

A photograph of three business professionals (two women and one man) sitting around a table in a modern office setting, reviewing documents. The scene is brightly lit with large windows in the background. The text is overlaid on the image.

Arquetipos *Interlocutores*
en Empresas

Arquetipos Interlocutores en Empresas

¿Qué es un arquetipo de Interlocutor?

Es una herramienta que permite comprender a fondo el perfil de nuestro interlocutor en una empresa.

¿Para qué sirve?

Para alinear y afinar la conversación basada en la asesoría de riesgos a realizar en la Conversación 2.0; logrando experiencias más eficientes, que respondan a sus diferentes tipos de interlocutores.

¿Cómo se definieron?

A partir de la experiencia comercial de Directores y Líderes de Seguros Bolívar, así como la experiencia internacional de Overlap.

- **Se definieron 2 dimensiones a evaluar para determinar el arquetipo del interlocutor:** Nivel de decisión: Se evalúa si la persona toma la decisión o influye en la toma de la misma.
- **Motivación:** Se evalúa si es una persona motivada hacia los seguros o, por le contrario, se siente más obligada a la compra de seguros.

Arquetipos Interlocutores en Empresas

Cuatro historias, **Cuatro arquetipos...**

Motivación
de asegurar

Margarita

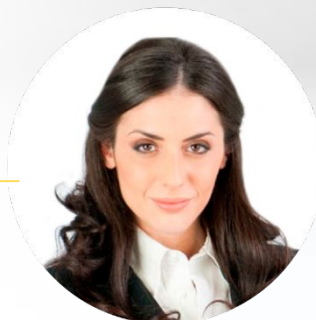


Pedro



Influye

Milena



Decide

Adolfo





PEDRO

Decisor motivado hacia los seguros

Sabe de la importancia de los seguros para su negocio, tiene en sus manos el poder de decisión. Suele ser un perfil con el que se puede avanzar rápidamente hacia el cierre de la venta.



45 años



Desarrollo inicial de competencias digitales



Comunicación directa, poco técnica



Tiene conocimientos del mundo de seguros

Seguros

- Considera que los seguros son una buena inversión para su negocio.
- Espera contar con todos los seguros en una misma compañía, priorizando aquella que lo proteja en su principal riesgo.
- Busca un producto/servicio con una buena relación costo/beneficio.
- Conoce y es sensible a los riesgos a los que su empresa está expuesta.

Oferta de valor esperada

- Desea una oferta integral, acorde a sus necesidades.
- Gran cobertura a bajo costos.
- Que la oferta esté ajustada con sus antecedentes y se tenga en cuenta eventos vividos.
- Que se utilice durante la validez de la póliza.

Expectativa hacia la aseguradora



Servicio

- Busca una oferta de fidelización.
- Un servicio que se caracterice por su inmediatez y simplicidad.
- Espera un trato personalizado y acompañamiento con la oferta de valor ofrecida.
- Desea recibir un servicio oportuno ante los riesgos a los que está expuesto.

Tipo de comprador

Influye  Decide

Motivación  hacia los seguros  Obligación hacia los seguros

Sensibilidad ante el riesgo





ADOLFO

Seguros

- Pide cotizaciones para comparar precios y beneficios, buscando al mejor postor.
- Desconfía de los servicios prestados por las compañías aseguradoras.
- Se le puede crear necesidades de aseguramiento
- Conoce los riesgos a los que está expuesto.
- Piensa que los seguros no cubren lo que prometen. Desconfía de la "letra menuda".
- Sabe que son necesarios, pero conoce casos en los que no han sido cubiertos por el seguro.

Servicio

- La permanencia depende directamente del servicio recibido.
- Espera una respuesta oportuna frente a un evento.
- Desea un acompañamiento constante.
- Servicio rápido, sin papeleos y con formas de pago variadas y asequibles.

Decisor obligado hacia los seguros

Tiene el poder de la decisión de aseguramiento en la empresa para la que trabaja, pero su aproximación hacia el mundo de los seguros es más por obligación que por convencimiento.



40 a 50 años



Desarrollo inicial de competencias digitales



Comunicación directa, basada en beneficios

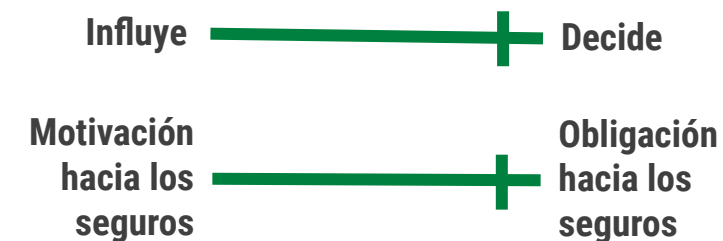


Tiene conocimientos del mundo de seguros

Oferta de valor esperada

- Desea una oferta integral, acorde a sus necesidades.
- Busca precios económicos pero que incluyan un servicio completo.
- Busca beneficios que aporten valor y que aumenten el engagement de sus trabajadores.

Tipo de comprador



Expectativa hacia la aseguradora



Sensibilidad ante el riesgo





MARGARITA

Influyente motivada hacia los seguros

Tiene influencia en la toma de decisiones frente a los seguros, por lo que le interesa recomendar una compañía confiable. Es consciente de la necesidad de los seguros y conoce los riesgos a los que la compañía está expuesta.



30 años a más



Tiene competencias digitales desarrolladas



Comunicación estructurada, con preferencia en el entorno virtual



Tiene conocimientos del mundo de seguros y sus riesgos

Seguros

- Considera que los seguros son necesarios, es consciente de su importancia y conoce sus riesgos.
- Ha tenido buenas experiencias con los seguros en el pasado.
- Investiga y realiza comparaciones por internet y sabe aspectos técnicos de los productos.
- Sabe que son la mejor alternativa para transferir el riesgo.

Oferta de valor esperada

- Desea una oferta de valor que llene las expectativas de los decisores.
- No le importa tener seguros en diferentes compañías, siempre va a escoger la mejor opción a recomendar.
- Sabe que el servicio de calidad tiene un costo asociado, pero está dispuesta a apostar por una buena oferta de valor, sin que esto signifique pagar de más.

Expectativa hacia la aseguradora



Servicio

- Requiere una compañía que le genere confianza y tranquilidad.
- Espera la mejor experiencia, ya que ella recomendará la compra de los productos.
- Requiere respuesta inmediata, personalizada y con un trato humano.
- Desea puntos de contacto continuos para seguimiento, asesoramiento y acompañamiento.
- Tiene expectativas altas del servicio a recibir.

Tipo de comprador

Influye  Decide

Motivación hacia los seguros  Obligación hacia los seguros

Sensibilidad ante el riesgo





MILENA

Influente obligada hacia los seguros

Sabe de su influencia en la toma de decisiones. No tiene una gran motivación hacia su aproximación al mundo de los seguros, por lo que requiere procesos simples, fáciles, que no le generen mucho trabajo y económicos.



35 - 45 años



Desarrollo medio de competencias digitales



Comunicación directa, pero con mucho tacto



Tiene conocimientos básicos de seguros

Seguros

- Siente que son un gasto, más que una inversión.
- Piensa que son innecesarios porque nunca pasa nada.
- Busca que sacarle el máximo provecho posible a los servicios por los que paga. Tiene otras prioridades y compra los seguros solo por obligación.
- Visualiza que todas las empresas ofrecen lo mismo, por lo que busca siempre el menor precio.
- Son indecisas para tomar decisiones

Oferta de valor esperada

- Desea la más económica.
- Busca que cubrir sus necesidades básicas.
- Busca mucho detalle en las ofertas, para saber bien qué es lo que está recomendando y a fin de cuentas, comprando.
- Busca formas de pago ajustables.

Expectativa hacia la aseguradora



Servicio

- Espera un trato amable y efectivo.
- Busca el menor relacionamiento posible, pero cuando necesite contactar, espera agilidad en la atención.
- Que los procesos sean fáciles, sin papeleos y que se cumpla lo que se promete.
- Sencillez en la suscripción y en la indemnización.

Tipo de comprador

Influye  **Decide**

Motivación hacia los seguros  **Obligación hacia los seguros**

Sensibilidad ante el riesgo

