

CASE STUDY

4PEOPLE
WYŻSZY POZIOM
MARKETINGU



Adamik Ubezpieczenia -
Facebook Ads skutecznym
generatorem leadów
w branży ubezpieczeniowej

WSTĘP

Współpracując z klientem, zostaliśmy jego zaufanym biznesowym partnerem w codziennej pracy i wspieraliśmy go w osiągnięciu celów.

Dowodem na to jest pozyskanie niemal **900 leadów w niespełna pół roku oraz pozytywne rekomendacje w kierunku naszej agencji, a także chęć kontynuacji działań marketingowych.**

Dowiedz się, jakie rozwiązania wypracowaliśmy dla klienta, jakimi kanałami pozyskaliśmy zapytania oraz co zamierzamy wdrożyć podczas dalszej współpracy.



O KLIENCIE

Adamik Ubezpieczenia to firma zajmująca się sprzedażą szerokiego zakresu ubezpieczeń firmy Generali. **W ofercie znajdziemy między innymi ubezpieczenia na życie, szkolne, podróżne, mieszkaniowe czy samochodowe.**

Wyróżnikiem firmy jest elastyczność, a celem (oprócz sprzedaży) budowanie relacji z klientem poprzez doradztwo najkorzystniejszego dla niego rozwiązania ubezpieczeniowego.



**ubezpieczenie
na życie**



**ubezpieczenie
szkolne**



**ubezpieczenie
podróżne**



**ubezpieczenie
mieszkaniowe**



**ubezpieczenie
samochodowe**

WYZWANIA

Największym wyzwaniem było **pozyskanie leadów w branży ubezpieczeń, która w kwestii reklamy ma prawne ograniczenia**. Trudność pojawiała się zwłaszcza w ustawieniach targetowania kampanii na Facebooku oraz w tworzeniu przekazów reklamowych.

Dodatkowe wyzwanie stanowiło prowadzenie działań w trakcie konfliktu wojennego w Ukrainie oraz zmieniających się uwarunkowań Facebooka.

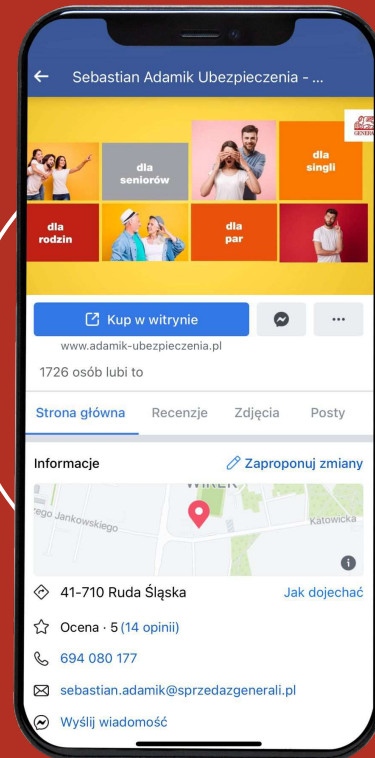


ROZWIĄZANIA

Liczne wyzwania nas nie zniechęciły, a jedynie zmotywowały do podjęcia skutecznych działań.

Determinacja to jedno, ale konkretne narzędzia to drugie i tylko połączenie tych dwóch aspektów zapewnia sukces marketingowy.

W myśl tej zasady jako najefektywniejsze źródło pozyskania leadów wskazaliśmy więc **kampanie leadowe w ramach Facebook Ads.**



EFEKTY DZIAŁAŃ

Od początku trwania współpracy pozyskaliśmy dla tego klienta **prawie 900 leadów** (w 6 miesięcy).

Najniższy koszt leada wypracowaliśmy dla ubezpieczeń samochodowych, dlatego też z uwagi na rentowność inwestycji skoncentrowaliśmy się na rozwiązaniach dla kierowców.

Pozyskaliśmy również leady w ramach ubezpieczeń grupowych czy produktów premium, prowadząc skuteczną komunikację w taki sposób, by dostosować się do ograniczeń wynikających z prawa ubezpieczeniowego.

Wymagało to od specjalistów social media kreatywności w tworzeniu przekazów i wiedzy merytorycznej z zakresu reklamy.



EFEKTY DZIAŁAŃ

Odpowiednia optymalizacja kampanii oraz bieżący kontakt z klientem przełożyły się na jego **zadowolenie z uzyskanych wyników w ramach naszej współpracy**, którą to następnie chcemy rozszerzyć o testy nowych stron docelowych.

Co więcej, pozwoliło nam to na wdrożenie klienta do jednego z nowych projektów agencji.



PODSUMOWANIE

Najcenniejszym dla nas efektem współpracy z firmą Adamik Ubezpieczenia jest zrealizowanie celów biznesowych oraz kolejne rekomendacje od klienta. Mimo trudności, jaką jest branża ubezpieczeń i kwestia jej promowania w sieci, dotarliśmy z reklamą do grona zainteresowanych odbiorców, pozyskując blisko 900 leadów w niespełna 6 miesięcy.



PODSUMOWANIE

Historia tego sukcesu świadczy o tym, że za pośrednictwem jednego kanału można uzyskać satysfakcjonujące wyniki, jednak tutaj wszystko zależy od rodzaju działalności.

W przypadku Adamik ubezpieczenia sprawdziła się strategia jednokanałowa, ponieważ właśnie na Facebooku ogłasza się najwięcej agentów ubezpieczeniowych.



GENERALI