

Asesoría de marketing digital

La importancia del marketing y la publicidad para que una organización o empresa prospere es algo por todos conocido. Las grandes aseguradoras saben de la importancia de usar estos canales, tanto online como offline, para estar presentes en las vidas, cada vez más digitales, de sus clientes. El sector de los seguros está viviendo una intensa transformación y se prevén cambios constantes como consecuencia de la presencia online de empresas y consumidores. La transformación digital y las estrategias de marketing en la mediación de seguros constituyen dos herramientas clave para la adecuación de este sector a las necesidades del mercado actual.

1- Redes sociales

Uno de los ejes sobre los que deben girar las estrategias de negocio de las aseguradoras es el de redes sociales. Según el informe **'Tendencias y oportunidades en el sector asegurador en un entorno cambiante.'** de la consultora **Everis**, la visión en esta área debería estar centrada en la transformación de la experiencia del cliente, la conversación social para el diseño de nuevos productos y conseguir la diferenciación utilizando atributos emotivos.

Cada red social tiene un propósito y un público diferente.

Facebook no es lo mismo que LinkedIn. Whatsapp no es lo mismo que Instagram.

Todas son muy muy consumidas por tu público objetivo, aunque sean distintas, pero el que quiere conseguir un profesional no va a Facebook, va a LinkedIn.

Es por ello que invertir en redes sociales ES UNA

Ventajas:

- Abarcar más clientes
- Innovación en la oferta
- Eficacia operativa
- Mejora la imagen del asegurador

2- Estrategias de venta digital

Hay diferentes estrategias que se deben contemplar a la hora de comunicar en canales de venta. Tenemos que entender que por cada seguro hay un mensaje



diferente, porque los públicos son diferentes. Es decir que no se habla de la misma forma cuando se vende Seguro de vida que Seguro de Viaje. Esta diferencia te llevará a acertar en el público objetivo, y tu dinero invertido no estará mal destinado.

Otra estrategia es la de venderte como profesional en seguros. Esto ya tiene otro mensaje porque te vendes vos, te ofreces con tus mejores valores a tu público objetivo, que serán todas las personas que les interesa un seguro, ya sea de vida, viaje, auto, etc.

Si quieres saber qué incluye una estrategia de venta podremos decir que desde una página web podrás conseguir consultas, interesados a manera masiva. Con email marketing podrás conseguir personalización en el mensaje, de quienes quieran un seguro en particular. Y así podríamos seguir enumerando canales de ventas para una estrategia de venta deseada.

3- Página web

Todo lo anterior no tendría sentido sin una página web donde presentarte. Por lo que lo más importante es llevar a cabo una página web donde puedas conseguir interesados en tus servicios y quieran contactarte porque les gustó lo que les vendiste en el contenido.

Te armamos tu página web con tus fotos preferidas. Creamos un contenido vendedor y diferenciador de tu competencia. Diseñamos una página web ideal para vos pensando en estrategias de marketing digital. Y lo desarrollamos en poco tiempo para que comiences a vender con tu web cuanto antes.

Hay una realidad que no podemos hacer oído sordo, que lo sabemos todos, y es que la tecnología avanza a pasos agigantados, y en poco tiempo el negocio que no esté en internet le va a costar más que el que ya tiene una trayectoria, aunque sea mínima, en el área digital.

Sé inteligente, no te quedes atrás en poco tiempo.

La inversión de hoy te generará futuro, y quien sabe que cuanto más dinero!!

Comenzá a vender de verdad con Insurting.