Un día en la vida del agente

¿Qué podemos hacer para cambiarle la vida?

MetLife

Marzo 2018

	Prospección **Planeación**	Prospección **Consulta de cartera**	Prospección **Negociar acceso a centros de trabajo**	Venta **Acercamiento**	Venta **Cotización**	Venta **Llenado de formularios**	Postventa **Cierre de venta**	Postventa **Trabajo administrativo**	Postventa **Entrega a la promotoría**	Validación, suscripción y emisión **Validar y autorizar**	Validación, suscripción y emisión **Captura e impresión**
Objetivos	• Programar las visitas y actividades para cubrir el mayor número de clientes en el menor tiempo posible a fin de cumplir las metas de venta planteadas por la promotoría.	• Evaluar e identificar oportunidades de venta con clientes ya tengan contratado el seguro MET99.	• Se involucra Metlife, promotoría y agente.	• Generar un clima de confianza para que los clientes eliijan al vendedor por encima de otros de Metlife o de otras compañías.	• Generar la sensación al cliente de que su seguro está personalizado de acuerdo con sus necesidades para concretar una inclusión o incremento con el monto más alto.	• Concretar la venta del seguro de vida formalizando la solicitud del mismo.	• Afianzar el compromiso del cliente y recompensar su preferencia.	• Preparar la documentación para que sea aceptada y se haga el cobro.	• Capturar la solicitud para que proceda su validación.	• Asegurarse de que la información que proporciona el cliente y que el agente captura, es válida y confiable. • Asegurarse de que el cliente es candidato a ser asegurado por el monto	• Estatus de la póliza. • El agente tiene que volver a la promotoría a por la póliza.
Actividades clave	• Llamar a los clientes y concretar una cita. • Recopilar y segmentar por municipio o dependencia. • Planear la estrategia de entrada a una dependencia. • Decidir que documentos y dispositivos llevar.	• Abrir SIIPAC o Gestión Móvil. • Consultar BDD propporcionada por MetLife o consultar BDD de la promotoría (Zeus/Gryco).	• Contactar vía telefono o mail.	• Identificar oportunidades. • Establecer una conversación. • Explicar beneficios.	• Ofrecer al cliente opciones de incrementos o y/o inclusiones. • Presentar a cliente la cotización y ayudando coberturas. • Utilizar la calculadora del celular para sumar o restar montos de	• Llenar frente al cliente algunos datos del formulario: nombre de cliente, edad, peso, estatura, número telefónico, correo, datos de beneficiarios y firma autógrafa. • Solicitar a cliente su INE y talón de pago. • Llenar una parte del cuestionario de salud (5 preguntas de 17): cáncer, enfermedades cardiovasculares, si fuma o no, consumo de alcohol y drogas y práctica de deportes extremos. • Pedir a cliente una copia de su INE y talón de pago, tomar fotografías o	• Explicar siguientes pasos del proceso. • Regalar material de Metlife.	• Corroborar los datos de la póliza con el INE y talón de pago del cliente. • Sacar copias de documentos. • Llenar los datos faltantes de la solicitud. • Captura asistente en SIIPAC	• Entrega de formatos en Promotoría.	• Llamada de autorización.	• Saber en todo momento como esta la póliza. • Tiempo es muy largo. • Entrega de la poliza
Artefactos y acciones del agente	**Agente** **Prospección** **Planeación** **Planeo visitas** • Organiza su agenda • Segmenta **Planeo visitas** • Llama a los clientes • Planea la entrada **Planeo visitas** • Documentos • Dispositivos	**Consulta cartera** • SIIPAC,Gestión móvil • Excell **Información** **Consulta cartera** • Identificar oportunidades	**Metlife y Promotorías** **Negociar acceso** **Negociar acceso** • Contactar	**Acercamiento** • Identificar oportunidades • Generar confianza **Acercamiento** • Establecer Conversación • Explicar beneficios	**Soporte a agentes Promotorías** **Cotizar** • Negocia coberturas **Cotizar** • Ofrecer incrementos • Presentar cotización **Cotizar** • SIIPAC,Gestión móvil • Calculadora **Cotizar** • Necesita herramientas • Cerrar la venta	**Llenado de formularios** • Información innecesaria • Brincan datos **Llenado de formularios** • Usan la camara • Usan el WhatsApp	**Cierre de venta** • Duplicar siguientes pasos **Llenado de formularios** • Regalar material • Afianzar compromiso	**Trabajo administrativo** • Corroborar datos de póliza • Rellenar datos faltantes **Trabajo administrativo** • Formularios en papel • Fotocopias (INE y talón)	**Entrega a la promotoría** • Entrega de formatos • Mandar a Metlife **Metlife y Promotorías**	**Metlife y Promotorías** **Captura e impresión** • Mucha espera • Desplazamientos largos **Validar y autorizar** • Compartir información • En cierre falta personal **Captura e impresión** • Estatus de la póliza	
Pain points	• Tener que planear medidas de seguridad para visitar algunas zonas peligrosas.	• CLIENTES NUEVOS: no puede consultar porque no lo conoce. • CLIENTES CONOCIDOS: crean su propia cartera. • La data se está manejando de manera inadecuada. • Acceso a data difícil para agente (varias herramientas para consulta e	• Lidiar con los caprichos del jefe de departamento. • Tiene poco tiempo.	• El acceso a las dependencias depende de procesos burocráticos. • Trabajar en espacios donde el cliente le brinda poco tiempo. • Los jefes de área pueden restringuir el acceso a capricho. • Manoseo de clientes, tanto de la propia promotoría como de la	• Tener que especificar la ocupación del cliente entre tantas opciones. • No contar con una herramienta totalmente fiable para obtener la cotización. • La herramienta no es amigable para cotizar coberturas de beneficiarios. • En los espacios u oficinas, los agentes no tienen acceso a internet (wifi).	• Tener que repetir información a través de varios formularios. • Jornadas laborales extendidas por tardes y fin de semana. • Llenado incompleto de solicitud. • Les quita tiempo de prospección y venta. • Proceso complejo para el registro. • Llenar documentación repetitiva e inútil. • Promotoría: No tienen forma de ver qué datos se llenan frente al cliente. • Formatos muy extensos		• Llenar documentación que se percibe como repetitiva e inútil. • Tener que dedicar fines de semana o alargar jornada laboral para cubrir este requisito.	• Posibles errores de captura por cargas de trabajo. • No saber las razones del rechazo de la solicitud y tener que ir a Promotoría para averiguarlo. – Tener que esperar hasta el sábado para entregar.	• Errores o datos que requieren regresar con cliente. • Volumen fuerte en cierre, necesitan gente adicional. • Tiempo que transcurre para solicitar ajustes al agente y regresar a validar. • Implica retrabajos. • Criterio de interpretación de cada capturista	• El agente debe regresar a la oficina. • Oficinas lejanas y entrega de pólizas en zonas alejadas.. • No todas las Promotorías hacen cohersitiva la entrega de pólizas. • Los agentes no siempre visitan la Promotoría para recoger pólizas. • Tiempo largo desde la cotización hasta entrega de póliza • Seguimiento sólo de clientes importantes. • Abandono de clientes después de la venta.
Oportunidades	• Mapa con filtro: escuelas, hospitales, dependencias de gobierno existentes en una zona dada. • Mapa de inseguridad colaborativo para que los agentes accedan a alguna información de las zonas que van a visitar, y cómo están en términos de	• Consulta la cartera offline. • Acceso al historial completo de los clientes, tanto de la propia zona como de otros estados de la República. • Filtrar búsquedas de manera masiva (coberturas, lugar de trabajo, puesto) o de forma individual (nombre, RFC, últimos movimientos). • Contar con una herramienta que se actualice semanalmente y que les dé		• Materiales que expliquen que Metlife es una empresa global y con gran alcance en el mercado.	• Tener un cotizador que, con tan sólo con un par de preguntas (edad y monto estimado de pago quincenal por póliza), pueda brindar tres opciones de cotización para el cliente. • Actualización constante del precio de las coberturas en la herramienta. • Crear enlaces de acceso fácil desde el cotizador a información sobre coberturas. • Una herramienta flexible para incluir o quitar coberturas de beneficiarios en un solo proceso. • Agilizar el retiro de dividendos mediante un botón en el perfil del cliente que tenga este servicio habilitado. • Envío de la cotización al correo del cliente	• Digitalización de los formularios. • Simplificar los datos demandados en los formularios desde la herramienta. • Guardar los datos y autocompletarlos para incrementos e inclusiones.	• Entrega de póliza al cliente vía Email o WhatsApp • Depósito automático de dividendos;	• Simplificar los procesos de captura (formatos digitales) que se llenen junto con el cliente para evitar trabajar extra en casa. • Permitir que las fotos de los documentos se envíen como archivo adjunto de forma inmediata a la Promotoría.	• Este es uno de los puntos donde los agentes pierden el controll, por lo que si se crea una herramienta que simplifique la captura, agilice los procesos, sa a evitar que en el camino se pierdan datos, se malinterprete la información o se den malas prácticas. • Los formatos digitales deben tener una validación inmediata de datos por campo, para corregir errores en el momento.	• Conectarnos con todos los sistemas de Metlife. • Envío de documentos digitales.	• Estado de como esta la pólizá del cliente. • Alertas en el movil del estado de la póliza.