



La tecnología trae mejoras, pero el toque personal nos lleva al éxito

Aunque todavía nos encontramos lidiando con las consecuencias económicas de la pandemia que aún azota al mundo, la crisis que provocó la COVID-19 tuvo como resultado una respuesta positiva de la industria, adaptación y flexibilidad. Los ejecutivos, gerentes de ventas y agentes tomaron conciencia de su resiliencia, tanto a nivel personal como empresarial y sector mundial, a medida que adaptaron con rapidez la manera en la que trabajaban y administraban sus negocios.

Frente a la modalidad de trabajo remoto (y sin la opción de las reuniones en persona), el mundo de los servicios financieros recurrió a la tecnología para superar las dificultades. El mayor uso de las videoconferencias, los chats de equipo, la mensajería y otras tecnologías creó nuevas formas de trabajar, llegar a los consumidores y conectarse con ellos. Sin embargo, este incremento del uso de la tecnología trajo aparejadas nuevas preocupaciones con respecto a los procedimientos, los procesos y el cumplimiento.

A medida que seguimos viendo mejoras con respecto a la vacunación y el retorno al lugar de trabajo, debemos tener en cuenta las lecciones aprendidas durante este periodo de conmoción. Las habilidades interpersonales y el desarrollo profesional son más importantes que nunca. Es momento de sacar provecho de lo que hemos aprendido y de seguir forjando nuevas destrezas. La tecnología en sí misma no generará el valor, el crecimiento y la protección que necesitan tanto los clientes como el mercado internacional. El "toque personal" todavía vende, incluso cuando no podemos, literalmente, llegar a los clientes y conectar con ellos en persona. La empatía humana, la participación y el entendimiento resultan esenciales.

De manera similar a lo que vimos luego del brote de SARS en 2003, la pandemia actual tuvo como consecuencia una mayor toma de conciencia de los clientes con respecto a la exposición a los riesgos y un aumento en la demanda de productos de seguros. A pesar de los desafíos, creo

La tecnología implica mejoras, no obstáculos, a las ventas tradicionales por agencia.

que este catalizador creará cambios positivos que resaltarán la importancia de las ventas facilitadas por la tecnología y realizadas en persona, y también restablecerá el valor del asesoramiento. La tecnología implica mejoras, no obstáculos, a las ventas tradicionales por agencia. El desarrollo profesional será indispensable para desarrollar no solo habilidades con respecto a las nuevas tecnologías, sino también (y lo que es más importante) conexiones interpersonales mejoradas.

Mientras que los entes reguladores trabajan arduamente para mejorar la calidad del asesoramiento y elevar el nivel de educación financiera, el sector necesita responder de manera acorde. Resultan esenciales los procesos de venta estructurados y basados en las necesidades. La tecnología puede ayudar, pero la interacción personal será siempre la que nos lleve al éxito. Alentar a los clientes a que desafíen suposiciones y hagan preguntas les permite desarrollar la confianza en una empresa y sus representantes, al mismo tiempo que mejora la comprensión del bienestar financiero. Mientras más alentemos a los consumidores a involucrarse plenamente en la compra, mejor comprenderán y apreciarán el valor de nuestros productos para sus vidas y su protección. 