Formación modular

CURSO EXPERTO EN TECNOLOGÍA

Aplicada a la mediación de seguros

b-learning
2017

CECAS

División cursos expertos universitarios

ÍNDICE

3 Introducción

4 Curso Experto

7 Metodología

8 Módulo I – El marco digital

12 Módulo II – Herramientas y aplicaciones

16 Certificación

17 Proceso de matriculación

INTRODUCCIÓN

El Centro de Estudios presenta su curso Experto en Tecnología aplicada a la mediación de seguros.

Este curso, con titulación universitaria de cuatro meses de duración, se adentra en la tecnología del mediador para ofrecer herramientas, propuestas y un conocimiento profundo sobre la tecnología aplicada.

Su formato es en modalidad b-learning y ofrece todas las herramientas para su desarrollo. Video-conferencia, foros, trabajos semanales, y muchos más elementos necesarios para conocer a fondo el potencial que encierra la tecnología para el mediador.

El objetivo del curso es descubrir la riqueza de la tecnología aplicada al sector asegurador para que cada mediador pueda crear su propio modelo, aquel que más le convenga a su estrategia y a su negocio.

Modalidad: blend-learning

Duración: 180 horas lectivas

Fecha de inicio: 23 enero 2017

Fecha de finalización: 10 abril 2017

"Se ha creado en el sector la idea que vamos a un entorno digital y hacia una situación en la que el manejo de datos va a ser importantísimo para avanzar en el modelo de relación con el cliente, y este Curso Experto se configura como una guía en el camino de la digitalización".

Jordi Parrilla, Director del CECAS

CURSO EXPERTO

El curso Experto en Tecnología se presenta bajo la metodología de la Escuela de Negocios del CECAS que desarrolla sus contenidos en tres módulos.

Módulo I – El marco digital

Asignaturas	Etiquetas
1. Marco digital del mediador	Cliente, mapa tecnológico, procesos, productividad, correduría de futuro.
2. Hardware y dispositivos	Medios, almacenamiento, comunicación, servidores, digitalización, dispositivos.
3. Plataformas de software	Backoffice, multitarificación, KPIs.
4. CRM: Gestión digital del cliente	Estrategia, tecnología, modelos analíticos, implantación, evolución, medición.
5. Análisis de datos	BI, Data Warehouse, Data Smart, Data Mining, Big Data.
6. Conectividad en procesos y serv.	Modelos de comunicación, intranets, extranets, red comercial, EIAC.
7. Comunicación digital	Social Plan, comunity manager, estrategia, reputación, gestión de crisis.
8. Contenidos digitales	Contenidos, canal, gestión de contenidos, plataformas, media funnel.

El primer módulo empieza mostrando el marco digital en el que se mueve el mediador. Procesos, producción, gestión interna, red comercial, clientes… todo ello desde una perspectiva tecnológica junto con su interrelación. Tras esta asignatura le sigue el estudio del hardware del mediador, que identifica y enumera todos los dispositivos que la empresa de la mediación tiene a su disposición para el desarrollo de su actividad. Junto con el hardware necesario para la actividad, se analizan las funciones que precisan las plataformas de gestión de la mediación, que en un principio se basaron en gestores de datos relacionales enfocados a la administración, pero han evolucionado junto con el sector y ahora desarrollan un enfoque de cliente con importantes innovaciones.

La siguiente asignatura que se aborda es el CRM, donde se describe las funcionalidades que ofrecen los principales softwares del mercado. Muy próximo al CRM se presenta la asignatura analítica de datos, que hace un recorrido por el Business Intelligence, el Data Mining y el Big Data. La conectividad también está presente como elemento clave del desarrollo tecnológico. En ella se presenta la comunicación interna y externa, tanto para la red de colaboradores como para nuestros clientes finales y compañías con las cuales trabaja el mediador.

El primer módulo finaliza con dos asignaturas también muy importantes, como son la comunicación y los contenidos digitales. Plan de social media, fundamentos de la estrategia on-line y monitorización son parte de la comunicación digital. Y en contenidos digitales se explica la mejor forma de comunicar el mensaje para generar el “engagement” con el cliente.

Módulo II – Herramientas y aplicaciones

Asignaturas	Etiquetas
1.Internet	Branding, páginas web, SEO, SEM, CRO, captación
2. Redes Sociales	Típos, monitorización, publicidad, Facebook
3. Transformación digital de contenido	Photoshop, MovieMaker, Webminars, newsletters.
4. Email Marketing	Plataformas, estrategia, campañas, inversión,
5. Ofimática avanzada	Plantillas, macros, tablas dinámicas, gmail, animaciones.
6. Bases de Datos	Tratamiento de datos, explotación, segmentación.
7. Oficina Digital: Adiós al papel	Repositorios, Dropbox, Drive, Firma digital, procesos.
8. Movilidad digital: móvil y Tablet	Integración, web responsive, responsive design, mobile, App store, movilidad.
9. Red comercial: Call center digital.	Lead, call center, workflow, CRM, Call center digital.
10. Interacción digital externa	Canales públicos, privados, administración, compañías de seguros.
11. Modelos digitales	Entidades, bancaseguros, agregadores, friendsurance

El segundo módulo se vuelve a abrir con una visión integral del ecosistema de internet y como funciona su analítica y posicionamiento. La segunda asignatura de este módulo son las redes sociales, las cuales se describen y presentan estrategias de participación y gestión de marca. Muy próxima se desarrolla la asignatura transformación digital de contenidos, donde se trabajan herramientas de edición de contenidos digitales de imagen, video y audio. El marketing también está presente a través del e-mail marketing con el cual ordenamos y ejecutamos una estrategia de comunicaciones por email a nuestros clientes o potenciales clientes. La ofimática también se presenta como asignatura y se desarrollan funcionalidades avanzadas para el mundo empresarial como macros, tablas dinámicas, plantillas, etc. Las bases de datos tienen su propia asignatura en la que se da una visión general de las bases de datos, su diseño, diferentes lenguajes y se aprende a hacer transformaciones sobre ella.

También en este módulo se explicarán unas asignaturas muy interesantes como la oficina digital y la movilidad digital. La oficina digital nos va a ayudar a decir adiós al papel y la movilidad digital nos ofrecerá la posibilidad de tener a nuestra empresa de mediación en la tablet o en el móvil. También se profundiza en la interacción digital externa y el call center digital para desarrollar estrategias de contacto más eficiente. Por último, se presentan los diferentes modelos digitales que se están dando en el sector. La banca, la mediación, los agregadores y la economía colaborativa se analizarán en el curso junto con posibles disrupciones como pueden ser Google o Amazon.

Módulo III – Funciones avanzadas

El tercer módulo se presenta como un trabajo conjunto por equipos en los cuales se trabajan funciones avanzadas de los diferentes ERPs del mercado junto con herramientas que la complementan dentro de una estrategia digital. El alumno también tendrá que desarrollar un plan de implementación tecnológica para su empresa de mediación.

Metodología

El Centro de Estudios ha creado su propia metodología de cursos expertos basados en un sistema de evaluación continua y el uso de todas las herramientas digitales que ofrece su plataforma Escuela de Negocios.

La unidad de estudio es el tema que se trata en una única semana. Durante esa semana el alumno tendrá toda una serie de elementos de estudio y actividades que tendrá que realizar.

De cada unidad de estudio el alumno recibirá una cualificación sobre su actividad. La suma de todas sus cualificaciones le dará derecho a recibir su certificación.

Dentro de este sistema de evaluación continua no hay exámenes parciales ni exámenes finales, sino un trabajo continuado sobre los diferentes temas de estudio.

Los elementos que se trabajan casa semana son:

- Un video explicativo sobre el tema donde el profesor hace una introducción sobre el tema.
- Un texto básico de estudio con recursos, links, recomendaciones y otros recursos.
- Una video-conferencia a tiempo real de una hora donde se presenta el recurso del caso que ofrece una oportunidad de análisis y discusión donde los alumnos pueden interactuar con el profesor.
- Dos foros de debate donde se abordan elementos críticos sobre la digitalización.
- Dos prácticas a entregar que es la puesta en juego de los conocimientos aprendidos en la asignatura como pueden ser análisis de datos, desarrollo del CRM, creación de perfiles, campañas, etc.

Además de estos elementos también se dispone de una zona de cafetería, un sistema de mensajería interna, una zona de tutorías, links recomendados, etc.

El sistema de evaluación es continua, no hay exámenes parciales ni exámenes finales, sino un trabajo continuado sobre los diferentes temas de estudio.

La suma de todas las calificaciones otorgará la nota final del curso.

MÓDULO I

1.1 Marco digital del mediador actual

Objetivo

Dotar de un conocimiento general, pero completo, de todas las piezas tecnológicas que intervienen en el día a día del mediador actual.

Contenidos

- Ecosistema tecnológico del mediador de seguros
- El canal internet
- Multitarificadores: la herramienta estrella de la nueva distribución de seguros
- Conectividad entre compañías y mediadores
- CRM para gestión de clientes
- La nueva red de distribución comercial

1.2 Hardware y dispositivos para el mediador de seguros

Objetivo

Identificar, evaluar y concretar las herramientas disponibles y necesarias para desarrollar la actividad de mediación en cualquiera de sus modelos de negocio.

Contenidos

- Historia y evolución del a informática en la mediación
- Medios de comunicación in-out
- Almacenamiento de los datos, seguridad física
- Herramientas para la impresión.
- Herramientas de comunicación, telefonía fija, móvil
- Servidores, físicos, cloud.
- Digitalización documental.
- Digitalización de firma
- Seguridad local
- Interconexión entre dispositivos

1.3 Analítica de datos: Datamining, business intelligence y big data

Objetivo

Explicar la analítica, filosofía y software de datos en la gestión del negocio bajo los conceptos de datamining, business intelligence y big data.

Contenido

- Introducción
- Conceptos elementales de estadística
- BI como producto
- Data mining
- Big data

1.4 Plataformas software para la mediación

Objetivo

Conocer las posibilidades reales y a futuro de las distintas herramientas del sector asegurador.

Contenidos

- Herramientas de Backoffice
- Plataformas de multitarificación
- Cuadros de mandos y KPIs

1.5 CRM, gestión digital del cliente

Objetivo

Estudiar el CRM como una serie de funcionalidades concretas para gestionar el cliente en entornos digitales.

Contenido

- El entorno y las nuevas tecnologías
- Definición y evolución de CRM
- Mapa de concepto
- Variables a considerar en la elección de un CRM.
- Metodología CRM. Implantación
- Introducción y buenas prácticas en la implantación de un CRM
- Funcionalidades típicas del CRM
- Perspectiva del CRM desde el enfoque comercial y marketing

1.6 Conectividad en procesos y servicios

Objetivo

Conocer los medios de comunicación internos y externos tanto para la red de colaboradores, así como con nuestros clientes finales y las compañías con las cuales trabaja el mediador.

Contenidos

- Modelos de comunicación
- Intranet correduría
- Extranet comercial
- Clientes
- EIAC. Conectividad con entidades aseguradoras

1.7 Comunicación digital

Objetivo

Explicar que es la comunicación digital, sus posibilidades y como y donde utilizarla en el día a día del negocio de la mediación.

Contenido

- Introducción
- Objetivos
- Foros de discusión
- Prácticas
- Glosario
- Fuentes de información

1.8 Contenidos digitales

Objetivo

Generar contenido de forma ordenada, interesante y de forma constante que permita generar “engagement” hacia los usuarios.

Contenido

- Objetivos del tema
- La comunicación y el contenido digital
- Tipos de contenidos digitales
- Estrategias de contenidos
- Creación de contenido multi-platatorma y multi-dispositivo
- El funnel o embudo de conversión

En el primer módulo se define un marco teórico general del entorno tecnológico en los que está inmerso el sector asegurador. Analítica de datos, comunicación digital y CRM son algunas de sus asignaturas.

Módulo II

2.1 Internet

Objetivo

Dotar al alumno de un criterio de decisión integral y una visión 360 grados sobre el ecosistema de internet, para que pueda elegir la estrategia correcta en este canal.

Contenido

- Imagen corporativa digital de la correduría: Branding digital
- Páginas webs
- SEO
- SEM
- Analítica Web
- Captación de usuarios
- Fidelización

2.2 Redes Sociales

Objetivo

Conocer las diferentes redes sociales, establecer una estrategia de participación y gestión alineada con la imagen profesional y empresarial.

Contenido

- Objetivos del tema
- Introducción
- ¿Qué se entiende por red social?
- Tipos de redes sociales
- Cifras de acceso a redes sociales
- Los usuarios de redes sociales
- Redes sociales en la empresa
- Uso de las redes en empresas
- Facebook
- Twitter
- Linkedin
- Blogs
- Whatsapp
- YouTube
- Google+
- Pinterest
- Instagram

2.3 Transformación digital de contenidos

Objetivo

Manejar herramientas comerciales de edición, creación y transformación de imagen video y audio.

Contenido

- Imagen
- Video
- Marketing de contenidos

2.4 Email Marketing

Objetivo

Conocer los procedimientos, ciclo de vida y herramientas para desarrollas campañas de mailings para campañas concretas así como envíos periódicos (newsletter)

Contenido

- Introducción al email marketing
- Boletín de noticias de la correduría
- Sistemas y plataformas para el mailing
- Segmentación de la BBDD para el mailing
- Creación de campañas digitales
- Control y ciclo de vida de una campaña de mailing
- Medir la inversión y retorno de una campaña de mailing

2.5 Ofimática avanzada

Objetivo

Conocer de manera avanzada las principales funcionalidades de estas herramientas profundizando en sus usos para el mundo empresarial.

Contenido

- Word
- *Microsoft Word y Outlook:* Cartas
- Visual Basic
- Excel macros
- Outlook

2.6 Bases de Datos: Tratamiento de datos

Objetivo

Ofrecer una visión general de las bases de datos, su diseño y sus diferentes lenguajes, y aprender a hacer toda una serie de modificaciones sobre ella.

Contenido

- El diseño de la base de datos
- Como crear y explotar una base de datos de calidad
- Importación
- Exportación
- Filtrado y segmentación
- Herramientas de Excel aplicada a la base de datos
- Interconexión de datos entre sistemas

2.7 Oficina Digital: Adiós al papel

Objetivo

Definir el modelo y poner las herramientas necesarias para que una oficina pueda funcionar sin en el menor papel posible.

Contenido

- Introducción al "papel del papel" en la mediación
- Sistema de repositorios de contenidos. Dropbox, Drive, etc…
- Firma digital de documentos
- Ciclo de vida documental, procesos internos

2.8 Movilidad Digital: Tu correduría en móvil y Tablet

Objetivo

Dotar a todas aquellos profesionales, con responsabilidad Comercial, de las competencias que permitan conocer, planificar, diseñar y ejecutar la estrategia móvil de su PYME.

Contenido

- Integración del móvil en la oficina de mediación
- Aplicaciones móviles VS Web Responsive
- Mobile First
- App Store
- Posibilidades de la movilidad aplicada a la gestión
- Aplicaciones para la gestión empresarial

2.9 Red comercial: Call center Digital

Objetivo

El objetivo es dotar al alumno de un conocimiento detallado de cómo montar un call center para la atención y venta al cliente eminentemente digital.

Contenido

- Introducción al cliente digital (el lead en internet)
- Call center reactivo y proactivo.
- Workflow o ciclo de vida del lead digital
- Proceso de atención y venta de un lead
- Herramientas para el desarrollo de un call center digital

2.10 Interacción digital externa

Objetivo

Optimizar los canales de comunicación digital con la administración y las compañías de seguros.

Contenido

- Canales de intermediación públicos y privados
- Con la administración
- Con las compañías de seguros

2.11 Modelos Digitales

Objetivo

Conocer los diferentes modelos de negocio en el sector asegurador, características, análisis DAFO y relación con la tecnología.

Contenido

- El ecosistema asegurador y sus actores
- Características de los diferentes modelos de negocio
- Uso de la tecnología
- Canales de comunicación

El segundo módulo se presenta con aplicaciones concretas de este entorno. Así encontramos redes sociales, movilidad digital o modelos digitales.

El tercer módulo es el espacio para los diferentes proveedores especializados de la mediación.

Certificación

Una vez aprobado el curso de Experto en Tecnología, el CECAS expedirá un certificado de superación del curso.

El Certificado se expedirá con sello CECAS y si el alumno acredita estudios universitarios, también se expedirá con el sello universitario de la Universidad San Pablo CEU.

Proceso de matriculación

El proceso de matriculación está abierto y está supeditada a la aceptación del estudiante, según los requisitos del curso experto y a las plazas disponibles del curso.

Para ello se puede poner en contacto con su colegio profesional y formalizar allí mismo la matrícula del curso. También puede ponerse en contacto con el Centro de Estudios y desde aquí le asesoraremos sobre el curso, los requisitos exigibles, plazos, formas de pago, etc.

Para formalizar el proceso deberá cumplimentar el formulario de matriculación que se adjunta. También puede descargarse el PDF de "Matriculación" al curso Experto en Tecnología en la página web del CECAS. Lo debe cumplimentar con todos sus datos y enviar como fichero adjunto, al correo: cecas@cibercecas.com

El importe de esta acción formativa es de **1200** Euros.

El importe para Colegiados es de **960** Euros.

Pueden obtener más información en la página web del Centro de Estudios

www.cibercecas.com

CECAS