

agentwsieci.pl

# 21 SKUTECZNYCH SPOSOBÓW ZNALEZIENIA KLIENTA NA UBEZPIECZENIA PRZEZ INTERNET I MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Przygotował:  
Przemysław Pająk

# ZANIM ZACZNIESZ...



Mam na imię Przemek i jestem autorem bloga [agentwsieci.pl](http://agentwsieci.pl)

Dziękuję Ci za pobranie tego e-booka! Jestem przekonany, że zawarte w nim materiały pomogą Ci odnaleźć nowych klientów za pomocą social media lub dadzą pomysł na nowe ścieżki sprzedaży.

Na kolejnych stronach znajdziesz 21 sposobów pozyskiwania klientów przez Internet oraz zbudowania marki osobistej wraz z podpowiedziami jak wykorzystać te narzędzia w biznesie ubezpieczeniowym. Bardzo cenię Twój czas, dlatego dodatkowo, wypisałem plusy i minusy dzięki czemu od razu ocenisz czy warto zainteresować się danym narzędziem i poświęcić na niego zasoby i energię.

Jeżeli po skończonym e-booku masz jakieś uwagi lub uważasz, że o czymś zapomniałem - napisz proszę na [przemek@agentwsieci.pl](mailto:przemek@agentwsieci.pl) i z przyjemnością wymienię się doświadczeniami.

## Dziękuję i... zapraszam Cię do lektury!

# ZAWARTOŚĆ

1. Profil osobisty na Facebooku.
2. Fanpage na Facebooku.
3. Reklama Facebook Ads.
4. Grupy na Facebooku.
5. Fanpage innych firm na Facebooku.
6. Google Moja Firma.
7. Reklama Google Ads.
8. Profil LinkedIn.
9. Profil Goldenline.
10. Newsletter/e-mail marketing.
11. Profil na Instagramie.
12. Kanał na YouTube.
13. Webinary.
14. Live.
15. Strona internetowa.
16. Blog.
17. Fora dyskusyjne.
18. Wizytówki NAP (np. Panorama Firm).
19. Marketing szeptany 1:1 w Internecie.
20. Współpraca z innymi firmami.
21. Reklamy na portalach ogłoszeniowych.

# 1. PROFIL OSOBISTY NA FACEBOOKU

Facebook to potężne narzędzie służące do kontaktów z innymi ludźmi na wielu płaszczyznach. Profil osobisty to wizytówka naszego „życia” na tym portalu społecznościowym. Możemy połączyć się ze znajomymi, wrzucać zdjęcia, filmy, dzielić się wydarzeniami z życia. Ludzie mają do Facebooka różne podejście – niektórzy potrafią codziennie wrzucić kilka postów, inni korzystają z niego wyłącznie do łączenia się ze znajomymi i rozmów, a niektórzy wcale.

## Jak wykorzystać prywatny profil do sprzedaży ubezpieczeń?

- komunikacja z potencjalnymi klientami – bliżsi lub dalsi znajomi to również Twoi klienci,
- wrzucanie na tablicę informacji czym się zajmujesz - co możesz zaoferować, jakie masz produkty, aktualne promocje,
- dodawanie klientów do znajomych – nie wszyscy przyjmą zaproszenie i sporo zależy od relacji ale klient w znajomych będzie zawsze „pod ręką” w celu przypomnienia o kontynuacji lub potencjalnych poleceń,
- możesz pisać o ciekawych rzeczach na Twojej tablicy ze świata ubezpieczeń przez co budujesz markę osobistą i stajesz się ekspertem w oczach innych.



- darmowe,
- świetne narzędzie do komunikacji,
- nie wymaga specjalnych konfiguracji,
- nie wymaga regularnego wrzucania treści żeby utrzymać zasięg,



- brak możliwości płatnych reklam,
- ciężiej dotrzeć do nowych, „obcych” klientów,
- nie każdy klient będzie chciał być w Twoich znajomych,
- mniej możliwości profesjonalnego przedstawienia Twojej firmy,
- jeśli używasz profilu do kontaktów z klientami, musisz choć trochę uważać na wrzucane treści,
- limit 5000 znajomych,

## 2. FANPAGE NA FACEBOOKU

Odpowiednik profilu osobistego ale dla Twojej firmy. W przeciwieństwie do profilu, fanpage'ów możesz założyć dowolną ilość i to niekoniecznie w sprawach biznesowych. Jest to obecnie jedno z najpotężniejszych narzędzi marketingowych na świecie pozwalające dotrzeć do mnóstwa nowych klientów, a zadbany, regularnie aktualizowany i przemyślany fanpage przyniesie spore zyski.

### Jak wykorzystać fanpage na Facebooku do sprzedaży ubezpieczeń?

- komunikacja z obecnymi i przyszłymi klientami poprzez treści i wiadomości prywatne,
- poprzez regularne, wartościowe posty budujesz markę eksperta, docierasz do nowych klientów, tworzysz coraz większe zasięgi,
- w jasny sposób przekazujesz informacje o Twojej firmie na pierwszym miejscu, masz możliwość wrzucania „wezwania do akcji” czyli np. przycisku, którym od razu klient może do Ciebie zadzwonić,
- w atrakcyjny sposób możesz pokazać swoją ofertę i dotrzeć dużo szerzej niż w gronie znajomych,
- możesz wykorzystać reklamy, żeby dotrzeć do jeszcze szerszego grona,
- pamiętaj żeby nie każdy Twój post był sprzedażowy – postaraj się dać wiedzę klientowi, zbudować relację i stać się w jego oczach osobą, która zna się na rzeczy,
- nigdy nie kupuj lajków – lajki nie opłacą rachunków, a Twój fanpage może zostać zbanowany



- olbrzymie możliwości konfiguracji,
- docieranie do nowych klientów, budowanie marki wśród nowych osób,
- świetny sposób na pokazanie firmy szerokiej publiczności,
- dobrze skonfigurowana reklama może przynieść wielokrotny zwrot inwestycji,
- darmowe o ile nie zamierzamy wykupić reklam i sami przygotowujemy grafiki,



- wymaga czasu żeby dokładnie skonfigurować, przygotować angażujące treści, zaplanować posty,
- wymaga regularności – długie przerwy w postowaniu powodują ucinanie zasięgów,
- reklamy są płatne,

# 3. REKLAMA FACEBOOK ADS

Świetne i potężne narzędzie marketingowe dzięki, któremu możesz tworzyć reklamy, które potem wyświetlają się innym użytkownikom przeglądającym Facebooka. Dobrze skonfigurowana reklama przynosi realne zyski i inwestycja może zwrócić się wielokrotnie. Do wyboru mamy olbrzymią ilość ustawień i docierać możemy do każdego – możemy wybrać nawet takie rzeczy jak zainteresowania, wiek, przedział wiekowy, w jakim miejscu ma być reklama. Reklamować możesz posty, video, grafiki, Twoją ofertę czy nawet zbierać telefony razem ze zgodą na kontakt.

## Jak wykorzystać reklamy Facebook Ads do sprzedaży ubezpieczeń?

- stwórz atrakcyjną reklamę. Ładna grafika lub ciekawe video szybciej zainteresuje potencjalnego klienta niż ściana tekstu. Określ budżet i profil widowni. Określ jasno wezwanie do akcji „zadzwoń”, „wyślij wiadomość”, „zostaw numer”,
- określ cel kampanii - najlepszymi są typy na informowanie o Twojej firmie, wysłanie wiadomości, telefon do Ciebie lub zbieranie telefonów przez formularz, reszta to przepalanie budżetu w ubezpieczeniach,
- testuj różne grafiki, nagłówki, teksty, wezwania do akcji. Użyj opcji "Dynamic Creative" wtedy Facebook sam sprawdzi, które połączenie jest najlepsze,
- sprawdź na co jest sezon (np. podróże) i stwórz atrakcyjną reklamę mówiącą językiem KORZYŚCI dla klienta – co możesz mu dać,



- olbrzymie możliwości konfiguracji,
- dociera do każdego kogo określisz na Facebooku,
- dobrze skonfigurowana przynosi realne zyski,
- jedno z najbardziej skutecznych narzędzi w mediach społecznościowych i Internecie,
- reklamy wyświetlają się również na Instagramie



- płatne,
- żeby lepiej wykorzystać narzędzie trzeba spędzić trochę czasu na nauce,
- można stracić sporo pieniędzy przez źle skonfigurowaną reklamę,
- trzeba albo samemu przetestować mnóstwo reklam i znaleźć najlepszą dla siebie albo spędzić czas na lekcjach/warsztatach marketingowych.

## 4. GRUPY NA FACEBOOKU

Kolejne miejsce na Facebooku, w którym możesz działać zarówno z profilu osobistego jak i fanpage. Grupy na Facebooku to nic innego jak zbiorowiska ludzi wokół danego tematu – często idące w dziesiątki tysięcy. Dzięki grupom możesz znaleźć ludzi skupionych wokół interesującego Cię zagadnienia i do nich dotrzeć.

### Jak wykorzystać grupy na Facebooku do sprzedaży ubezpieczeń?

- znajdź lokalne grupy typu „ogłoszenia”, „sprzedam-oddam” „miasto x – tablica ogłoszeń” itp.,
- wrzuc swoją treść sprzedażową np. ulotkę i napisz parę zdań o niej, możesz to zrobić np. z profilu osobistego, udostępnić link do swojego fanpage’a lub strony, udostępnić post z fanpage,
- jeśli chcesz zaangażuj się w dyskusje na grupach dzięki czemu zaczniesz budować relacje i znajdziesz nowych klientów,
- jeśli szukasz osób do współpracy możesz wykorzystać grupy typu "szukam pracy"



- darmowe,
- docierasz do wybranej grupy np. lokalnych przedsiębiorców, lub osób z danego miasta,
- łatwe w wyszukiwaniu i we wrzucaniu treści,
- nie wymaga regularności.



- to czy Twoja treść zostanie zaakceptowana zależy często od „widzimi się” administratorów,
- Twoje treści mogą szybko zginąć w zalewie innych ogłoszeń.

## 5. FANPAGE INNYCH FIRM NA FACEBOOKU

Co to jest Fanpage już wiesz natomiast oczywistym jest, że inne firmy w okolicy będą miały swoje. Komentując posty na innych Fanpage możesz dotrzeć do ich fanów, a jeśli dogadasz się z właścicielem możesz dokonać np. wymiany postów (Ty polecisz jego Fanpage, on Twój). Możesz też podejrzeć Fanpage konkurencji żeby wiedzieć co u niego... ;)

### Jak wykorzystać Fanpage innych firm do sprzedaży ubezpieczeń?

- poszukaj Fanpage lokalnych przedsiębiorców lub osób z Twoich okolic,
- angażuj się w dyskusję żeby pokazać swoją firmę i dać się zauważyć,
- jeśli znasz przedsiębiorców z dużą liczbą fanów spróbuj wymienić się poleceniami żeby zwiększyć swoje zasięgi,



- darmowe,
- można zbudować bardzo szerokie zasięgi i dać poznać swoją firmę na lokalnym rynku.



- wymaga czasu żeby wyszukać odpowiednie strony,
- trzeba przemyśleć treść i pisać „taktowne” komentarze – informacja o ubezpieczeniu pod postem o powodzi na pewno nie przyniesie nam fanów.



## 6. GOOGLE MOJA FIRMA

Wejdź w wyszukiwarkę Google i wpisz „ubezpieczenia kraków” lub jakiegokolwiek inne miasto. Na pewno zauważysz, że wyświetla się duża mapa i na niej oznaczone są placówki. To właśnie wizytówka Google Moja Firma, którą może założyć sobie każdy. Oprócz podstawowych informacji, naszej oferty oraz umieszczenia na mapie możemy również zbierać opinie (co wpływa na to jak „wysoko” będzie wyświetlona Twoja firma), wrzucać regularnie wpisy, a nawet stworzyć prostą stronę internetową.

### Jak wykorzystać Google Moja Firma do sprzedaży ubezpieczeń?

- stwórz profil swojej firmy i dokładnie go uzupełnij w niezbędne informacje,
- przedstaw swoją ofertę,
- od czasu do czasu napisz aktualizację na temat swojej firmy,
- wyślij do klientów link z prośbą o ocenę Twojej pracy – poprawi to widoczność na mapie,
- zainstaluj aplikację dzięki czemu będziesz miał możliwość czatu z klientami - w wersji komputerowej niestety jej nie ma.



- darmowe,
- podstawa do "zaistnienia" Twojej firmy w Internecie
- bardzo proste narzędzie, wystarczy mieć konto Google,
- możesz analizować jakich fraz szukają klienci i jak docierają do Twojej firmy, ilość wyświetleń Twojej firmy w mapach, w wyszukiwarce
- zbieranie opinii nie tylko poprawia Twoją pozycję w wyszukiwaniu ale buduje Twoją markę,
- często może zastąpić stronę internetową jeśli nie planujesz rozpisywać się na temat oferty lub budować skomplikowanych formularzy kontaktu,



- długi czas „przebijania” się na górę przez konkurencję
- o ile klient sam do Ciebie nie napisze, nie możesz się skontaktować,
- możesz otrzymać negatywne oceny od „trudnych” klientów,

# 7. REKLAMA GOOGLE ADS

Przy punkcie wyżej można było zauważyć, że po wpisaniu „ubezpieczenia kraków” nad mapą pojawiło się kilka stron z małym napisem „reklama”. To właśnie reklama Google Ads, którą możemy uruchomić przez Google Moja Firma i konto reklamowe, dzięki czemu przez określony czas i na określone „wyszukiwania” będziemy pojawiać się na samej górze.

## Jak wykorzystać reklamy Google Ads do sprzedaży ubezpieczeń?

- ustaw reklamę na odpowiednie słowa kluczowe np. „ubezpieczenia + Twoje miasto” dzięki czemu potencjalni klienci szybko zauważą Twoją firmę,
- popularne słowa kluczowe to "tanie OC", "ubezpieczenie + miasto", nazwy popularnych towarzystw, "oświadczenie o wypadku",
- analizuj wyniki reklamy i sprawdzaj jaki tekst działa najlepiej.



- skuteczna,
- zdobywamy pozycję nr 1 w Google, która przejmuje nawet do 80% wszystkich kliknięć.



- trzeba spędzić trochę czasu na wyszukiwanie odpowiednich słów kluczowych i ustawienie reklamy,
- dużo droższa niż reklama Facebook Ads.

## 8. PROFIL LINKEDIN

LinkedIn to również portal społecznościowy ukierunkowany bardziej na biznesową stronę społecznościową niż rozrywkową jak Facebook. Można powiedzieć, że jest to swego rodzaju wirtualne CV i centralną częścią profilu jest nasza kariera. Tutaj również możesz pisać ciekawe treści i przyciągać do siebie klienta w ten sposób. Przez LinkedIn możesz łatwiej dotrzeć do osób decyzyjnych lub zrekrutować nowych członków do swojego zespołu.

### Jak wykorzystać profil LinkedIn do sprzedaży ubezpieczeń?

- stwórz atrakcyjny i profesjonalnie opisany profil, opisz swoją karierę w ubezpieczeniach, pokaż czym się zajmujesz i jakie masz umiejętności,
- poszukaj kontaktów wśród znajomych i zbuduj sieć kontaktów. Dodawanie kompletnie obcych osób nie zawsze jest skuteczne, dlatego postaraj się poszukać jakiegoś powiązania w pierwszej wiadomości. Nie rób "twardej sprzedaży" od samego początku, postaraj się zbudować relację,
- jeśli zarządzasz zespołem sprzedażowym LinkedIn jest świetnym narzędziem do szukania potencjalnych członków zespołu,
- napisz co jakiś czas ciekawy artykuł o ubezpieczeniach, coś na co inni będą mogli zareagować i przez to zbudujesz relację,
- szukaj aktywnie lokalnych przedsiębiorców, nawiązuj kontakty z osobami decyzyjnymi.



- świetny sposób na dotarcie do przedsiębiorców i osób decyzyjnych,
- możesz nie tylko szukać klientów ale budować ciekawe relacje biznesowe tak jak w przypadku spotkań networkingowych,
- darmowe,



- wymaga czasu żeby zbudować sporą sieć,
- ciężko znaleźć odpowiednie osoby do sieci, LinkedIn mocno naciska na płatną opcję premium

# 9. NEWSLETTER

Wielu mówi, że newsletter e-mailowy to przestarzałe i martwe narzędzie. Mówią też, że nikt nie czyta poczty. Są jednak osoby, które dobrze zrobioną listę mailingową cenią jako inwestycję dobre mieszkanie, a lista przynosi im ciągłe zyski. Dzięki newsletterowi możesz dotrzeć do naszego klienta zawsze kiedy chcesz przekazać jakąś promocję, dać wartość lub podsumować ostatnie wydarzenia. Newsletter można wykorzystać do tzw. „etycznej indoktrynacji” czyli odpowiednimi treściami sprawić, że klient będzie bardziej chętny wykupić ubezpieczenie.

## Jak wykorzystać newsletter do sprzedaży ubezpieczeń?

- zbuduj listę mejlingową ze swoich klientów, oczywiście z odpowiednimi zgodami,
- pisz regularne ale niezbyt częste treści przykładowo: podsumowanie wiadomości ubezpieczeniowych, najświeższe promocje, wiadomości edukacyjne, statystyki,
- co jakiś czas wyślij e-maila typowo sprzedażowego,
- Przykładowy ciąg mejli: podziękowanie za zapis => artykuł na temat jakiegoś ubezpieczenia => mejl ze statystykami np. odnośnie chorób => zaproszenie na bezpłatną konsultację ubezpieczeniową



- dobrze zbudowana lista mejlingowa jest ciągłym źródłem klientów,
- możesz wysłać bardzo spersonalizowane treści i dokładnie przedstawić swoją ofertę,
- możesz rozbudowywać listę praktycznie bez końca.



- zarówno zbudowanie jak i wysyłanie mejli wymaga mnóstwo czasu (chyba, że wydasz pieniądze na automatyzację),
- łatwo przesadzić i zaspamować klienta,
- klienci niechętnie zapisują się do newslettera tak po prostu (trzeba pomyśleć o jakichś korzyściach dla klienta wynikających z newslettera)

# 10. PROFIL NA INSTAGRAMIE

Instagram to obok Facebooka kolejny najpotężniejszy portal społecznościowy z milionami użytkowników. Instagram skupia się bardziej na zdjęciach i krótkich filmikach niż treściach pisanych i kojarzy się z bardziej rozrywkową częścią internetu – pokazujemy podróże, jedzenie, słodkie szczeniaczki. Jeśli mamy pomysł można go wykorzystać do biznesu.

## Jak wykorzystać Instagram do sprzedaży ubezpieczeń?

- wymyśl kreatywne treści, zdjęcia i posty, które możesz wrzucać np. zdjęcia super samochodów do reklamy OC, zdjęcia z podróży do turystycznych, zdjęcia rodziny do życiowych,
- szukaj osób w okolicy i polub ich profile żeby zauważyli Twoją obecność – często polubią również Twój w zamian,
- odpowiednio opatrz zdjęcia #hashtagami (krótkie słowa ze znakiem # dzięki którym zdjęcia przypisują się do danej kategorii na Instagramie i wyświetlają dobranym użytkownikom)
- pisz krótkie, zabawne i kreatywne opisy pod zdjęciami,
- pokaż jak pracujesz, nakręć film z codziennej pracy.



- darmowe,
- można dotrzeć do dużej ilości osób,
- jeśli masz dobry pomysł może przynieść sporo nowych leadów lub zbudować Twoją markę.



- wymaga sporej kreatywności,
- wymaga czasu i pomysłu na zdjęcia/filmy,
- ciężko opisać ofertę, a długie ulotki czy opisy nie sprawdzają się,
- ciężko dotrzeć do naszej grupy docelowej,
- nie do końca najlepszy kanał sprzedaży finansowych produktów typu ubezpieczenia.

# 11. KANAŁ NA YOUTUBE

YouTube to najbardziej popularny portal rozrywkowy z filmami na świecie. Znajdziemy tam setki tysięcy godzin filmów nagranych na równie wielką liczbę tematów. Założyć kanał na YouTube i publikować treści może każdy nawet z telefonu komórkowego. Zamiast znajomych na Facebooku czy zapisanych do newslettera „zbieramy” tam subskrypcje czyli osoby, którym nasze filmy będą wyświetlać się w centralnej części. Ciebie interesuje oczywiście żeby materiały obejrzało jak najwięcej potencjalnych klientów.

## Jak wykorzystać kanał na YouTube do sprzedaży ubezpieczeń?

- załóż kanał na YouTube i znajdź tematy, na które możesz nagrywać materiały,
- możesz nagrywać filmy wokół jakiegoś zagadnienia ze świata ubezpieczeń, omówić wady i zalety, stworzyć ze swojego kanału swoiste źródło wiedzy dla potencjalnego klienta,
- mów o tym co robisz, daj się poznać, buduj widownię, która chętnie będzie Cię oglądała żeby się czegoś dowiedzieć – dzięki temu zbudujesz swoją markę, a osoby Cię oglądające zwrócą się do Ciebie z prośbą o ofertę jako do eksperta.



- olbrzymie możliwości przedstawienia siebie i swojej oferty,
- dotrzesz do dużej liczby odbiorców,
- przedstawisz oryginalnie swoją wiedzę, a nie kolejna ściana tekstu.



- skonfigurowanie konta wymaga trochę pracy i wiedzy,
- złożenie odpowiednio dobrego materiału wymaga jeszcze więcej czasu i wiedzy, bo nie sztuka wrzucić roztrzęsione video nagrane ze słabej jakości komórki,
- nie każdy będzie czuł się dobrze przed kamerą,
- ciężko dotrzeć do tej grupy odbiorców, która nas najbardziej interesuje

## 12. WEBINARY

Webinary czyli odpowiednio wcześniej zaplanowane i ogłoszone spotkania na żywo podczas, których zajmujesz się konkretnym tematem. Może to być np. omówienie zalet i wad ubezpieczeń na życie, wywiad z jakimś przedsiębiorcą, seria pytań i odpowiedzi dla klientów lub cokolwiek wymyślisz, a może pomóc w zbudowaniu Twojej marki osobistej i pokazaniu swojej wiedzy. Webinary można prowadzić przez wiele narzędzi np. Facebook, YouTube lub specjalnie do tego stworzone platformy.

### Jak wykorzystać webinary do sprzedaży ubezpieczeń?

- kreatywny sposób na dotarcie do zarówno nowych jak i obecnych klientów,
- możesz wykazać się wiedzą i zbudować silną markę w oczach klienta,
- możesz podjąć współpracę z innymi firmami i zorganizować bardzo ciekawy, wspólny webinar, który przyniesie duże zasięgi



- kreatywny sposób na dotarcie do zarówno nowych jak i obecnych klientów,
- możesz wykazać się wiedzą i zbudować silną markę w oczach klienta,
- możesz podjąć współpracę z innymi firmami i zorganizować bardzo ciekawy, wspólny webinar, który przyniesie duże zasięgi
- darmowe, chyba, że chcesz więcej automatyzacji i większą skalę.



- wymaga sporo czasu, wiedzy i zaangażowania żeby taki webinar zorganizować,
- źle zorganizowany webinar przyniesie więcej szkody niż pożytku.

# 13. LIVE

Inaczej relacja na żywo - podobny do webinaru ale jednak bardziej na spontanie i bez planu – robimy „nagle” relację np. jadąc samochodem i opowiadasz o tym co Ci wpadło do głowy. Przemyslenia, informacje, reakcja na wiadomości, opinia. Do live również możesz użyć np. YouTube, Instagrama, Facebooka.

## Jak wykorzystać live do sprzedaży ubezpieczeń?

- zaszalej – wymyśl coś kreatywnego, odpal relację i reaguj na to co się dzieje,
- opowiedz o swoich przemyśleniach, przekaz darmową wiedzę, zareaguj na wiadomości z rynku ubezpieczeniowego i odpowiadaj na pojawiające się pytania,



- darmowe,
- szybkie do zorganizowania i nie trzeba planować,
- buduje duże zasięgi i można znaleźć klienta „na szybko”.



- może również nie być żadnych reakcji,
- trzeba mieć „węnę” i chęć do występowania przed kamerą.



## 14. GOLDENLINE

Portal działający na tej samej zasadzie co LinkedIn lecz dużo mniej popularny. Wykorzystanie, minusy i plusy praktycznie takie same chociaż przez słabą popularność nie przyniesie takich efektów jak LinkedIn.

# 15. STRONA INTERNETOWA

Czyli Twoje miejsce w Internecie. Temat odwiecznych dyskusji „czy jest potrzebna czy jest niepotrzebna”. Na stronie internetowej możesz zaprezentować wszystko co chcesz o Twojej firmie, długo opisać Twoją ofertę, dać możliwość wysłania do Ciebie wiadomości i wszystkie informacje dla klienta. Można rozważyć również stronę w postaci tzw. Strony lądującej czyli strony, która nie posiada żadnych rozpraszaczy i ma za zadanie tylko jedno – zebrać mejl lub telefon od klienta. W zależności od tego jak podejdziesz do strony może być ona martwym punktem lub skutecznym narzędziem sprzedaży.

## Jak wykorzystać stronę do sprzedaży ubezpieczeń?

- podaj wszelkie informacje, dzięki którym klient może znaleźć Twoją firmę oraz skontaktować się z Tobą,
- zadbaj o pozycjonowanie strony żeby być na wysokich pozycjach w wyszukiwarkach,
- stwórz dobry formularz kontaktowy żeby otrzymywać wiadomości,
- dodaj adres strony do stopki w mejlu, na fanpage, na LinkedIn, do wizytówek NAP żeby zbudować jej pozycję (tzw. SEO),
- pomyśl czy nie chcesz przerobić strony na stronę lądującą oferującą jakąś wartość dla klienta za mejl/telefon.



- dużo możliwości opisanie Twojej firmy,
- strona może służyć do zbierania leadów,
- dajesz potencjalnym klientom odnalezienia Ciebie i uzyskania informacji o firmie,
- raz zrobiona może zostać zostawiona sama sobie i płacimy tylko koszty hostingu i domeny.



- dobra strona to wysoki koszt lub dużo czasu poświęconego na naukę żeby zrobić samemu,
- pozycjonowanie zajmuje dużo czasu lub sporo kosztuje,

# 16. BLOG

Jeśli masz lekkie pióro i dużą wiedzę, blog jest kolejnym sposobem na wyrobienie sobie solidnej marki eksperta i przyciągnięcie klientów. Blog może być założony osobno lub do istniejącej już strony – zdecydowanie polecam opcję drugą, ponieważ pisanie artykułów wpływa pozytywnie na Twoją pozycję w wyszukiwarce Google. Pisać możesz w zasadzie na każdy temat, od przemyśleń odnośnie wydarzeń w świecie ubezpieczeń, przez artykuły edukacyjne po krótkie listy, wywiady i poradniki

## Jak wykorzystać blog do sprzedaży ubezpieczeń?

- zintegruj blog ze stroną lub poproś o to swojego programistę. Łatwym sposobem na założenie bloga jest użycie systemu Wordpress, który nie wymaga praktycznie żadnej wiedzy informatycznej,
- przeczytaj w internecie kilka zasad dobrego pisania, o copywritingu, jak pisać żeby przyciągnąć klienta,
- zacznij pisać! Poradnik, 10 sposobów na, co to jest OC, czemu warto mieć turystyczne – temat nie ma znaczenia tak długo jak piszesz to na czym się znasz i co może pomóc Ci przyciągnąć klientów,
- dziel się wpisami na mediach społecznościowych np. fanpage, LinkedIn



- świetne narzędzie do pokazania swojej wiedzy,
- bardzo dobrze wpływa na pozycjonowanie strony,
- w połączeniu z dobrą stroną, listą mejlingową i mediami społecznościowymi buduje olbrzymie zasięgi



- wymaga sporo czasu na napisanie artykułu, wiedzy jak dobrze napisać i promocji,
- wdrożenie może kosztować.

# 17. FORA DYSKUSYJNE

Tak samo jak o e-mail marketingu, mówi się, że fora już umarły. Wystarczy jednak dobrze poszukać i można znaleźć setki for gdzie możesz wdać się w fachową dyskusję, doradzić oraz znaleźć nowych klientów. Mogą to być fora motoryzacyjne gdzie masa ludzi pyta o ubezpieczenia OC, AC, fora firmowe – ubezpieczenia firmowe i budowlane – ubezpieczenia majątkowe.

## Jak wykorzystać fora dyskusyjne do sprzedaży ubezpieczeń?

- poświęć chwilę czasu i wyszukaj tematyczne fora,
- przejrzyj tematy i posty czy jest gdzieś możliwość włączenia się do dyskusji,
- jeśli odpowiesz rzeczowo na dany temat istnieje duże prawdopodobieństwo, że autor lub czytający zwrócą się do Ciebie po ofertę,
- wpisz w swój podpis/stopkę dane Twojej firmy żeby wszyscy widzieli czym się zajmujesz



- darmowe,
- duże możliwości i szerokie zasięgi



- wymaga sporo czasu na szukanie i dyskutowanie

# 18. WIZYTÓWKI NAP

Wizytówki NAP czyli inaczej Name-Address-Phone - Nazwa firmy, adres i numer telefonu. Zazwyczaj są to olbrzymie portale jak np. Panorama Firm, zbierające w jedno miejsce wszystkie biznesy lokalne i podstawowe dane firmy. Takie portale cechuje wysoka pozycja w wyszukiwaniach.

## Jak wykorzystać wizytówki NAP do sprzedaży ubezpieczeń?

- sprawdź najbardziej popularne portale typu Panorama Firm, opinie, findglocal, ubezpiecztu i kilka innych,
- zobacz czy Twoje dane są aktualne, ewentualnie załóż konto/popraw dane,
- obecność na tych portalach zwiększa wiarygodność firmy, a dzięki wysokiej pozycji tych portali nowi klienci mogą Cię "znaleźć".



- darmowe,
- wysoka pozycja,
- zwiększa wiarygodność firmy



- za poprawę czy edycję danych najczęściej trzeba zapłacić,
- brak możliwości kontaktu z klientami z Twojej strony (klient może sam zadzwonić lub dać ocenę, brak konwersacji),
- tylko podstawowe dane

# 19. MARKETING SZEPTANY 1:1 W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

O poleceniach i marketingu szeptanym nie trzeba nikomu przypominać – rekomendacje to podstawa pracy każdego agenta ubezpieczeniowego. Można do tego wykorzystać również media społecznościowe i wszystkie nasze kanały żeby poinformować środowisko czym się zajmujemy lub zdobyć polecenia.

## Jak wykorzystać marketing szeptany do sprzedaży ubezpieczeń?

- napisz do znajomych na facebooku, krótką informację czym się zajmujesz,
- jeśli budujesz newsletter poinformuj od czasu do czasu o swoich usługach,
- jeśli klient dał Ci mejla i masz niezbędne zgody napisz krótkiego mejla z podziękowaniem i prośbą o wejście na stronę/polubienie fanpage/rekomendację,
- zbieraj opinie od klientów na Google Moja Firma, Facebooku i portalach typu opineo.pl – wszystko buduje zasięgi i pozycję,
- angażuj ludzi w swoje treści na Facebooku, najbliższych znajomych poproś o klikanie „Super” zamiast „Lubię to” – takie działanie sprawia, że algorytm Facebooka chętniej nas pokazuje



- darmowe,
- rozmowa 1:1 i marketing szeptany to najlepsza reklama,



- w zasadzie brak, na to warto poświęcić czas ;)

## 20. WSPÓŁPRACA Z INNymi FIRMAMI – WZMIANKA NA BLOGU, STRONIE, LINKI ODSYŁAJĄCE

Taką współpracę możemy podjąć w zasadzie wykorzystując każdy z wcześniej wymienionych kanałów sprzedaży. Wystarczy zwrócić się z odpowiednio przygotowaną ofertą do innej osoby np. wymienienie się udostępnieniami na fanpage i można zyskać nowe zasięgi.

### Jak wykorzystać współpracę do sprzedaży ubezpieczeń?

- przejrzyj lokalne fanpage, strony, blogi,
- odezwij się z odpowiednio przygotowaną ofertą, wymiana linków, wzajemne udostępnienie, artykuł na blogu, wspólny webinar,



- wymiana barterowa zazwyczaj darmowa,
- dobra możliwość na dotarcie do nowych klientów



- sporo czasu na wyszukanie stron i przygotowanie oferty,
- dużo osób może chcieć pieniądze za „udostępnienia”

# 21. REKLAMY NA PORTALACH OGŁOSZENIOWYCH

Mowa tu o portalach typu OLX lub mniejszych lokalnych, które wrzucają np. newsy z naszego miasta. Takie portale często wymagają płatności za konkretne reklamy z odnośnikami do naszej strony ale można wykorzystać je do rekrutacji lub w zawaolowany sposób napisać co oferujemy.

## Jak wykorzystać portale ogłoszeniowe do sprzedaży ubezpieczeń?

- zapytaj o cennik wrzucenia ogłoszenia i jeśli cena nie jest zła – wrzuć ogłoszenie,
- sprawdź czy konkurencja nie wrzuca jakichś ogłoszeń, a jeśli tak to jak długo stoją i jak są napisane,
- wrzuć tego typu ogłoszenie i zobacz czy coś się stanie czy moderacja je usunie.



- można dotrzeć do dużej liczby potencjalnych klientów odwiedzających takie portale



- najczęściej płatne lub moderacja usunie darmową reklamę,
- trzeba się nagimnastykować żeby przedstawić ofertę.



# DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

Chcesz skutecznie zbudować  
swoją markę osobistą i  
pozyskiwać klientów z  
internetu?

Napisz do mnie na:  
[przemek@agentwsieci.pl](mailto:przemek@agentwsieci.pl)

i porozmawiajmy o tym jak  
mogę Ci pomóc.

