

Аннотация рабочей программы профессионального модуля
ПМ. 01 «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании»

Рабочая программа разработана в соответствии с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.02 «Страховое дело (по отраслям)», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 833 от 28.07.2014г.

Перечень знаний, осваиваемых в рамках модуля:

- 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 планирование 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;
- определение сетевых посредников:
- автосалоны, почта, банки, предприятия, туристические фирмы, предприятия розничной торговли, ЗАГСы и т.д.;
 - 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: собственная или аутсорсинговая;
 - теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов;
 - способы создания системы 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 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.

Перечень умений, осваиваемых в рамках модуля:

- 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 данных 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;

Формируемые компетенции:

ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9.

ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ПК 1.7, ПК 1.8, ПК 1.9, ПК 1.10

Перечень тем:

Раздел 1 ПМ01. «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании»

МДК 01.01 Посреднические продажи страховых продуктов

Тема 1.1 Организация деятельности страховых агентов. Требование к страховой документации и правовое положение агента.

Тема 1. 2 Агентский договор. Порядок заключения агентского договора. Агентский план продаж.

Тема 1.3. Способы планирования развития и принципы управления агентской сети. Первичное обучение и методическое сопровождение новых агентов.

Тема 1.4 Система стимулирования и мотивация агентов. Разработка системы стимулирования агентов. Порядок расчета комиссионного вознаграждения.

Тема 1.5 Формы и системы труда страховых посредников.

Порядок поиска страховых брокеров и финансовых консультантов и организация продажи через них.

Тема 1.6. Характеристика страховых брокеров и особенности их деятельности Лицензирования брокерской деятельности

Тема 1.7. Основные понятия и виды каналов продаж на страховом рынке

Тема 1.8. Банки автосалоны и страховые компании: на главных направлениях сотрудничества.

Раздел II ПМ01. «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании»

МДК 01.02. Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям).

Тема 2.1 Теоретические основы разработки бизнес плана открытие точки продаж. Технология продаж СП с помощью ТП. Теоретические основы разработки бизнес-плана открытие точки розничных продаж;

Тема 2.2 Методы и основы открытия ТП страховых продуктов. Маркетинговое исследование. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка их эффективности; Осуществление персональных продаж и их методическое сопровождение договоров страхования;

Тема 2.3 Особенности техники продаж при работе с клиентом на ТП. Модели реализации технологии директ-маркетинга: собственная или аутсорсинговая;

Тема 2.4 Офис продаж СК. Теоретические подходы к оценке характеристики офисных помещений. Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества.

Тема 2.5 Сегментация страхового рынка и позиционирование товара. Проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж.

Тема 2.6 Реализация принципов Директ - маркетинга Использование Директ – Маркетинга в продвижении страхового продукта. Маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точки продаж, выявления основных конкурентов и перспективные сегменты рынка.

Тема 2.7 Модели реализации Директ – маркетинга. Продажи полюсов на рабочих местах и их поддержка.

Тема 2.8 Теоретические основы создания базы данных для потенциальных и существующих клиентов. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка ее эффективности.

Тема 2.9 Психология и этика телефонных переговоров. Технология продаж страховых продуктов по телефону Телефонные продажи страховых продуктов.

Тема 2.10 Аутсорсинг-контакт центр продажи страхового продукта. Организация работы контакт - центра страховой компании и оценка основных показателей его работы.

Тема 2.11. Сущность и значение организационной структуры. Принцип создания организационной структуры персональных продаж. Персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования.

Тема 2.12. Правила и принципы создания организационной структуры

Раздел III ПМ01. «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании»

МДК 01.03. Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям)

Тема 3.1 Понятие Интернет-бизнеса. История развития Интернет-бизнеса. Организация и функционирования интернет -магазина страховой компании.

Тема 3.2 Сущность и понятие Интернет-страхования. Обновление данных и технологий интернет-магазина.

Тема 3.3. Значение интернет-бизнеса в современных условиях. Контроль эффективности использования интернет-магазина.

Тема 3.4.Преимущество и недостатки Интернет-страхования.

Тема 3.5.Барьеры вхождения на рынок интернет-страхования. Интернет –магазины.

Тема 3.6. Интернет – сайты страховых компаний.

Тема 3.7.Условия и порядок оформления сайта страховой компании.

Тема 3.8. Условия и порядок оформления онлайн – заявки.

Тема 3.9.Принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.

Тема 3.10. Возможности онлайн-страхования. Состав и организация работы с базой данных клиентов.

Тема 3.11. Факторы роста интернет-продаж в страховании.

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет (комплексный), экзамен по ПМ.01