

@danigfinanzas

MASTERCLASS EFECTIVAS PARA AGENTES DE SEGUROS



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

CÓMO USAR ESTE EBOOK

Este libro es una guía para que llenes tus clases en Zoom y consigas clientes o socios cada semana, sin complicaciones

Paso 1. Cada semana trabaja solo un objetivo

- 🚫 Venta de pólizas: *Vida, Salud, IUL, Término o Anualidades.*
- 🚀 Reclutamiento: *atraer personas que quieran unirse a tu equipo.*

Paso 2. Prepara tu “Motor de Tráfico Doble”

- Orgánico: publica videos cortos (Reels), historias y posts educativos.
- Pago: usa anuncios estratégicos para conseguir registros.
- Meta: llenar tu clase en Zoom con personas calificadas.

CÓMO USAR ESTE EBOOK

Paso 3. Usa la estructura y el guión

En este ebook tienes el formato exacto para tus clases: cómo iniciar, qué decir, cuándo mostrar ejemplos y cómo cerrar.

Paso 4. Activa recordatorios

Envía mensajes antes y después del evento:

- Antes: *fecha, hora, y un recordatorio con un regalo por puntualidad.*
- Después: *el enlace de la grabación y tu llamada a la acción (agenda o aplicación).*

Paso 5. Repite y mejora

Haz una clase cada semana o cada dos.

Mide tres cosas:

- Cuántos se registraron.
- Cuántos asistieron.
- Cuántos agendaron cita o aplicaron.

Así sabrás qué mejorar la próxima vez.

POR QUÉ MASTERCLASS + ZOOM LLENO

**Las masterclass son la forma más rápida
y confiable de ganar *autoridad,
confianza y clientes.***

**Cuando enseñas en vivo, las personas te
ven como *experto, no como vendedor.***



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

POR QUÉ MASTERCLASS + ZOOM LLENO

1. Enseñar genera confianza

Una clase bien hecha demuestra que sabes de lo que hablas.

En lugar de “**vender**”, educas, y eso crea respeto.

Las personas confían más en quien les explica con claridad que en quien les promete cosas.

EJEMPLO:

Una agente muestra en vivo cómo comparar pólizas y ahorrar.

Los asistentes entienden, confían... y terminan pidiéndole una cita.

POR QUÉ MASTERCLASS + ZOOM LLENO

2. “Uno a muchos”: ahorras tiempo y multiplicas resultados

Con una masterclass puedes hablar con 20, 50 o 100 personas al mismo tiempo.

Eso significa más alcance, más citas y más oportunidades, sin duplicar tu esfuerzo.

En una hora puedes generar lo que antes te tomaba un mes en reuniones individuales.



OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

POR QUÉ MASTERCLASS + ZOOM LLENO

3. El poder del grupo

Cuando varias personas aprenden juntas, se crea energía, emoción y curiosidad.

El chat en vivo, los comentarios y los testimonios hacen que otros se animen a participar.

Eso genera una sensación de comunidad y pertenencia.

POR QUÉ MASTERCLASS + ZOOM LLENO

4. Es medible y escalable

Una vez que haces tu primera clase, puedes repetirla, mejorarla y medir resultados.

- **Registros:** *cuántas personas se inscriben*
- **Asistencia:** *cuántos realmente entran al Zoom.*
- **Citas o aplicaciones:** *cuántos quieren saber más.*

Con estos tres números sabrás si tu sistema está funcionando.

POR QUÉ MASTERCLASS + ZOOM LLENO

5. El secreto está en el sistema

La clave no es tener suerte, sino tener un proceso repetible:

1. Crear expectativa.
2. Enseñar con claridad.
3. Hacer una invitación (CTA).
4. Dar seguimiento.

Si lo repites cada semana, tu Zoom siempre estará lleno y tus resultados crecerán.

En resumen:

Enseñar = Ganar confianza.

Confianza = Citas.

Citas = Clientes o socios.

ESTRUCTURA DE UNA MASTERCLASS

Una buena clase tiene ritmo, claridad y propósito.

La meta es guiar a las personas desde el interés, hasta la acción, sin parecer que vendes.



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

ESTRUCTURA DE UNA MASTERCLASS

Masterclass de 60 minutos

1. Hook + Promesa (3 min)

Empieza con una pregunta que despierte curiosidad:

"¿Qué pasaría si hoy tu ingreso se detuviera por 3 meses?"

Luego di qué aprenderán en la clase.

"En 60 minutos sabrás cómo proteger tu dinero sin complicarte."

2. Quién soy (2 min)

Preséntate de forma breve y natural:

"Soy [tu nombre], y ayudo a familias a proteger lo más importante con planes simples y claros."



ACADEMIA DE
AGENTES
de seguros digitales

ESTRUCTURA DE UNA MASTERCLASS

3. El problema (7 min)

Explica los errores comunes que la gente comete.

Haz que el público piense: *“eso me pasa a mí.”*

4. Tu método (15 min)

Enseña tu sistema de forma práctica.

“Uso 3 pasos: Diagnóstico – Diseño – Seguimiento.”

Sé claro, no técnico.

5. Caso real (10 min)

Cuenta una historia corta que muestre resultados reales (sin prometer).

Las historias conectan más que los datos.

ESTRUCTURA DE UNA MASTERCLASS

6. Objeciones + Prueba social (8 min)

Muestra testimonios o resultados.

Responde dudas con empatía:

"No tengo tiempo", "No entiendo", "Lo hago después".

7. Oferta o CTA (10 min)

Haz una invitación amable y directa:

"Agenda tu diagnóstico gratuito hoy y recibe un bono especial."

Repite el CTA dos o tres veces durante la clase.

Versión 90 minutos

Agrega 10–15 minutos para una mini encuesta o diagnóstico en vivo.

Eso genera más conexión y más citas.

GUIONIZACIÓN EFECTIVA (PLANTILLA BASE)

Un buen guión hace que tu clase fluya con naturalidad y mantenga la atención **de principio a fin.**

No se trata de memorizar, sino de tener una guía clara que te ayude a conectar y vender sin parecer vendedor.



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

ESTRUCTURA DEL GUIÓN

1. Hook (inicio con impacto)

Empieza con una pregunta o frase fuerte:
"Si mañana perdieras tu ingreso, ¿tu familia estaría protegida o en riesgo?"

2. Promesa

Cuenta qué aprenderán:
"En 60 minutos vas a entender cómo proteger tu dinero sin complicarte."

3. Quién soy

Preséntate de forma breve y humana:
"Soy [tu nombre] y he ayudado a familias a proteger su futuro con planes simples."

4. Problema + Consecuencia

Muestra el error común:
"Muchos piensan que el seguro es caro... hasta que lo necesitan."



ACADEMIA DE
AGENTES
de seguros digitales

ESTRUCTURA DEL GUIÓN

5. Tu método (3 a 5 pasos)

Explica tu sistema:

“Diagnóstico – Diseño – Seguimiento.”

Usa ejemplos sencillos.

6. Caso real

Cuenta una historia breve que dé confianza.

“Una familia logró ahorrar y tener cobertura completa sin gastar más.”

7. Objeciones rápidas

Responde con empatía:

“No tengo dinero.” → “Por eso existe un diagnóstico gratuito.”

8. Oferta / CTA

Invita con claridad:

“Agenda tu evaluación gratuita hoy y recibe un bono especial.”

9. Cierre

Termina inspirando acción:

“Proteger tu futuro empieza con una decisión. Hazla hoy.”

ENFOQUE A VENTA DE PÓLIZAS

Tu meta aquí es *enseñar* primero y *vender* después.

Cuando ayudas a entender, el cliente *confía* y compra sin presión.

Cada tipo de póliza tiene su propio enfoque y emoción principal.



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

ENFOQUE A VENTA DE PÓLIZAS

4.1 Wealth / IUL

Hook:

“¿Te gustaría que tus ahorros crecieran sin riesgo de perderse?”

Promesa:

“Aprenderás cómo proteger y hacer crecer tu dinero con el modelo IUL.”

Claves:

- Habla de metas, protección y crecimiento.
- Usa ejemplos con rangos, nunca garantías.
- Foco emocional: seguridad y libertad futura.

CTA:

“Agenda tu diagnóstico IUL de 20 min y recibe una checklist de metas.”

ENFOQUE A VENTA DE PÓLIZAS

4.2 Salud

Hook:

"Una emergencia médica puede costar lo que ahorraste en 5 años."

Promesa:

"Te enseñaré a elegir un plan sin pagar de más."

Claves:

- Explica conceptos simples: deducible, red y copagos.
- Enfatiza en cuidar a la familia y evitar deudas.

CTA:

"Pide tu evaluación gratuita y recibe opciones en 24 horas."

ENFOQUE A VENTA DE PÓLIZAS

4.3 Vida (permanente)

Hook:

"¿Tu amor alcanza para pagar las cuentas si mañana faltas?"

Promesa:

"Cómo proteger a tu familia con una póliza que crece contigo."

Claves:

- Habla de ingresos protegidos, deudas y legado.
- Foco emocional: amor, responsabilidad, tranquilidad.

CTA:

"Solicita tu análisis y cotización personalizada."



ACADEMIA DE
AGENTES
de seguros digitales

ENFOQUE A VENTA DE PÓLIZAS

4.4 Anualidades

Hook:

“¿Te imaginas tener ingresos de por vida, pase lo que pase?”

Promesa:

“Descubre cómo convertir tus ahorros en pagos mensuales para siempre.”

Claves:

- Explica que es estabilidad, no promesa de riqueza.
- Enfatiza en vejez digna y tranquilidad.

CTA:

“Agenda tu simulación de ingresos y asesoría gratuita.”

ENFOQUE A VENTA DE PÓLIZAS

4.5 Vida a Término

Hook:

"Protege la etapa más cara de tu vida con el costo más bajo."

Promesa:

"Te enseño cómo calcular exactamente cuánto necesitas."

Claves:

- Ideal para jóvenes y familias en crecimiento.
- Foco emocional: proteger el hogar y los hijos.

CTA:

"Cotiza tu plan en 10 minutos y conoce tu mejor opción."



ACADEMIA DE
AGENTES
de seguros digitales

ENFOQUE B RECLUTAMIENTO (FRANQUICIA DIGITAL)

Este enfoque sirve para atraer personas que quieran construir su propio negocio en seguros.

Tu meta es inspirar y mostrar una oportunidad real, sin prometer resultados rápidos.



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

ENFOQUE B RECLUTAMIENTO (FRANQUICIA DIGITAL)

Hook

"Si pudieras ganar por resultados y construir un negocio digital desde casa, ¿cuánto cambiaría tu vida?"

Promesa

"Te mostraré cómo funciona el modelo de franquicia digital de seguros: sistema, mentoría y crecimiento real."

Claves del mensaje

- Explica que no se necesita experiencia, solo compromiso.
- Muestra el proceso paso a paso: capacitación, herramientas digitales y acompañamiento.
- Comparte un caso real de alguien que empezó desde cero.
- Enfoca en emociones: libertad, propósito y comunidad.

ENFOQUE B RECLUTAMIENTO (FRANQUICIA DIGITAL)

Objeciones comunes

"No sé vender." → "Aquí te enseñamos paso a paso."

"No tengo tiempo." → "Tú eliges tu ritmo."

"No sé de tecnología." → "Usamos herramientas simples."

CTA

"Aplica a una entrevista 1:1 y prueba nuestro sistema por 7 días."

Habla desde tu experiencia. La gente no busca jefes, busca un camino claro y un buen mentor.



ACADEMIA DE
AGENTES
de seguros digitales

GRABACIÓN DE VIDEOS (PRE Y POST EVENTO)

Los videos son la clave para atraer más personas y mantener el interés antes y después de tu clase.

No necesitas un estudio, solo buena luz, buena actitud y un mensaje claro.



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

GRABACIÓN DE VIDEOS (PRE Y POST EVENTO)

Antes del evento (para invitar)

Tipos de video:

- Teaser (30–45 segundos):
- Explica qué aprenderán y cómo inscribirse.
- “Soy [tu nombre]. En 60 minutos te enseñaré cómo proteger tu dinero sin complicarte.
- Escribe CLASE y te envío el acceso.
- Mini clase (1–2 minutos):
- Da un consejo útil y termina con una invitación al evento.
- Historia o reel diario:

Muestra tu preparación o testimonios breves.
Mantén presencia constante.

GRABACIÓN DE VIDEOS (PRE Y POST EVENTO)

Durante y después del evento

- Graba fragmentos breves (10–30 segundos) de tu clase en Zoom.
- Pueden usarse luego como clips o anuncios.
- Pide testimonios en video a los asistentes.
- Ejemplo: “¿Qué fue lo que más te ayudó de la clase?”
- Después del evento, publica:
 - Un clip con la mejor parte.
 - Un mensaje de agradecimiento.
 - Un recordatorio del CTA (agenda o aplicación).

FIBRAS EMOCIONALES Y OBJECIONES

**Vender seguros no es hablar de pólizas,
sino de emociones.**

**Las personas compran cuando entienden
con la cabeza y sienten con el corazón.**

**Aquí tienes los principales miedos,
deseos y cómo responderlos.**



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

FIBRAS EMOCIONALES Y OBJECIONES

Venta de pólizas

Miedos comunes:

Enfermarse y endeudarse.
Morir y dejar deudas.
Llegar a viejo sin ingresos.
Perder los ahorros.

Deseos reales:

Tranquilidad, protección, estabilidad.
Dejar legado, cuidar a los hijos, dormir en paz.

Objeciones típicas:

"Está caro."
"Lo pienso luego."
"No entiendo bien."

Respuestas simples:

"Más caro es no estar preparado."
"El mejor momento para protegerte es antes de necesitarlo."
"Te lo explico paso a paso, es más simple de lo que parece."

Frases que conectan:

"Pagas por tranquilidad, no por miedo."
"Ojalá no lo uses... pero si pasa, te salva."



ACADEMIA DE
AGENTES
de seguros digitales

FIBRAS EMOCIONALES Y OBJECIONES

Reclutamiento

Miedos comunes:

- No saber vender.
- Fallar.
- No entender la tecnología.

Deseos reales:

- Ingresos extra.
- Libertad de tiempo.
- Pertenecer a un equipo.

Frases que inspiran:

“No buscas un jefe, construyes tu propio sistema.”

“No es suerte, es estructura que se repite.”



ACADEMIA DE
AGENTES
de seguros digitales

SPEECH DE CIERRE

**El cierre no es el momento de presionar,
sino de guiar.**

**Después de enseñar y conectar, solo
necesitas invitar con claridad y
confianza.**



ACADEMIA DE

AGENTES

de seguros digitales

OPEN MINDS AGENCY STUDIOS LLC

SPEECH DE CIERRE

Cierre de Venta

"Hoy viste que proteger o hacer crecer tu dinero no es complicado, solo necesitas el plan correcto."

Agenda tu diagnóstico gratuito de 20 minutos ahora mismo en el chat.

Los que agenden hoy recibirán un bono especial.

Te acompaño paso a paso para que tomes la mejor decisión."

Tip:

Habla con voz tranquila y sonriente.

Repite el CTA al menos dos veces antes de terminar.

SPEECH DE CIERRE

Cierre de Reclutamiento

"Si quieres construir una franquicia digital sería y con acompañamiento, aplica a la entrevista 1:1.

No es para todos, busco compromiso y ganas de aprender.

Los primeros en aplicar reciben un bono de bienvenida.

Vamos a hacerlo bien, paso a paso."

Tip:

Termina con energía positiva, como una invitación, no una presión.

Frase final para ambos:

"Decidir hoy puede cambiar tu futuro. Y si no lo haces, igual decidirás... solo que más tarde."



ACADEMIA DE
AGENTES
de seguros digitales

LAS MASTERCLASS NO SOLO VENDEN PÓLIZAS O RECLUTAN PERSONAS

Construyen confianza, autoridad y relaciones reales.

Aplica este sistema paso a paso:
enseña, conecta, invita y repite.
Cada clase te hará mejor y traerá nuevos resultados.

No busques hacerlo perfecto, busca hacerlo constante.

“La constancia vence al talento cuando el talento no actúa.”

Sigue enseñando, sigue ayudando y tus clientes llegarán solos.