

ПМ .01.Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям), в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВД) **Реализация различных технологий розничных продаж в страховании** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Реализовывать технологии агентских продаж.

ПК 1.2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.

ПК 1.3. Реализовывать технологии банковских продаж.

ПК 1.4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж.

ПК 1.5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж.

ПК 1.6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах.

ПК 1.7. Реализовывать директ-маркетинг как технологию прямых продаж.

ПК 1.8. Реализовывать технологии телефонных продаж.

ПК 1.9. Реализовывать технологии интернет-маркетинга в розничных продажах.

ПК 1.10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, в программах подготовки и переподготовки работников в области страхования.

1.2 Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

Базовая часть

иметь практический опыт:

- реализации различных технологий розничных продаж в страховании;

уметь:

- рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов;
- разрабатывать агентский план продаж;
- проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов;
- разрабатывать системы стимулирования агентов;
- рассчитывать комиссионное вознаграждение;
- осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них;
- создавать базы по данным с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней;
- проводить переговоры по развитию банковского страхования;
- выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты;
- обучать сотрудников банка информации о страховых продуктах, распространяемых через банковскую систему;
- разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками;
- оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества;

- составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
- проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точек продаж;
- выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка;
- осуществлять продажи страховых продуктов и их поддержку;
- реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность;
- подготавливать письменное обращение к клиенту;
- вести телефонные переговоры с клиентами;
- осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;
- организовывать работу контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы;
- осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования;
- организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании;
- обновлять данные и технологии интернет-магазинов;
- контролировать эффективность использования интернет-магазина;

знать:

- способы планирования развития агентской сети в страховой компании;
- порядок расчета производительности агентов;
- этику взаимоотношений между руководителями и подчиненными;
- понятия первичной и полной адаптации агентов в страховой компании;
- принципы управления агентской сетью и планирования деятельности агента;
- модели выплаты комиссионного вознаграждения;
- способы привлечения брокеров;
- нормативную базу страховой компании по работе с брокерами;
- понятие банковского страхования;
- формы банковских продаж;
- агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет;
- сетевых посредников:
- автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы;
- порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников;
- теоретические основы разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
- маркетинговый анализ открытия точки продаж;
- научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании;
- содержание технологии продажи полисов на рабочих местах;
- модели реализации технологии директ-маркетинга: собственную и аутсорсинговую;
- теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов;
- способы создания системы обратной связи с клиентом;
- психологию и этику телефонных переговоров;
- предназначение, состав и организацию работы с базой данных клиентов, ИТ-обеспечение и требования к персоналу контакт-центра страховой компании;
- особенности управления персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности;
- продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам;
- аутсорсинг контакт-центра;
- способы комбинирования директ-маркетинга и телефонных продаж;

- принципы создания организационной структуры персональных продаж;
- теоретические основы организации качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги;
- факторы роста интернет-продаж в страховании;
- интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж;
- требования к страховым интернет-продуктам;
- принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.

Вариативная часть

Страховой продукт: сущность и особенности разработки и реализации.

иметь практический опыт:

- рассчитывать комиссионное вознаграждение.

уметь:

- рассчитывать производительность агентов;

знать:

- способов планирования развития агентской сети;

Сущность, функции и роль страхового брокера как посредника страховой организации.

иметь практический опыт:

- ведение деловых встреч.

уметь:

- привлечения брокеров;

знать:

- нормативной базы страховой компании по работе с брокерами.

Понятие, организация и структура агентской сети страховой организации

иметь практический опыт:

- анкетирования;
- опрос по телефону;
- знакомить клиентов с информационными буклетами страховщика.

уметь:

- формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации страховщика;
- выявлять потребности клиентов;

знать:

- форм банковских продаж;

Технология прямых офисных продаж страховых продуктов

иметь практический опыт:

- работы с информационными стендами страховщика и современными средствами техники.

уметь:

- информировать клиента о новых страховых продуктах и услугах с использованием современных средств техники;

знать:

- теоретических основ разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж;

Технология продаж полисов на рабочих местах

иметь практический опыт:

- проводить маркетинговый анализ открытия точки продаж.

уметь:

- проводить мониторинг информации о страховых продуктах и услугах;
- анализ информации о страховом рынке;
- анализ отечественного и зарубежного опыта продаж страховых продуктов и услуг;

знать:

- научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании;

Директ-маркетинг страховых продуктов**иметь практический опыт:**

- создания системы обратной связи с клиентом.

уметь:

- создавать базу данных потенциальных и существующих клиентов;

знать:

- моделей реализации технологии директ-маркетинга: собственную и аутсорсинговую.

Технология прямых продаж через контакт-центр**знания:**

- специфики и этики телефонных переговоров.

умения:

- работы с базой данных клиентов;

практический опыт:

- продаж страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам;

Структура и организация работы интернет-магазина страховой организации.**Интернет-магазин как эффективная технология продажи страховых продуктов****знания:**

- факторы роста интернет-продаж в страховании;

умения:

- работать с автоматизированными калькуляторами для расчета стоимости страхового продукта;

практический опыт:

- реализации страховых продуктов по технологии интернет-маркетинга

Понятие, сущность и классификация страховых посредников.**Технология управления ключевыми клиентами****знания:**

- теоретических основы организации качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги.

умения:

- владение техникой общения во время персональных продаж;

практический опыт:

- личный контакт с клиентом;
- беседа по телефону.