



بهترین روش بازاریابی بیمه + استراتژی‌های تولید سرخ

بهترین روش بازاریابی تلفنی بیمه همان روشی است که منجر به فروش بیمه به مشتری می‌شود. ممکن است شما بصورت ذاتی از بهترین روش بازاریابی بیمه خبر داشته باشید. اما این شانس برای همه وجود ندارد که در زمینه بیمه و نکات بازاریابی بیمه‌ای اطلاعات کافی داشته باشند.

بازاریابی تلفنی، تکنیکی از بازاریابی مستقیم است که در آن عامل فروش یا بازاریاب از افرادی که ممکن است در آینده به مشتری آنها تبدیل شوند، دعوت می‌کند که برای جلسه حضوری در خصوص فروش محصول یا خدمات قراری را تنظیم کند. در بیشتر موارد



اصلی‌ترین هدف بازاریابی فروش همین است. مگر در مواردی که امکان تکمیل فروش بصورت از راه دور یا آنلاین وجود داشته باشد. در آن صورت امکان برگزاری جلسات آنلاین و ویدیو کنفرانس بین کارشناس و مشتری وجود خواهد داشت.

بازاریابی تلفنی بیمه نیز همین هدف را دنبال می‌کند. تعیین قرار ملاقات بعدی برای فروش بیمه یا دعوت به اقدام مشتری برای خرید آنلاین بیمه. با این اوصاف، اجازه دهید به بخش اصلی پست برویم و در مورد اینکه چگونه نمایندگان بیمه می‌توانند فروش خود را با کمک بازاریابی تلفنی افزایش دهند، صحبت کنیم.

بهترین روش بازاریابی بیمه چیست؟

ممکن است دو گزاره را در زمینه بازاریابی بیمه شنیده باشید. اول اینکه "تلفن یک روش بازاریابی قدیمی است و پلتفرم‌های فضای مجازی جای بهتری برای تبلیغات بیمه هستند" و یا "دیگر دوران بازاریابی تلفنی به سر رسیده است". از چند جهت هر دو گزاره تا حدودی درست هستند و حقیقت نیز همین است.

اگر قرار باشد صرفاً بازاریابی تلفنی خالص انجام دهید، شاید نسبت به گذشته کارآمدی کمتری را مشاهده کنید. زیرا به لحاظ افزایش کانال‌ها و راه‌های موازی برای مشتریانی که می‌خواهند به پاسخ خود برسند، به این معنی است که دسترسی شما بعنوان بازاریاب تلفنی

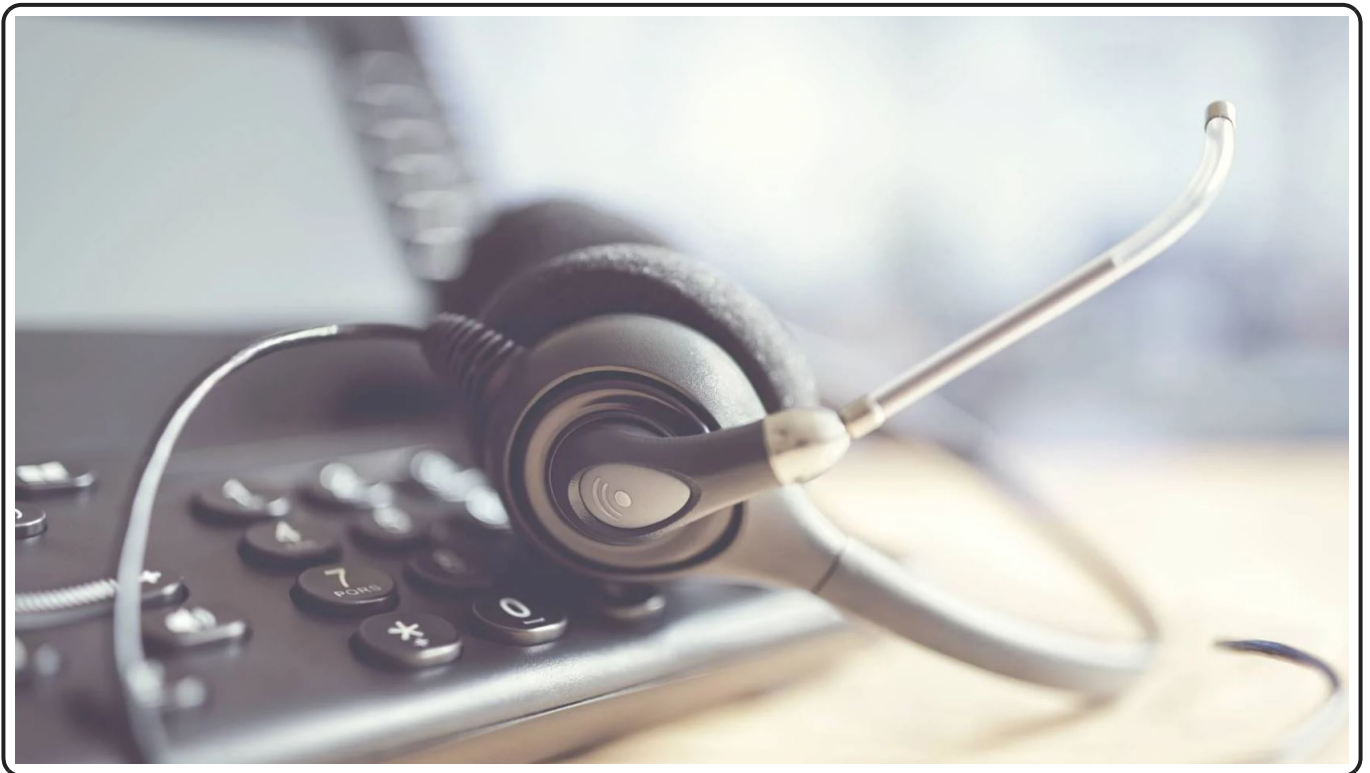


به مشتری مدنظرتان بسیار سخت‌تر از گذشته اتفاق بیفتند.

امروزه یک استراتژی ترکیبی موثر برای بازاریابی بیمه در سازمان‌ها مورد نیاز است. در واقع نسل در حال رشد کمتر به تلفن‌های همراه خود به عنوان وسیله ارتباط تماسی متکی هستند و بیشتر به سراغ فضای مجازی می‌روند. در واقع این همان نسلی است که با گوشی و تبلت و تکنولوژی به دنیا آمده‌اند. امروزه به نظر می‌رسد همه در اینستاگرام هستند و از یوتیوب و فیس‌بوک استفاده می‌کنند و برای کاربردهای تجاری و کاری در لینکدین حساب دارند.

اما آیا همه اینها به این معنی است که بازاریابی تلفنی زمانی که قرار است در خدمت مشتری، آن هم از نوع مصرف‌کننده آن باشند، دیگر کاربرد ندارد؟! خیر به نظر ما و متخصصان بازاریابی تلفنی اینطور نیست.

با این وجود، اجازه دهید با این موضوع روبرو شویم: فکر نمی‌کنم کسی واقعاً دوست داشته باشد تماس تلفنی برقرار کند. در واقع این یک راه جذاب و سرگرم‌کننده برای گذراندن روزتان نخواهد بود. اما این بدان معنا نیست که این روش دیگر کار نمی‌کند.



روش‌های بازاریابی فله‌ای همان‌هایی هستند که شما و مشتری را حسابی کلافه می‌کنند. قرار نیست از روی لیست شماره تلفن‌هایی که هیچ ارتباطی به کسب و کار شما ندارند شروع به تماس‌های بی‌هدف بکنید و وقت خودتان و مشتریان را تلف نمایید. برای حل این مشکل در بازاریابی بیمه‌ای لازم است کمی هوشمندانه عمل کنید. در ادامه برخی از نکاتی که در خصوص جمع‌آوری سر نخ‌های موثر در بازاریابی بیمه جمع‌آوری کرده‌ایم با شما در میان می‌گذاریم.

مثال‌هایی برای بهترین روش بازاریابی بیمه
به روستاها و مناطق روستایی زنگ بزنید



یک تحقیق در خصوص بازاریابی تلفنی نشان می‌دهد که مردم در مناطق روستایی بیشتر به تلفن‌های خود پاسخ می‌دهند و کمتر شما را ناامید می‌کنند. در ضمن برخی از بیمه‌های خاص برای مناطق روستایی و کشاورزی، نیاز مبرم روستاییان است و شما با ارائه اطلاعات و جذب مشتری در این خصوص، کمک بزرگی به آنها می‌توانید بکنید.

بهترین موقع تماس ساعات پایانی روز است

طی تحقیقات انجام شده در خصوص بازاریابی بیمه از طریق تلفن، مشتریان در ساعات اولیه روز به بیمه اهمیت کمتری می‌دهند و این نرخ برای شنیدن پیشنهاد شما در زمینه بیمه تا اواخر روز افزایش پیدا می‌کند.

سعی کنید برای شیفت شب و دیروقت نیز آماده به کار بمانید. به تماس گرفتن ادامه دهید و سوالات مشتریان را پاسخ دهید. بهترین زمان برای تعامل با مشتریان، دقیقاً زمانی است که آنها از کار روزانه فارغ شده‌اند و آمادگی شنیدن حرف‌های شما را دارند.

به مشتری گوش دهید تا بتوانید نیاز او را درک کنید

دقت کنید که اگر بخواهید صرفاً خود را معرفی کنید و شروع کنید به پیشنهادهای عجیب و غریب دادن، مشتری می‌تواند از شما تشکر



کرده و تماس را پایان دهد. لذا برای این موضوع از قبل آماده باشید و سوال‌هایی بپرسید که اجازه دهید، مشتری بیشتر از خودش برای شما بگوید. اینکه چه نوع بیمه‌ای برای او مناسب است در حرف‌های او نهفته است و نه حرف‌های شما.

به هر حال بازاریابی تلفنی یک روش ساده و مقرون به صرفه است و بهترین روش بازاریابی بیمه این است که مشتری خود را مقدم بر همه چیز بدانید و اجازه دهید بیشتر برای شما حرف بزند. نگران نباشید، هر چه رابطه شما با مشتریان بهتر شود، احتمال افزایش اعتماد آنها به شما افزایش می‌یابد.

استراتژی‌های تولید سرنخ‌های بازاریابی تلفنی بیمه

• شخصیت مورد نظر مشتری شما چیست؟ یا چگونه آنها را توصیف می‌کنید؟

• چگونه یک لیست شماره تلفن از این افراد جمع‌آوری می‌کنید؟
• از چه نرم افزاری نظیر CRM برای مدیریت سرنخ استفاده می‌کنید؟

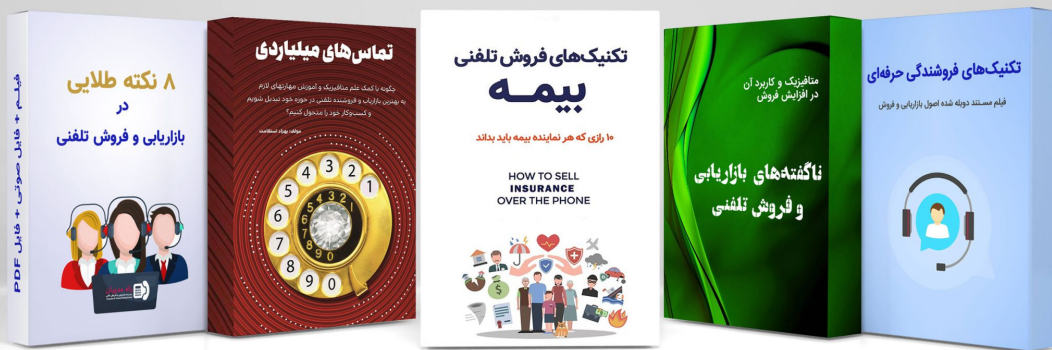
• در صورتی که تماس‌های ورودی را از مشتریان دریافت می‌کنید، چه استراتژی‌ای برای پرسیدن سوالات درست از مشتری دارید؟
• چگونه تماس‌های منجر به فروش را مدیریت می‌کنید؟

ما بر روی یک مورد از موارد ذکر شده قرار است تمرکز کنیم. برای



مثال سوال مربوط به "چگونه تماس‌های منجر به فروش را مدیریت می‌کنید".

پکیج طلایی تکنیک‌های فروش تلفنی بیمه



بیش از 10 ساعت آموزش ویدیویی | تخفیف ویژه پکیج طلایی | نسخه چاپی، صوتی و PDF کتاب | + فرم‌های موردنیاز بازاریابان

اگر به موضوع بازاریابی بیمه علاقه دارید، این پکیج طلایی را از دست ندهید!

بدون شک تماس‌های ورودی با تماس‌های خروجی تفاوت چشمگیری دارند. اجازه دهید در سه مرحله این موضوع را توضیح دهیم.



فروش مستقیم

در این مورد نماینده بیمه از قبل به مشتری توضیح می‌دهد که برای تبلیغ یک محصول می‌خواهد با هر کسی که ممکن است به آن نیاز داشته باشد صحبت کند. در واقع هیچ تلاشی برای ورود غیر مستقیم نمی‌کند و مستقیم به سر اصل مطلب می‌رود. نماینده فروش بیمه در این مرحله امیدوار است که بتواند امید کافی از این روش ایجاد کند.

از مزایای این روش آن است که اگر مشتری مورد نظر نیازی به محصول شما ندارد، سریع از لیست بیرون می‌رود. برای مثال اجازه دهید فرض کنیم برای بیمه خودرو تماس گرفته‌اید.

فرض می‌کنیم که با این سوال‌ها شروع می‌کنید:

- آیا شما وسیله نقلیه دارید؟
- آیا از بیمه فعلی خود راضی هستید؟
- به من اجازه می‌دهید که برای اعلام شرایط بیمه کمی وقت شما را بگیرم؟

این رویکرد در هر صورت باعث صرفه‌جویی در زمان هر دو طرف می‌شود.



فروش در حین اعتراض

شاید بهترین روش بازاریابی بیمه برای تماس‌های ورودی این باشد. با گوش دادن دقیق به تمام اعتراضات مشتری، تکرار و سپس پاسخ کامل به آنها، نماینده بیمه یک قدم به پایان فروش نزدیک‌تر می‌شود. زمانی که مشتری در حال اعتراض به یک موردی است و برای شما صحبت می‌کند، اعتراض او را گوش دهید تا پیشنهاد بهتر و دقیق‌تری برای او آماده کنید. البته، نماینده بیمه برای دستیابی به این امر باید با تمام محصولاتی که ارائه می‌دهد آشنا باشد. و به سرعت بتواند از مزیت‌های کلیدی بیمه برای مشتری خود بگوید.

فروش چرخشی

در این روش سوالاتی که می‌پرسید تحریک‌کننده هستند. برای مثال:

- سوالاتی که مشکلات را برجسته و شناسایی می‌کند
- در مورد عواقب نامطلوب نداشتن بیمه در آن زمینه خاص اطلاعاتی مطرح می‌شود
- راه‌های بیمه‌ای ارائه می‌کند. معمولاً این روش در فروش بیمه‌های عمر جواب می‌دهد.

در حقیقت ترکیب این روش‌های فروش بیمه معمولاً اشتباه است و جواب نمی‌دهد. باید دقت کنید که یک روش را در پیش بگیرید و



به نتیجه برسانید. برای تسلط به این موضوع و شناخت کامل بهترین روش بازاریابی بیمه پیشنهاد می‌کنیم پکیج طلایی تکنیک‌های فروش بیمه را در سایت راه‌مدیران ببینید و بگذرانید. این پکیج شامل هدایای ارزشمندی است که با کلیک روی تصویر زیر خواهید دید.



برای دیدن توضیحات کامل
پکیج کلیک کنید

[type="info" align="" class="" width] این مطلب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه‌مدیران به ده‌ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[/type]

[type="shadow" align="aligncenter" class="" width]



لطفاً برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[box/]

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پرکردم فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.

نظر شما برای ما ارزشمند است!

با ثبت نظرات خود، به دیگران کمک می‌کنید تا با آموزش‌ها و خدمات سازمانی ما آشنا شوند، منتظر دیدگاه‌های ارزشمند شما هستیم! ☐