

## Referidos

### ¿Qué es?

Personas que son referidas por clientes.

### ¿Cómo lo puedes utilizar?

Los referidos los puedes obtener de 2 maneras:

- Al finalizar una reunión/contacto, le puedes solicitar a tu cliente que te brinde los datos de contactos de conocidos que sepa que pueden estar interesados en tus servicios.
- Si has conocido a tu cliente, sabrás que en función del arquetipo puede pertenecer a grupos, agremiaciones, clubes, etc. Conocer estos grupos te permitirá abordar de manera directa a prospectos similares a tu cliente. De igual forma puedes solicitarle que te refiera personas de estos grupos o familiares que puedan necesitar de tu asesoría.

### ¿Qué datos necesitas?

De un referido, necesitas mínimo:

- Nombre
- Teléfono o email de contacto
- Información que te permita entender si es un prospecto con capacidad de inversión en seguros. Guíate por las preguntas de la ficha técnica de conversación comercial. Mientras solicitas el referido puedes hacer preguntas como las siguientes, para que de manera hábil puedas obtener información del referido que te permita dar inicio al perfilamiento:
- ¿Me podría mencionar de dónde conoce a esta persona? ¿Trabajo, club, universidad?
- ¿Cuáles cree que son las prioridades de protección del patrimonio de esta persona?
- ¿Me podría mencionar si a esta persona, como a usted, le interesa xxxxx? (hobbie, deporte, mascotas)

# Fuentes de Datos de Contactos:

## Redes Sociales

### REDES SOCIALES

Recuerde que esta herramienta le permitirá perfilar su prospecto y orientar sus preguntas, para las diferentes fases.

#### GENERALES

¿Quién lo utiliza?

¿Qué es?

¿Para qué sirve?

Información para la detección de necesidades

En las diferentes etapas, le será útil para definir:

Frecuencia de búsqueda y actualización



Red social profesional orientada a relaciones comerciales y profesionales.

Red social orientada para poder mantener en contacto a personas del mundo.

Red social que permite tomar fotografías, modificarlas con efectos especiales, para luego compartirlas en redes sociales como Facebook, Twitter, Flickr o la propia Instagram.

Prospecto o cliente:  
 • Le permitirá localizar a profesionales de un campo en particular  
 • Conseguir contacto directos con los líderes y referentes de las diferentes industrias.

• Localizar personas de su potencial de interés.  
 • Compartir contenido, enviar y recibir mensajes, hacer contactos, realizar búsquedas, anunciar sus productos/-servicios, etc.

• Localizar personas de su potencial de interés.  
 • Encontrar emprendimientos locales/globales.  
 • Generar espacios de aprendizaje por medio de videos/tutoriales

Consultor SB: Posicionar su marca personal y sus productos y/o servicios, a partir de las redes corporativas. Recuerde que el uso de estas plataformas deberá ser bajo las políticas establecidas por la compañía y con la información aprobada en el portal de apoyo comercial.

Profesional: Educación y laboral

Estilo de vida (Familia, viajes, patrimonio) Grupos de Interés e Influencia

Estilo de vida (Viajes, Hobbies, conciencia de consumo) Grupos de Interés e Influencia

Según el perfil profesional:  
 • En que empresa trabaja, Antigüedad  
 • Ocupación y cargo  
 • Estabilidad Laboral (antigüedad e histórico)  
 • Nivel de educación  
 • Grupos de interés: según su red de contactos y contenido que comparta o genere.  
 • Identifique plataformas y/o aplicaciones especializadas que puedan estar conectadas socialmente. (Ejemplo: portales de empleo, revistas especializadas, comunidades, app de estudios, entre otras.)

Según el contenido que comparta su prospecto /cliente:  
 • Identificar a que grupos de interés pertenece y participa.  
 • Eventos importantes (ferias, congresos, foros, maratones, etc)  
 • Tener frecuencia de momentos y fechas especiales (cumpleaños, aniversarios empresas, etc)  
 • Trazabilidad de contactos en común  
 • Identifique plataformas y/o aplicaciones especializadas que puedan estar conectadas socialmente. (Ejemplo: Deporte: Strava, Bienestar: Meditopia.)

Según el contenido que comparta su prospecto/cliente:  
 • Identificar a qué grupos de interés pertenece y participa.  
 • Que tipo de contenido comparte y consume (tipo de comunicación)  
 • Trazabilidad de contactos en común

• La información allí contenida es estable y con un alto nivel de actualización; lo que le permitirá efectividad en su búsqueda.  
 • Herramienta de uso permanente

Por defecto estas redes sociales, tienen una frecuencia de una hora, para la actualización del flujo de actividades; en ese orden esta herramienta podrá brindarle información actualizada en todo momento, lo que le ayudará a perfilar su prospecto ó cliente en los diferentes momentos de contacto.