



LOMA Certified Insurance Consultant (LCIC)

Este programa diseñado con el fin de proporcionar los conocimientos necesarios que los agentes, directores de agencias, brokers y demás ejecutivos involucrados con el área comercial de las empresas de seguros y servicios financieros necesitan hoy en día. El Programa de LOMA el LCIC prepara a los estudiantes con conocimientos que les permitirán sobresalir en el ambiente competitivo y demandante que les rodea.

Beneficios y Ventajas del LCIC:

~**Reconocido Internacionalmente**— Los cursos de LOMA han servido como estándar global para la formación de profesionales a nivel mundial. La nueva designación LCIC distingue a los profesionales del área comercial ya que les permite alcanzar los conocimientos necesarios para desempeñarse con éxito y ponerlos en práctica durante su desempeño laboral.

~**Valor agregado**— Le permite a las compañías el ofrecer una herramienta adicional de reconocimiento a sus empleados sobresalientes o utilizar este nuevo programa como forma adicional de complementar la educación que ya reciben; pero sobretodo les permite adquirir una designación que les haga sobresalir en el mercado en el cual se desempeñan.

~**Flexible**— los participantes le ahorrarán tiempo y dinero a sus compañías, ya que mientras se desarrollan profesionalmente, pueden poner dichos conocimientos en práctica y continuar creciendo su negocio. Adicionalmente le permite a las empresas contar con estudiantes preparados antes de que ellos participen en las clases prácticas que cada una de ellas prepara.

~**La formación requerida para permanecer competitivo en la industria**— será esencial para el éxito de su compañía preparar a su fuerza comercial o brokers con estos conocimientos! Su personal de ventas surgirá como expertos, lo cual les permitirá ganar más respeto y negocios de sus clientes, y traducir esto en el éxito grande para su compañía.

~**Bilingüe**— Disponible totalmente en español, lo cual le permitirá a los estudiantes adquirir un conocimiento internacional en su propio idioma.

Los estudiantes que completan el LCIC estarán mejor preparados, cambiarán la imagen hacia sus clientes, podrán aconsejarlos de mejor manera y sobretodo proporcionar soluciones adecuadas a sus necesidades con base a sólidos conocimientos adquiridos. ¡Este programa le ayudará a los participantes a traducir sus relaciones en más ventas lo cual representa una ganancia más grande para su compañía!

Para más Información:

Visite www.loma.org para obtener más información sobre el programa LCIC, disponibilidad y formas de acceso.



Curriculum recomendado hacia la obtención de la designación LCIC:

Distribución de Seguros a través de los Agentes

Este curso le enseñara los aspectos básicos sobre el proceso de reclutamiento, selección y capacitación para los agentes; describiendo las capacidades y calificaciones que una persona necesita para vender productos de seguro de vida, los requisitos que debe cumplir para convertirse en un productor de seguro, así como sus derechos y responsabilidades. En este material también se tratan temas de compensación y las características de los variados sistemas de distribución.

Tiempo estimado: 1 hora - Precio: \$37 USD

Introducción de las Necesidades Básicas para la Venta

Este material tiene el propósito de describir las necesidades de los clientes con activos financieros en caso de invalidez, jubilación, retiro y muerte; así como las principales fuentes y formas de distribución. Describe cómo los productos de seguro pueden ser usados para ofrecer soluciones a las necesidades de los clientes, establece la relación entre los productos existentes y las necesidades de los clientes, brindando recomendaciones del producto. Orientado para los productores iniciales, aborda el:

- concepto de las ventas basadas en las necesidades de los clients;
- principales necesidades financieras que enfrentan los clientes
- beneficios más comunes, costos de diferentes tipos de seguro de vida, salud individual y rentas vitalicias

Tiempo estimado: 3 horas



Perspectiva General sobre los Productos del Seguro de Vida

Este material ofrece una visión básica de las principales formas del seguro de vida temporal, tradicional y de la nueva generación de valor en efectivo, dotal; seguros de vida universal y variable.

Tiempo estimado: 2 horas

Perspectiva General sobre los Productos de Anualidades

Este curso ofrece una visión general básica de las características de los productos de rentas vitalicias variable y fija y describe el valor de las rentas vitalicias como una acumulación de activos, protección de activos y productos de distribución de activos. Este curso describe los principales participantes en un contrato de rentas vitalicias e identifica sus derechos y responsabilidades.

Tiempo estimado: 1 hora

Capacitación en Ventas para Productores de Seguros

Establece la relación entre el proceso de decisión de compra y el proceso de la venta personal; entregando una introducción a los conocimientos y aptitudes necesarias en la venta de productos de seguros.

El curso proporcionará información que les ayudará a:

- entender por qué y cómo los clientes efectúan decisiones de compras,
- reconocer la importancia que tiene para los clientes y productores el establecimiento de relaciones con los clients,
- desarrollar las estrategias para identificar, contactar y calificar a los posibles clientes
- comunicarse efectivamente con los posibles clientes a través de los contactos telefónicos, escritos o en persona;
- utilizar las técnicas de preguntar y de escuchar activamente para recopilar información del cliente
- utilizar las técnicas sobre explicación de los productos, persuasión y negociación; esto con el propósito de estimular y/o crear conciencia, estimular el interés y crear motivación para la compra.

Tiempo estimado: 5 horas

Curriculum recomendado hacia la obtención de la designación LCIC:

PFSL 280: Principios del Seguro de Vida, Salud y Rentas Vitalicias (PDF- Auto Estudio)

Este curso proporciona una visión general de los principios básicos en las operaciones de una compañía de seguros de vida y salud. También describe los productos que son más ampliamente comercializados por las compañías de seguros de vida y salud y explica cómo operan esos productos.

El curso provee información que les facilitará a los productores principiantes entender la estructura de la industria de servicios financieros y el papel de las compañías de seguros y los productores en esa industria.

Tiempo estimado: 40 horas de estudio

El Proceso de la Venta de Seguros

Este curso describe la importancia de la venta personal para las compañías de seguros y los pasos incluidos en el proceso de ventas. También describe los comportamientos que los clientes muestran cuando efectúan las decisiones de compra y los pasos en el proceso de toma de decisiones.

El curso proporciona a los productores con experiencia un resumen de los fundamentos de la venta personal, el proceso de la toma de decisiones y el proceso de las ventas.

Tiempo estimado: 1 hora

Selección de Riesgos del Seguro de Vida Individual

Selección de Riesgo es el proceso de identificar y clasificar el grado de riesgo que representa un posible asegurado y recomendar el aceptar o no dicho riesgo. Este curso describe los principios fundamentales y prácticas de la selección de riesgos de los productos de seguro de vida individual.

Tiempo estimado: 2 horas

Reemplazo de las Pólizas del Seguro de Vida y Anualidades

Este curso proporciona una visión general de los tipos de transacciones que califican y no califican como reemplazos y describe el papel del productor cuando asiste a los clientes en el análisis de los posibles reemplazos.

Este curso indica razones de por qué los clientes reemplazan sus pólizas, tipos de transacciones que califican como reemplazos y las consecuencias del reemplazo para el cliente

Tiempo estimado: 1 hora

Conducta Ética en la Industria del Seguro

Este curso describe la importancia de la ética para las compañías de seguros y ofrece una visión general de las acciones que las compañías de seguros y los productores de seguro pueden tomar para asegurar que llevan a cabo sus negocios con ética y profesionalismo.

Este curso sirve para que como los productores de seguro incorporen las prácticas éticas comerciales en el proceso de ventas, identifica las prácticas de ventas que están prohibidas por las leyes e indica métodos que las compañías de seguros utilizan para mejorar la ética en la industria del seguro

Tiempo estimado: 1 hora



PFSL 100: Fundamentos del Servicio al Cliente (PDF- Auto Estudio)

Este curso proporciona una sólida introducción sobre los conocimientos, capacidades y perspectivas que cada persona necesita en una compañía de servicios financieros para trabajar eficazmente con los clientes.

Proporciona una visión general de como las compañías:

- planifican, organizan e implementan el servicio al cliente a nivel organizacional
- identifican, seleccionan y capacitan a los posibles profesionales de servicio al cliente
- aplican la tecnología para entregar y administrar un mejor servicio al cliente
- desarrollan mejores equipos de trabajo
- buscan procesos de administración de servicio al cliente así como la evaluación de desempeño

Tiempo estimado: 40 horas de estudio

Perspectiva General del Reaseguro

Este curso ofrece una introducción sobre los fundamentos del reaseguro, incluyendo el proceso de transferir el riesgo entre aseguradores directos o cedentes, reaseguradores y retrocesionarios; la creación de un contrato de reaseguro y las características de los diversos tipos de reaseguro y los contratos de reaseguro.

Tiempo estimado: 1 hora

PFSL 320: Mercadeo en la Industria del Seguro de Vida y Salud (PDF- Auto Estudio)

Este curso proporciona una visión estratégica de como las compañías planifican, organizan e implementan las actividades de mercadeo y como desarrollan, determinan los precios, promueven y distribuyen los productos

Este curso ayuda a:

- planificar las metas y estrategias de mercadeo
- organización de las operaciones de mercadeo, implementación de estrategias y evalúan el desempeño del mercado
- analiza el personal y los factores que influyen en el comportamiento del cliente
- la segmentación de mercados, del consumidor y los mercados organizacionales que le permitirá crear la estrategia para un mercado objetivo
- uso de la tecnológica en el mercadeo y la investigación de mercadeo; esto con el propósito de identificar las necesidades de los clientes

Tiempo estimado: 40 horas de estudio

