

**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](https://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 Finance, 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.