

Marcin Kowalik



**Marketing
dla agenta
ubezpieczeniowego**



Marcin Kowalik

Możesz zdobywać więcej klientów jako agent

Przez kilka lat pracowałem w agencji performance marketingu Zieltraffic (teraz Ingenious Technologies), współpracując z największymi bankami (mBank, Santander, Bank Poczty, Meritum Bank, FM Bank) i ubezpieczycielami Direct (Liberty Direct, Axa Direct) w Polsce. W przeszłości miałem przyjemność wygłosić kilkadziesiąt wykładów podczas konferencji profesjonalistów marketingu internetowego. Wtedy też wykładałem SEM na Uczelni Łazarskiego. Wspierałem pomysłami marketingowymi kilku zaprzyjaźnionych muzyków i kilka restauracji. Moją pasją jest też rynek biletów na koncerty oraz marketing samych koncertów. Współpracuję lub współpracowałem z Eventim, biletin, bilety.fm, Ticketpro, Ticketonline, ebilet.pl, kupbilecik.pl. Obecnie rozwijam biznes globalnego lidera porad życiowych adviqo.

Na MarketingDla.pl zbieram rzetelne, przetestowane porady, mające pomóc agentom, brokerom i agencjom ubezpieczeniowym.

5 inspiracji na marketing w wyszukiwarkach dla agentów ubezpieczeniowych

To niesamowite, jak czas szybko leci... Pamiętam, jakby to było dziś, gdy składałem tę prezentację na jedno z najważniejszych wydarzeń branży marketingu internetowego dla towarzystw ubezpieczeniowych.

A robiłem to... ponad 3 lata temu! Wtedy, w ramach pracy w agencji Zieltraffic, specjalizującej się w pozyskiwaniu nowych klientów dla banków i firm ubezpieczeniowych, przygotowywałem prezentację na potrzeby konferencji IAB Showcase: SEM / SEO i technologie.

Marketing internetowy rozliczany za efekt

W Zieltraffic poprzez odpowiednie działania marketingu internetowego pozyskiwaliśmy nowych, wysokojakościowych klientów dla liderów na polskim rynku finansów i ubezpieczeń. Działania te były rozliczane w modelach efektywnościowych. W skrócie oznacza to, że po kampaniach testowych bank lub towarzystwo ubezpieczeń mogło zdobywać dzięki naszym działaniom nowych klientów, płacąc za wypełniony formularz kontaktowy lub nawet za sprzedaną polisę. W ten sposób po stronie ubezpieczyciela minimalizowane było ryzyko wydawania pieniędzy na marketing niedający efektu – jak to się dzieje na przykład w modelach CPC lub CPM.

Wtedy podczas prezentacji do grona klientów, którym mieliśmy zaszczyt pomóc w pozyskiwaniu klientów przez Internet, należeli między innymi mBank, Citi Handlowy, Expander, Liberty Direct, Dom Kredytowy Notus, Santander Consumer Bank, Bank Pocztowy, Axa Direct, Alior Bank, Millennium, Az Finanse, Meritum Bank.

Marketing w Google dla agenta ubezpieczeniowego

Teraz, starając się pomóc zaprzyjaźnionym agentom ubezpieczeniowym, postanowiłem wesprzeć się tą prezentacją i znaleźć w niej właśnie inspiracje dla agentów.

Zastanówmy się więc przez chwilę, jak agenci czy brokerzy ubezpieczeniowi mogą pozyskiwać nowych klientów z wykorzystaniem technik SEM i SEO na swoje produkty.