

«Личный бренд агента» – новая программа «АльфаСтрахование» в рамках поддержки развития страхового предпринимательства, направленная на практическое обучение агентов, сотрудничающих с компанией, построение и продвижение личного бренда в социальных сетях. Проект реализуется в партнерстве с Викторией Вирта и SMM-агентством «Резалтика». Работа на площадке акселератора позволит агентам правильно построить и позиционировать личный бренд, а также внедрить современные и эффективные инструменты увеличения клиентской базы в свой бизнес.

В рамках программы агенты получают навыки по ведению различных типов аккаунтов в социальных сетях и узнают, какие бывают типы контента и как разработать контент-план, как подготовить инфоповод и имидж для публикации; что такое комьюнити-менеджмент и как измерить эффективность своей работы.

В течение двух месяцев копирайтеры, дизайнеры и специалисты по продвижению «Резалтики» будут помогать участникам проекта достигать своих бизнес-целей в Instagram и Facebook.

На первом этапе в пилотном проекте принимают участие агенты из Екатеринбурга, Казани, Санкт-Петербурга и Самары.

На втором этапе к ним присоединятся агенты, имеющие собственную дистрибуцию и собственные торговые марки.

«Акселератор «Личный бренд агента» – наш эксперимент по развитию бизнеса страховых предпринимателей в социальных сетях. На мой взгляд, один из основных вызовов для агентов на ближайшие несколько лет – научиться эффективно работать в цифровом пространстве, стать более мобильными, гибкими и технологичными. Важно уметь оперативно перестраивать привычную работу вслед за меняющимся рынком и клиентом, не допуская ментального отставания от своего потребителя. Поэтому необходимо осваивать новые форматы продаж и взаимодействия с клиентами, в том числе через SMM и формирование личного бренда. Мы уже сейчас видим, что такая активность помогает агентам увеличить клиентскую базу и, как следствие, продажи, – говорит руководитель направления агентских и брокерских каналов

«АльфаСтрахование» Мария Филиппова. – И наша задача – научить агентов делать это более системно, эргономично и управляемо. Для этого мы взяли в работу пять разных гипотез, которые соответствуют реальным задачам развития бизнеса наших участников. Это эксперимент с критической массой новизны, но мы верим в успех! По итогам пилота мы построим методологию работы страхового предпринимателя в социальных сетях с понятными прогнозируемыми бизнес-результатами, которой в дальнейшем смогут воспользоваться все агенты, сотрудничающие с нашей компанией».

Источник: Википедия страхования, 13.09.2019