y elementos básicos:
 - Solicitud-Propuesta-Cuestionario (presenciales, telefónicas, e-mail, fax).
 - Condiciones generales.
 - Condiciones particulares.
 - Condiciones especiales.

2. Documentos utilizados en la actividad de mediación para suscripción y actualización de pólizas

- Función y elementos básicos:
 - Solicitud-Propuesta-Cuestionario (presenciales, telefónicas, e-mail, fax).
 - Condiciones generales.
 - Condiciones particulares.
 - Condiciones especiales.
 - Suplementos o apéndices (modificaciones, ampliaciones, reducciones, suspensiones...).
 - Boletín de adhesión y certificado individual.
 - Cartas de garantías.
- Medios de entrega y envío de documentación:
 - Procedimientos de recepción, registro, envío y archivo de documentación.
 - Coste (tarifas) y tiempo de envío.
- La captación de clientes de seguros a través de «mailing»:
 - Elaboración (redacción).
 - Medios de envío (telefónico, telemático, correo ordinario, electrónico).
 - Medios más idóneos para contactar con los mediadores para cerrar la operación.
- Tipos de registro de la documentación recibida y expedida:
 - Correo convencional. Requisitos básicos exigidos. Soportes, franqueo, tipos de envíos (ordinario, certificado, acuses de recibo).
 - Medios telemáticos (fax, correo electrónico).
- Medidas de seguridad aplicables en el tratamiento de la documentación.

3. Gestión básica del cobro de seguros

- Procedimientos de cobro de primas de seguros.
 - El ciclo de la gestión de cobro de recibos de primas de seguros mediante domiciliación bancaria. Función de las entidades financieras.
 - Utilización de aplicaciones informáticas de gestión básicas de cobros de primas de seguros.
 - Identificación de la validez del dinero en efectivo.
 - Elaboración de estadillos de recibos cobrados, pendientes de cobro, devueltos, impagados.
 - Comunicación a la entidad aseguradora de los cobros y cobros pendientes realizados.
- El recibo del seguro:
 - Elementos que conforman el recibo del seguro.
 - Importes que componen el recibo: prima neta, tributos, recargos internos, recargos externos, Consorcio e importe total.
 - Motivos por los que puede verse modificado el recibo de un cliente: capitales (aumento o disminución), cambio de coberturas (ampliaciones o reducciones), revalorización automática (IPC u otro índice), siniestralidad, bonificaciones, descuentos de la entidad (multicontrataciones, campañas comerciales, otros).
- Formas, tiempo y lugar de pago.

Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:
- Estar en posesión del título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 2.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 1 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado medio o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado medio
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años

- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad.