

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Реализации различных технологий розничных продаж в страховании

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью ППССЗ с ФГОС по специальности СПО 38.02.02 Страхование дело (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **«Реализации различных технологий розничных продаж в страховании»** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Реализовывать технологии агентских продаж.
2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.
3. Реализовывать технологии банковских продаж.
4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж.
5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж.
6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах.
7. Реализовывать директ-маркетинг как технологию прямых продаж.
8. Реализовывать технологии телефонных продаж.
9. Реализовывать технологии Интернет-маркетинга в розничных продажах.
10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании.

ПК (Р) Осуществлять расчеты комиссионного вознаграждения агентам, брокерам, сетевым посредникам.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля:

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

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 и работать с базами данных по банкам;
- проводить переговоры по развитию банковского страхования;
- выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты;
- обучать сотрудников банка;
- 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 полисов на рабочих местах 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;
- понятие первичной и полной адаптации агентов в страховой компании;
- принципы управления агентской сетью и планирование деятельности агента;
- модели выплаты комиссионного вознаграждения;
- способы привлечения брокеров;
- нормативную правовую базу страховой компании по работе с брокерами;
- понятие банковского страхования;

- формы банковских продаж: агентские соглашения, кооперацию, 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 обратной связи с клиентом;
- психологию и этику телефонных переговоров;
- предназначение, состав и организация работы, 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 этапе 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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – **613** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –

529 час,

Включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –

352 часа,

Самостоятельной работы обучающегося –

177 часов,

Производственной практики –

72 часа.