

# ***MODULO 2***

## ***TRES FUENTES DE PROSPECCION***

1. Referidos
2. Mercado Objetivo
3. Prospección como Estilo de vida



# *PROSPECCION*

---

- Es un proceso sistemático para la identificación de clientes potenciales
- Prospecto es un cliente potencial.

## *PROSPECCION (Continúa)*

---

- Prospectar es sembrar ... quién siembra, ¡Cosecha!
- A mayor números de prospectos visitados ,  
mayores ventas

# *PROSPECCION(Continúa)*

---

## PROPÓSITO

Proporcionar un proceso s sistemático para la identificación de clientes potenciales, que permita aumentar número de citas y cumplir con las Metas de ventas.

# *PROSPECCION (Continúa)*

---

## PRODUCTOS

- Lista de prospectos con PAN
- Conocimientos de características de los prospectos
- Prioridades
- Plan de entrevistas

# *PROCESO DE PROSPECCION*

---

- 1 Has tu inventario de Prospectos**
- 2 Identifica a los del PAN: Poder Adquisitivo y Necesidad del producto**
- 3 SIP: Selecciona e Investiga a tus Prospectos**
- 4 Concierta una Cita**

# *FUENTES DE PROSPECCION*

---

¿Cómo vamos a conseguir los nombres para poder llegar con una lista de prospectos a cada Maratón semanal de llamadas?

- Referidos
- Directorios
- Revistas y Periódicos
- Listado d clientes que están en el "limbo" de la Empresa

# 1.- REFERIDOS

---

- En los primeros años el vendedor distribuye su tiempo:

*75% prospectando y 25% vendiendo - LIMRA*

- Con la experiencia estos %'s se invierten  
Porque la clientela crece, se producen ventas repetidas en una misma familia y se ha generado un hábito y sistema de referidos.



## *EJERCICIOS 2.2*

---

- ¿Qué ventajas le ven a utilizar referidos para incrementar su cartera de clientes?

---

---

---

---

## *REFERIDOS (Continúa)*

---

STANDARD:

3 REFERIDOS POR CITA, SE

CIERRE O NO LA VENTA

## 2. *MERCADO OBJETIVO*

---

- El C.F. aumentará su eficacia , si se dirige a un mercado específico en vez de pretender vender a "diestra y siniestra",
- Lo anterior se logra, segmentando el Mercado y estudiando sus características, para utilizar la estrategia adecuada de venta.

## 2. MERCADO OBJETIVO (Continúa)

---

- La segmentación del Mercado, permite concentrarse en aquellos grupos de clientes con los que es más sencillo cerrar ventas.

### 3. PROSPECCION COMO UN ESTILO DE VIDA

---

Es el modo más eficiente, fácil y rápido de prospectar. Consiste en "*mantener los ojos*" muy abiertos".

Ser agente de seguros no es un trabajo de 8 a 6 es un estilo de vida.

Toda persona con la que nos relacionamos diariamente es un prospecto

No hay reglas, no hay horario, solo oportunidades.

Acompañamiento por el TL