

GUÍA

18 claves para conectar con tus clientes y cerrar la venta

¿Conoces el lenguaje B1? Es el secreto de esta guía

Existen 6 niveles de lenguaje definidos por el Consejo de Europa.

A1

A2

B1

B2

C1

C2

Bajo

Medio

Alto

Aproximadamente el 60% de la población se comunica en su vida cotidiana usando el **lenguaje B1**. Habitualmente las compañías de seguros se dirigen a sus clientes usando el lenguaje C1. Conclusión: muchos clientes no entienden sus mensajes.

Desde diciembre de 2020, en **Europ Assistance** hablamos el **lenguaje B1**. Es la forma de hablar que usamos la mayoría. Simple, clara y fácilmente comprensible. Fueras las jergas, los tecnicismos y el lenguaje complicado. Hasta aquellos que tienen un nivel cultural más alto lo prefieren, porque entienden antes el mensaje y de forma más clara.

Una nueva forma de relacionarnos con nuestros clientes, evitando incluir información accesoria e innecesaria y limitando nuestros contactos con ellos a lo esencial, así no seremos intrusivos ni acabaremos con su paciencia. Aprende a dirigirte a tus clientes con el **lenguaje B1. Habla de persona a persona y triunfarás**.

Antes de comunicarte con tus clientes, toma nota de estos 3 consejos:

Quién es el lector

Cuál es la mejor forma de dirigirte a él

Peluqueros, profesores, médicos, electricistas... Cualquier persona que esté interesada en adquirir un seguro de Europ Assistance puede ser el receptor. Piensa en ellos. Normalmente no son especialistas en seguros. Hábales de forma directa, clara y precisa.

Cuál es tu objetivo

Qué quieres conseguir

Intenta que, desde el principio, quede claro lo que ofreces y la forma que tiene el receptor de contactar para ampliar la información, resolver dudas y aceptar la oferta.

Qué dudas tiene el cliente

Adelántate ofreciendo respuestas

Ponte en la piel de tu lector y visualiza el supuesto comportamiento que él o ella tendría. Así, aumentarás las posibilidades de alcanzar tu objetivo. Te darás cuenta de que no tienes que molestar a tus lectores con información que no necesitan saber.

Y aquí van las 18 claves

Terminos y condiciones de tu seguro de viaje

¿Qué cubre tu seguro de viaje?

Si la llegada de tu viaje sufre un retraso más allá de su fecha de salida programada, o si no puedes continuar tu viaje debido a uno de los eventos imprevisibles cubiertos que se enumeran en tu poliza, te daremos la posibilidad de pagar durante las fechas de tu viaje y te afecten a ti o a tu compañero de viaje, te reembolsaremos los servicios turísticos no utilizados y no reembolsables que pagaste con antelación al proveedor turístico antes de comenzar tu viaje.

• Sufres un retraso de tu viaje después de tu fecha de salida programada.
• No puedes continuar tu viaje debido a un suceso inspeñido.
Si esto sucede, te pagaremos los servicios turísticos que hayas pagado a tu proveedor turístico antes de la salida y que este no te pueda devolver.

Durante la vigencia de la poliza, Si cumplieres con los beneficios previstos en la presente poliza fuese necesario, si deseas ejercer alguno de los derechos que te otorga la presente poliza, o si se deben actualizar algún dato de la misma, ponte en contacto con tu agente autorizado o con nosotros. Asimismo, esperamos y agradecemos que nos dejes un comentario sobre nuestros productos y servicios. Durante la vigencia de la poliza, si necesitas o necesitas alguna aclaración sobre los términos y condiciones o el modo/procedimiento, ponte en contacto con tu agente de seguros o con nosotros.

Deja que te ayudemos.
¿Tienes alguna pregunta sobre tu seguro?
Ponte en contacto con tu agente de seguros o con nosotros. También nos encantaría conocer tu opinión sobre nuestros productos y servicios.

Las facturas están siendo revisadas.

Nosotros comprobaremos las facturas.

Si los formularios no se presentan en un plazo de 10 días después de la contratación, se considerará la pérdida tras la presentación dentro del plazo fijado en la descripción de la cobertura para la tramitación de pruebas de pérdida.

¿No lo has notificado? ¿No te hemos enviado los formularios en un plazo de 15 días?
Esto significa que nos diste los formularios a tiempo y que seguiste las normas sobre la prueba de pérdidas.

Si alguna razón no estás satisfecho, puedes anular la cobertura prevista en la presente poliza en un plazo de 10 días tras su recepción. Se reembolsará el pago de la prima, siempre que no haya cobrado la diferencia entre los gastos cubiertos y no has podido compartir tu viaje. Envíanos la descripción de la cobertura dentro del plazo fijado en la descripción de la cobertura para la tramitación de pruebas de pérdida.

Todas las transacciones remotas serán legalmente vinculantes para la otra parte.

Algunas veces, firmamos acuerdos sin reunirnos en persona. Dichos acuerdos escritos son legales para ambas partes.

Después, esperamos para ser merecedores de la confianza depositada en nosotros, en todas las etapas de este viaje para protegerte a ti y a tus seres queridos.

Haremos todo lo posible por ganarnos tu confianza y mantenerla, para protegerte a ti y a tus seres queridos.

Elige un título apropiado

Los lectores deciden en unos 7 segundos si van a leer un texto o no. Si el título no responde a sus expectativas ni siquiera comenzarán a leer. Debe ser sencillo, específico y breve. Debe dejar claro de qué trata el texto (la idea principal). Y debe dirigirse al lector, reflejando un interés por sus preocupaciones.

01

Escribe la idea principal al principio

No te guardes el objetivo del texto para el final, empieza precisamente por él.

Así se aseguras de que se lee y, al entender bien el objetivo del texto, al lector le resultará mucho más fácil el texto.

02

Apartados claros con ideas definidas

Asegúrate de que, en los apartados, también escribas las cosas más importantes al principio. Igual que en el punto 2, ¿has escrito tu objetivo al principio? Si lo has hecho, el resto del apartado será probablemente más fácil de comprender.

03

Elige subtítulos adecuados

Escribe la idea principal del texto justo al principio del texto. Después, organiza tus apartados de acuerdo con las preguntas que podría plantearse el lector y las respuestas como subtítulos. En cada apartado, responde a una pregunta como máximo.

04

Escribe textos cortos

A las personas no les gustan los textos largos. Y tampoco tienen tiempo para leerlos. Limitate a tu objetivo y no des más información de la necesaria para alcanzarlo. Saber transmitir la información en pocas palabras mejora la comprensión, la claridad y la credibilidad.

05

Redacta frases cortas

De 10 a 12 palabras de media. Intenta formular una frase por frase. Si hay más de uno mucha gente no lo captará adecuadamente. Ayúdate de listas para hacer más digerible la información. Los esquemas "pregunta/respuesta" o "Sí.../entonces..." también suelen resultar muy útiles.

06

Redacta las frases en voz activa

"La póliza ha sido enviada". En la frase en voz pasiva no está claro quién hace o necesita que se haga algo. Además, es impersonal y distante. Es mucho más claro y amigable usar la voz activa: "Ya te hemos enviado la póliza". El sujeto es claro, Europ Assistance es quien te está hablando.

07

No utilices construcciones extensas

Aquellas donde la información que debería ir agrupada, está dispersa. Hacen que los lectores tengan que colocar la estructura de la frase y es probable que el resultado no sea bueno. Trata de agrupar las ideas, ordenar y simplificar.

08

No empleas dobles negaciones

En un lenguaje sencillo no se usan. Hacen que las frases sean abstractas y difíciles de entender. Con una doble negación, estás esperando que los lectores «traduzcan» por sí mismos la frase en una que sea más comprensible y, al hacerlo, averigüen exactamente lo que tú, el autor, quieres decir realmente.

09

Utiliza palabras específicas

Para ser claro las palabras tienen que ser específicas. Usa palabras que ayudan a conceptos claros, comprensibles. Aunque no siempre es así, así que trata de describir de la forma más sencilla y concisa posible lo que quieres transmitir. Las palabras abstractas hacen que un texto sea impersonal.

10

Redacta frases cortas

Europ Assistance (en adelante, la Compañía) ha recibido los documentos requeridos, certificados y pruebas médicas vigentes para la gestión del siniestro, de conformidad con el período de cobertura de la póliza de seguros y con las disposiciones de la póliza.

11

Usa verbos en vez de sustantivos

Sustituir canónicos en transformar verbos en sustantivos, por ejemplo, mediante palabras que terminan en «-ión». El inconveniente es que hacen que el texto sea impersonal y crea una separación entre tu lector y tú. El truco para evitarlo es simple: pon un sujeto en tu frase.

12

Emplea palabras de uso frecuente

Utiliza las palabras habituales que las personas usan en su lenguaje cotidiano, en conversaciones normales del día a día, en el trabajo, de compras o con amigos. Son más comprensibles y hacen que el lenguaje sea más fluido. Son palabras de uso frecuente que facilitan la comunicación.

13

Evita el lenguaje especializado

Con palabras o frases familiares para el autor, pero a menudo desconocidas para los demás. Date cuenta de que algunas palabras pueden ser muy comunes dentro de algunos entornos y, sin embargo, no tanto para la mayoría. Asegúrate de que el cliente entenderá tu mensaje.

14

No al lenguaje demasiado formal

Crea separación entre la persona que escribe el texto y la persona que lo recibe. Es un lenguaje que nunca usarás con tus hijos o amigos. Tiende a ser percibido como tedioso e irritante. Es menos entendible. Expírate de forma natural, como si estuvieras con la persona a la que te diriges.

15

Escribe de forma precisa

Evita las palabras ambiguas si es posible, aquellas que tienen más de un significado. Si las usas, el contenido debe dejar claro cuál es la definición a la que te estás refiriendo. Si no estás perfectamente claro, es mejor usar otra palabra más sencilla y clara, para que todos los lectores la entiendan inmediatamente.

16

No uses eufemismos

Los eufemismos son palabras o frases suavizadas. Utilizamos los eufemismos porque algunas veces preferimos no ser específicos. Suavizan la realidad alterándola y dan como resultado una lengua abstracta o ambigua que incumple los criterios del lenguaje B1.

17

Practica un uso uniforme de la palabra

En un lenguaje sencillo es importante que utilices las mismas palabras para el mismo concepto. Si usamos sinónimos y vamos cambiando, algunos receptores no entenderán que se está haciendo referencia a lo mismo y podemos dificultar su entendimiento.

18

Deduciremos, cobraremos o restaremos impuestos.

Deduciremos, cobraremos o restaremos impuestos.

19

En caso de sospecha de fraude, la póliza no será anulada por la aseguradora en el siguiente caso

• Cuando el asegurado pueda demostrar que no se incluyeron informaciones erróneas a propósito.

20

En caso de duda, te remitimos a tu intermediario de seguros. Por consiguiente ponte en contacto con tu agente de seguros. Puedes preguntar a tu administrador financiero en todo momento para que te haga los cálculos exactos.

Tu agente de seguros también te puede explicar todas las consecuencias fiscales.