

Argumentario 1ra llamada



La primera llamada a un cliente es la que nos permitirá, de ser el interlocutor deseado, llegar a concretar una cita para presentar nuestra oferta de valor.

El presente argumentario muestra la estructura a seguir durante dicha llamada. Además, se encontrarán los tips/consejos a tomar en cuenta para tener éxito en este primer contacto.

La **1ra llamada** podría darse uno de los siguientes tres escenarios:

- 1. Es un referido e interlocutor correcto:** Este escenario se presenta cuando nos comunicamos con una persona que nos han referido o que conocimos en algún evento. Además, es el interlocutor idóneo dentro de la empresa para poder realizar la venta de nuestra solución.
- 2. No es un referido, pero es el interlocutor correcto:** Este escenario se presenta cuando, a través de la prospección, llegamos al contacto correcto dentro de una empresa, pero no es ni referido ni conocido. Este escenario lo llamaremos: "Llamada en frío".
- 3. No es el interlocutor correcto:** Este escenario se presente cuando logramos comunicarnos con una persona dentro de una empresa, pero no es la persona/interlocutor idóneo para presentar nuestra oferta de valor y necesitamos que nos refiera a otro contacto o a la persona correcta dentro de la organización.

Tips a tener en cuenta:

Actividades Previas

- * Realizar la investigación previa de la compañía y diligenciar la herramienta Matriz de Riesgos. Mapeando los riesgos a los que podría estar expuesto acorde a su cadena de abastecimiento.
- * Tener a la mano la Matriz de Riesgos para poder dar uno o dos tips que le permita exponer su conocimiento de la empresa.

También puedes revisar el manejo de objeciones recurrentes durante esta primera llamada:

Manejo de objeciones recurrentes

Referidos e interlocutor deseado

Momento

Preguntas - argumentos

Tips a tener en cuenta

Contexto del contacto

(cómo llegamos a ti, de dónde nos conocemos o quién te refirió, información previa obtenida del cliente)

Me presento y saludo

Si fuese referido

Estamos llamando en nombre de (persona referidora) con quien tenemos un vínculo de negocio

¿Ud se acuerda de él, qué vínculos tiene ud con el referidor?

Si fuese contacto de un evento

Nos conocimos en un evento o fiesta

- Saludar con el nombre completo de la persona
- Saludar de forma amable
- Utilizar un tono de voz agradable

Demostración del conocimiento previo de la empresa cliente

(tipo de actividad, cadena de abastecimiento, cadena de valor, estadísticas y/o probabilidades frente al riesgo)

El motivo de mi llamada es poder brindarle una asesoría integral de protección acorde con su línea de negocio y cadena de abastecimiento.

Tengo conocimiento de su actividad pero me gustaría conocer más a profundidad cómo es el desarrollo integral de su empresa. Tengo herramientas que le pueden ayudar.

Sabía que la mayoría de las empresas dedicadas a su sector, tienen un XX% de probabilidad de estar expuesta a X riesgo.

- Estar bien preparado sobre el sector en general
- Mencionar algunos tipos de riesgo que puede tener la actividad para demostrar conocimiento"

Experiencia previa con SB

(GH pregunta obligatoria. Directores de ventas asegurar en el acompañamiento a sus intermediarios en clientes pareto)

¿Conoce la compañía de SB?

¿Ha tenido alguna experiencia con nosotros?

- Si no lo conoce, mencionar las principales características del grupo empresarial: Tamaño, empresas del grupo, solidez, tiempo en el mercado.
- Nunca comprometerse a solucionar ningún problema que haya tenido con SB. Solo comentar que lo va a escalar.

Cierre de la cita

¿Cuándo le parece conveniente que podamos concretar una cita presencial o virtual como mejor se acomode a sus compromisos?

¿Le parece mañana miércoles a las 8 am o el jueves a las 3 pm?

- Siempre debemos dar las opciones para la cita tanto el día como la hora
- Buscar que brindar dos opciones, una por la mañana y otra por la tarde.
- Generalmente las citas se dan al inicio o al final de la jornada.

Categorización del arquetipo

- Estar atento al nivel de interés demostrado en la conversación.
- Si tiene comentarios negativos es probable que no se sienta muy motivado hacia los seguros.
- Si muestra conocimiento de los riesgos, podemos intuir si es la persona que toma las decisiones.

No es referido pero es el interlocutor deseado

Momento

Preguntas - argumentos

Tips a tener en cuenta

Contexto del contacto

(cómo llegamos a ti, de dónde nos conocemos o quién te refirió, información previa obtenida del cliente)

Hola, estamos realizando una campaña exclusiva para los negocios más representativos de la zona, con el objetivo de darles a conocer un plan de beneficios que se ajusta a las necesidades actuales de su empresa.

- Tener claro cómo responder "de donde sacó la información" siendo honestos: Prospección virtual, visitas a sectores en frío, eventos y conferencia.

- Si pregunta "de dónde sacó la información", podemos hacer referencia a la cadena de abastecimiento. De esta manera nos podemos posicionar como expertos en el tema de seguros en el sector.

Demostración del conocimiento previo de la empresa cliente

(tipo de actividad, cadena de abastecimiento, cadena de valor, estadísticas y/o probabilidades frente al riesgo)

En su sector económico XXXX existen riesgos a los que usted tiene gran exposición y a través de nuestro plan de beneficios queremos contarle como protegerse frente a este tipo de situaciones.

- Utilizar la matriz de riesgo de cada una de las actividades.

Desde SB, con nuestro equipo de ingeniería riesgos, sabemos que las empresas de su sector están expuestas a determinados riesgos (mencionar algunos), los cuáles me gustaría discutirlos con Ud. y contarle cómo podemos apoyarlo.

Experiencia previa con SB

(GH pregunta obligatoria. Directores de ventas asegurar en el acompañamiento a sus intermediarios en clientes pareto)

¿Conoce la compañía de SB?

- Si no lo conoce, mencionar las principales características del grupo empresarial: Tamaño, empresas del grupo, solidez, tiempo en el mercado.

¿Ha tenido alguna experiencia con nosotros?

- Nunca comprometerse a solucionar ningún problema que haya tenido con SB. Solo comentar que lo va a escalar.

Cierre de la cita

¿Cuándo le parece conveniente que podamos concretar una cita presencial o virtual como mejor se acomode a sus compromisos?

- Siempre debemos dar las opciones para la cita tanto el día como la hora

- Buscar que brindar dos opciones, una por la mañana y otra por la tarde.

¿Le parece mañana miercoles a las 8 am o el jueves a las 3 pm?

- Generalmente las citas se dan al inicio o al final de la jornada.

Categorización del arquetipo

- Estar atento al nivel de interés demostrado en la conversación.

- Si tiene comentarios negativos es probable que no se sienta muy motivado hacia los seguros.

- Si muestra conocimiento de los riesgos, podemos intuir si es la persona que toma las decisiones.

No es el **interlocutor deseado**

Momento

Preguntas - argumentos

Tips a tener en cuenta

Presentación

Presentarse por su nombre y de dónde llama.

Preguntar por la persona responsable de ver el tema de seguros en la compañía.

Rompiendo barreras

Si hubiese alguna objeción para darnos el contacto adecuado, necesitamos generar confianza:

Mire, desde SB, con nuestro equipo de ingeniería riesgos, sabemos que las empresas de su sector están expuestas a determinados riesgos (mencionar algunos), los cuáles me gustaría discutirlos con esta persona y contarle cómo podemos apoyarlo.

- Utilizar la matriz de riesgo de cada una de las actividades.

Agradecimiento final

Si nos refiere a la persona:

Muchas gracias por su apoyo.

Si no nos refiere a la persona:

Le agradezco de todas maneras el tiempo brindado.

- Podemos pedir el nombre, teléfono y correo corporativo de la persona a contactar.

Objeciones 1ra llamada

Objeciones

Tips para manejo de la objeción

No conozco a esa persona

Darle referencias de la persona que lo ha referido para buscar la recordación.

No me acuerdo de Ud.

Darle referencias del evento en donde lo conoció.

Sí, tuve experiencia (con SB) y fue caótica

Permítanos y nos reinvidicamos con Ud. para que conozca nuestra nueva oferta de valor, estamos en constante evolución para estar centrados en nuestros clientes.

Gracias pero no estoy interesado, tengo mi asesor de Bolívar

Perfecto. Muchas gracias

Gracias pero no estoy interesado, tengo mi asesor en otra compañía

Perfecto. Permítame una pregunta: ¿qué es lo que más valora y lo conecta con su compañía actual? ¿qué oportunidades de mejora podría tener frente a la atención recibida?

Permítame mostrarle nuestra oferta de valor con un asesoramiento integral de lo que tiene actualmente y la oportunidad que le podemos ofrecer desde Bolívar

Gracias, pero no tengo tiempo para atenderlo

"No se preocupe. ¿Le parece si le devuelvo la llamada XXXX día a XXXX hora?"

No me interesa...

Entiendo que no le interese algo que no conoce, permítame entonces y le expongo un ejemplo: (plantear un ejemplo de siniestro en el sector). No quisiera que Ud. quede expuesto a algo parecido. ¿Qué le parece?

No cuento con capacidad de inversión en este momento...

"Comprendo. Sólo déjeme hacer un apunte. ¿Sabe lo que significa que Ud. se vea afectado por un siniestro? Le cuento una experiencia: (plantear un ejemplo de siniestro en el sector). No quisiera que Ud. quede expuesto a algo parecido. ¿Qué le parece?"

Tengo otras prioridades en este momento

"Comprendo. Sólo déjeme hacer un apunte. ¿Sabe lo que significa que Ud. se vea afectado por un siniestro? Le cuento una experiencia: (plantear un ejemplo de siniestro en el sector). No quisiera que Ud. quede expuesto a algo parecido. ¿Qué le parece?"