

EL “CÓMO” NO IMPORTA (y el cliente, tampoco)

2 de octubre del 2024

La guerra de los seguros: comienza el trimestre y con él, la batalla por alcanzar primero los objetivos

De nuevo observamos que, cuando aún no había comenzado el último trimestre, ya escuchábamos las frases habituales:

- 1 de octubre: es el día más importante del año
- Hoy hay que hacer el 20% de los objetivos del trimestre
- Último trimestre: necesitamos arranque explosivo
- El cumplimiento de los objetivos es algo irrenunciable
- Hay que vender 1 seguro hoy y 4 al final de semana por figura comercial

¿En qué momento pasaron los objetivos de **trimestrales** a **diarios**?

¿Dónde quedó el interés por el **cliente**, y no por el **producto**?

Asistimos de nuevo a un sprint de las Territoriales por ver quién llega primero, sin importar el **cómo** se hace, poniendo en **riesgo la profesionalidad** de sus plantillas... luego vienen **los problemas**. 😡

En su presentación hoy, **Ignacio Julià**, CEO de Banco Santander, ha insistido de nuevo en “reforzar la experiencia del cliente en **cómo** lo hacemos” y en “ir evolucionando mucho más a gestión por **cliente**”.

Esperamos que este sea el nuevo rumbo del banco, donde se anteponga al **cliente** frente al **producto** y que las personas directivas dejen atrás sus **maneras tóxicas de dirección** y se centren en **apoyar a sus profesionales**, el valor más importante de la empresa

