



Marketing & Communication Digitale
pour les courtiers



Nicolas de Poix.

Directeur Général - Actusite

- 20 ans d'expérience dans le développement commercial
- 15 ans d'expertise dans le digital
- 10 ans de carrière en compagnie d'assurance

- Création 2012
- Partenaire Planète CSCA depuis 2018
- 15 collaborateurs





Karine Lazimi Chouraqui

Courtier – LCK Assurances

- 26 ans d'expérience Innovation Industrie Assurance
 - 26 ans d'expertise dans le digital
 - 17 ans de carrière en compagnie d'assurance
 - 2 ans d'expertise en tant que courtier
-
- Création 2017
 - Membre Elue Conseil National Planète CSCA et IDF/Centre - 2019
 - Courtier indépendant de proximité en mode agile



**Développer votre activité
grâce au digital ?**

Principaux bénéfices liés **au digital** pour les courtiers



**Développer
votre image**

Être visible et valoriser votre image



**Animer vos
contacts**

Fidéliser vos clients, leurs recommandations, transformer vos prospects et dynamiser vos partenaires



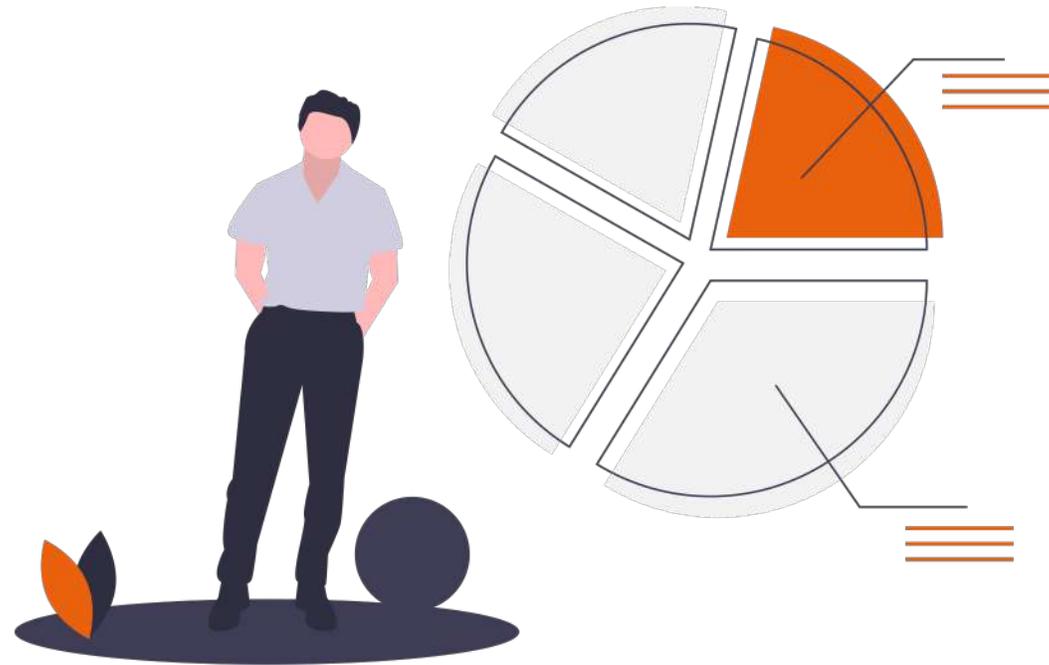
**Trouver de
nouveaux clients**

Trouver de nouveaux clients



Et vous ?

Questions

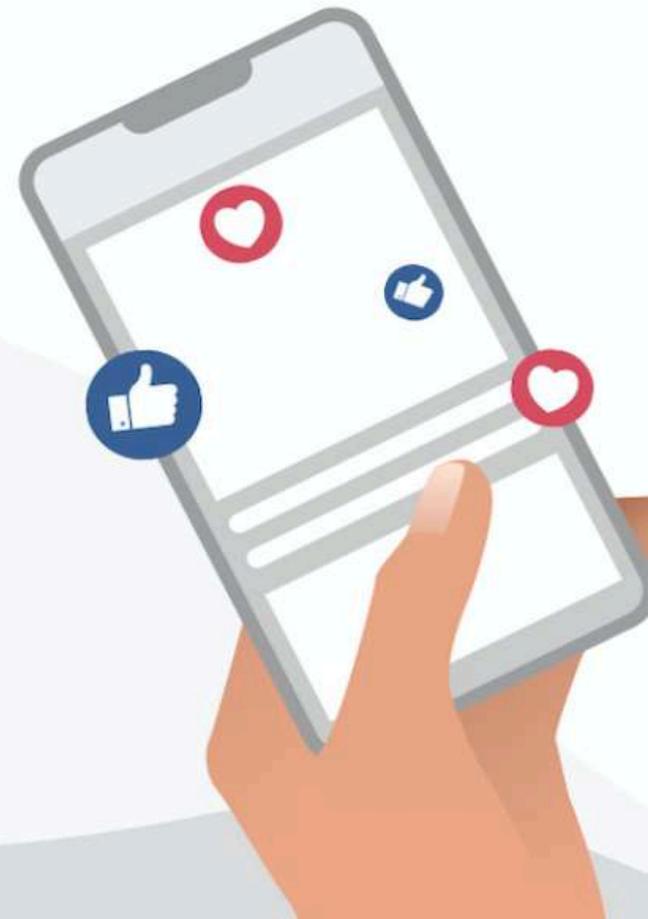


1 – Pourquoi faut-il avoir un site Internet ?

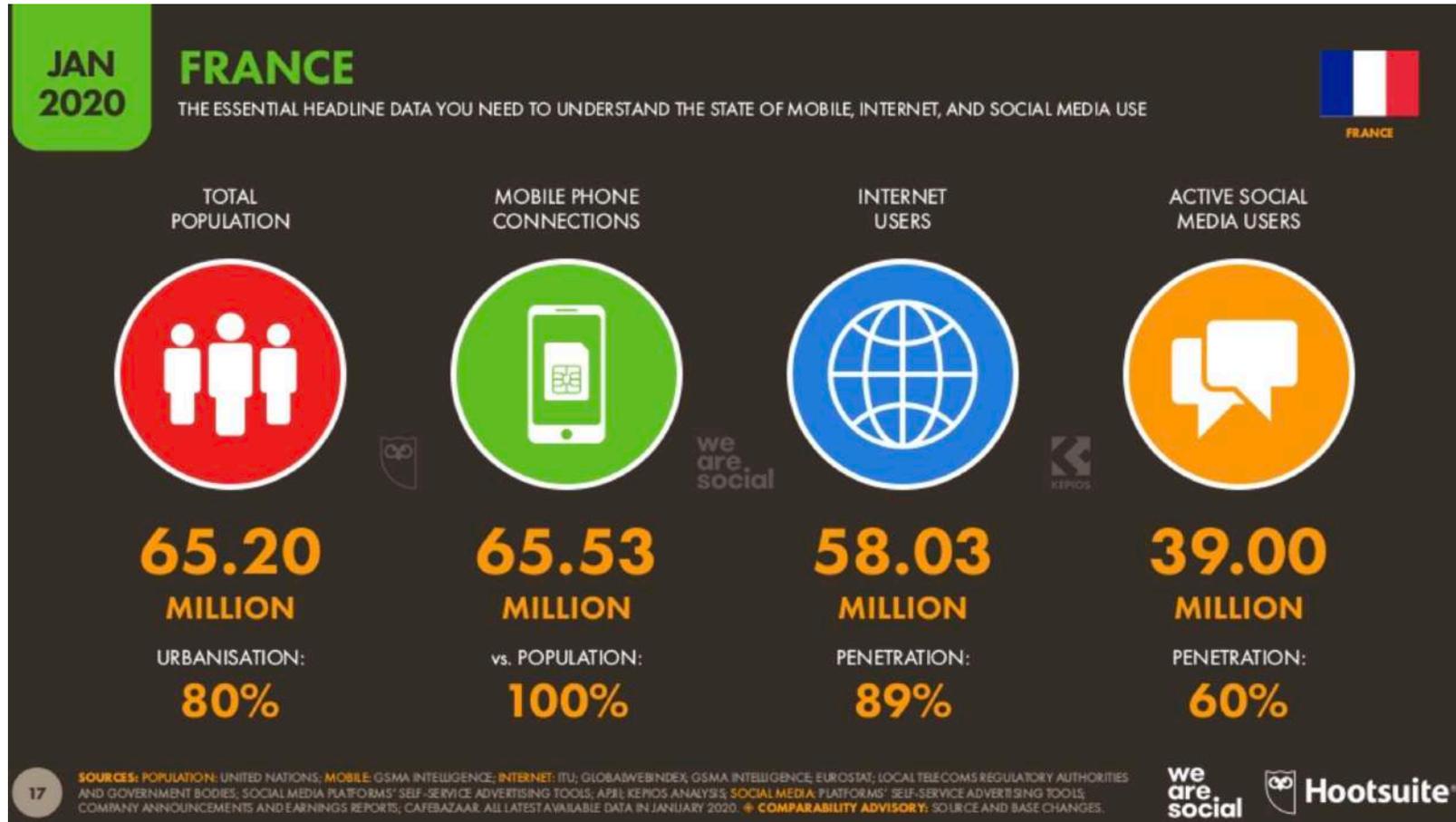
2 – Comment créer un site Internet ?

3 – Comment se faire connaître ?

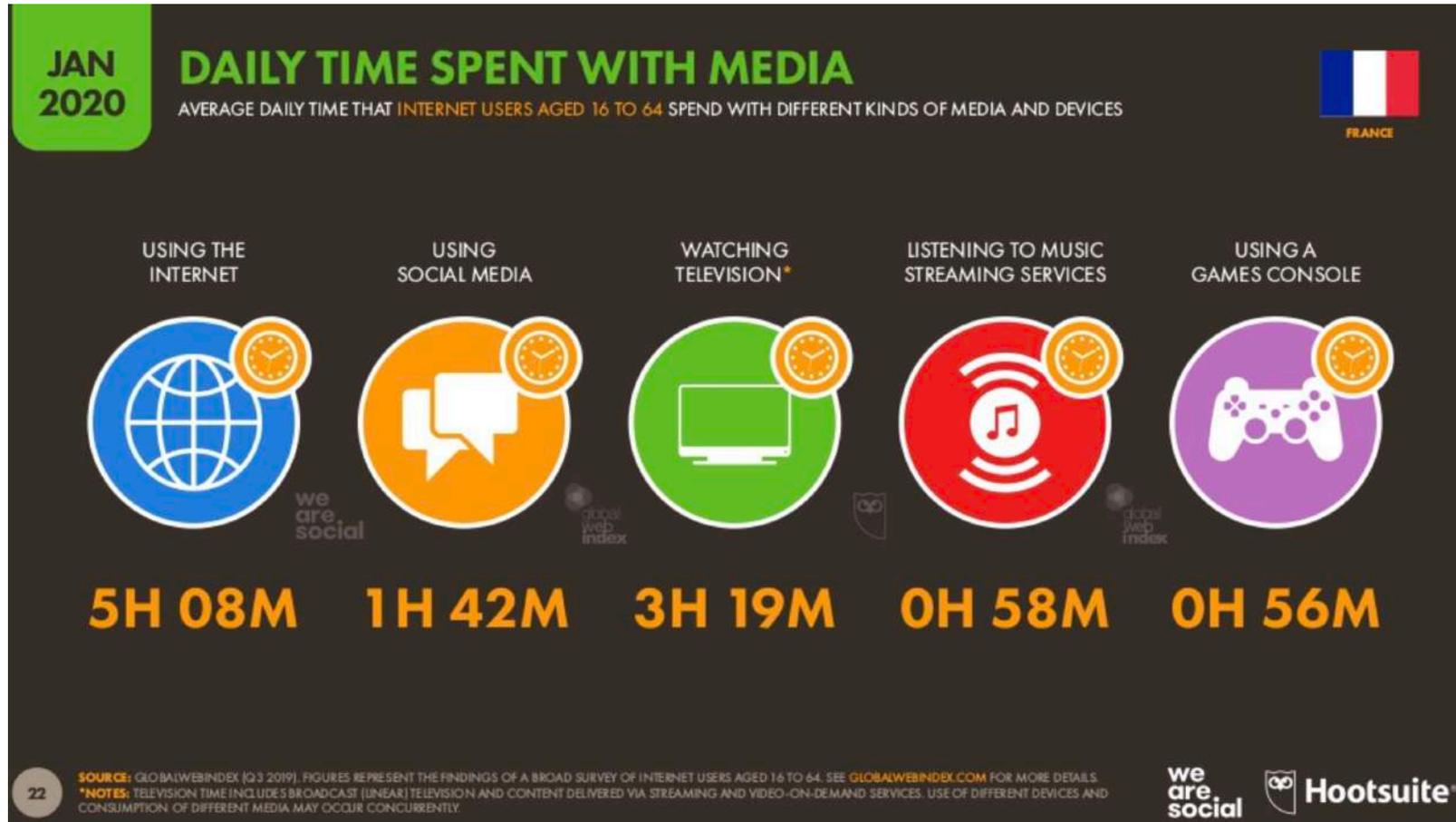
4 – Comment animer ses contacts



Nombre d'utilisateurs en France



Temps passé sur les médias digitaux

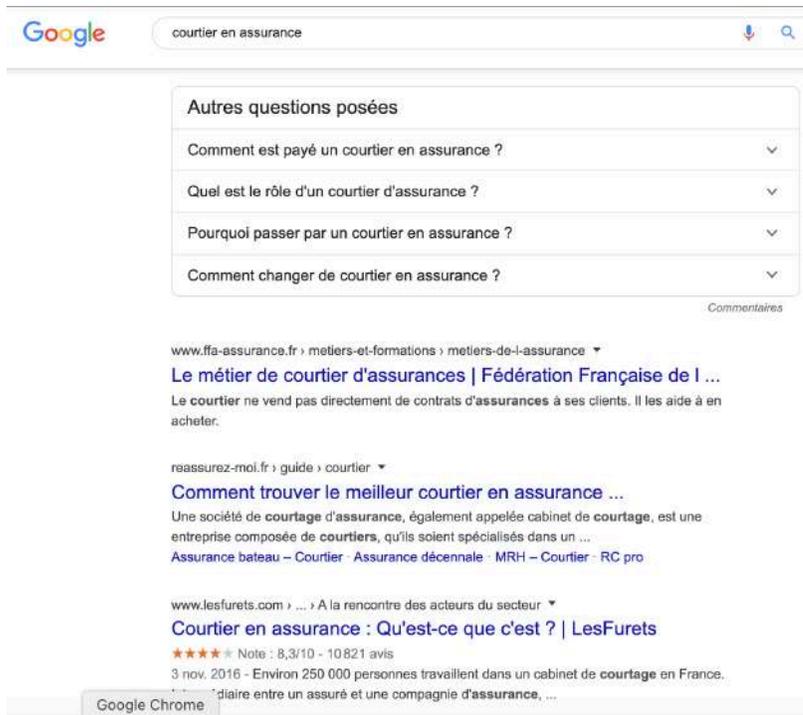


Pourquoi faut-il avoir un site Internet ?



Pour répondre à un volume de recherche

Les français effectuent de nombreuses recherches en lien avec l'assurance



- Le mot « courtier assurance » est recherché **36 000 fois par mois**
- Le mot « assurance santé » est recherché plus de **300 000 fois par mois**
- Très souvent, vos contacts tapent votre nom sur Google pour vous trouver

Pour valoriser votre image et celle de votre société

A travers un site Internet vous valorisez votre société...ne pas en avoir ou en avoir un de mauvaise qualité vous nuit.

Bénéfices associés à un site:

1. Modernité
2. Dynamisme
3. Pérennité
4. Proximité
5. Présence



NOTRE CABINET

Après la réalisation de projets web variés depuis 1994 en commençant par France Telecom, Karine Lazimi Chouraqui a piloté l'innovation pour Allianz France et embarqué l'entreprise vers le digital avec notamment les Réseaux Sociaux d'Entreprise (RSE) et l'entreprise collaborative entre 2009 et 2012. Dès 2013, elle prend la responsabilité de l'Expérience Digitale en mobilisant l'entreprise pour industrialiser les réseaux sociaux et l'e-reputation.

Elle devient Agent Général Allianz en 2016 pour se concentrer sur l'Humain dans le monde d'aujourd'hui et de demain. Elle prend le virage du courtage en septembre 2017 en créant le Cabinet LCK Assurances au 72, rue du Faubourg Saint Honoré à Paris dans le 8ème, pour accompagner ses clients avec une expertise Immobilier, Entreprises, Start Up & E-réputation.

Karine LAZIMI CHOURAQUI

Assurance Conseil, Immobilier, Entreprises, Pros, Start'up, Cyber Risques et E-réputation

Pour aider vos contacts

Dans la majorité des cas, vos contacts recherchent des informations soit pour vous chercher, soit pour avoir accès à des services:

Les recherches d'informations sur :

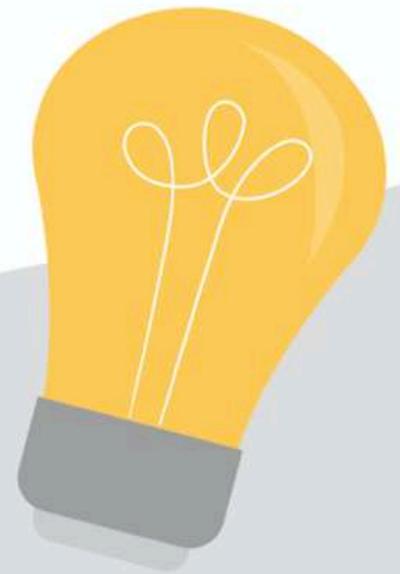
- votre adresse ou téléphone
- vos domaines d'intervention
- votre parcours / expérience / label
- Vos tarifs

C'est également une plateforme de services

- Espace client
- Informations utiles simulateur
- Paiement en ligne
- Agenda en ligne



Comment créer un site Internet ?



En préambule, se poser les bonnes questions

Avant de vous lancer dans la création de votre site, vous devez vous poser les bonnes questions:

Votre site doit être aligné avec:

- Votre image, vos valeurs,
- Vos domaines d'expertises prioritaires,
- Le profil type de client
- Les perspectives d'évolution de votre société



Il doit s'inscrire dans votre stratégie commerciale, dans votre relation client, et plus généralement avec l'ensemble de votre communication

Favoriser l'expérience utilisateur

76% des internautes indiquent que le premier critère de qualité d'un site est sa facilité de navigation.

A PENSER

- Barre navigation orientée client
- Titres et mots clés sur-exposés
- Privilégier les pictos, images
- Call to action « en savoir + » « contact »
- Mettre des liens internes ou externes

IMPORTANT

- Compatibilité mobile
- Attention au temps de chargement
- Les informations doivent être d'actualité



Ne pas négliger le design

Votre site Internet doit vous plaire, en terme de couleur, de visuel et d'ambiance.
Quelques bonnes pratiques

- Votre logo peut être la base de **vos couleurs dominantes**
- Investissez dans des **photos professionnelles**
- Valorisez votre **région ou ville** pour renforcer la proximité
- Les tendances évoluent des tous les ans, prévoyez une **mise à jour au maximum tous les 3 ans**



Faites attentions aux aspects techniques!

Les contraintes techniques impératives à respecter:

1. Vous devez être **propriétaire de votre url**
2. Le site doit être en HTTPS
3. Vérifier le temps de chargement de vos pages
4. S'assurer de la mise à jour de sécurité
5. Le site doit être responsive
6. Il existe de nombreux outils pour **mesurer votre trafic et ceux du marché.**





Notre conseil.

- ✓ Pour rédiger votre site, ne pas hésitez à **vous inspirer de site** de confrères
- ✓ Privilégiez **un site personnel**, dans le cas contraire, vous ne l'utiliserez pas
- ✓ Pensez à demander **un reporting de votre site**, ce qui vous permettra d'évaluer l'impact sur vos contact





Notre conseil.

- ✓ Privilégiez **un site personnel** qui vous ressemble et met avant vos expertises et votre ADN
- ✓ Pour valider la lisibilité du site, demandez **l'avis de vos contacts** n'étant pas de la profession
- ✓ N'oubliez pas votre site c'est votre **cabinet de courtage virtuel**

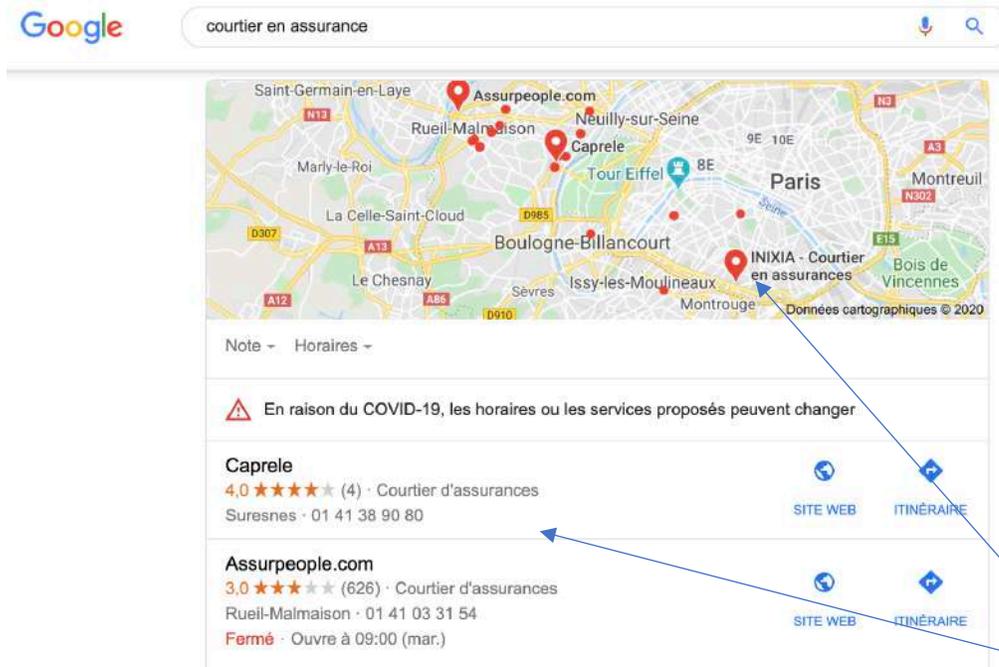


Comment promouvoir un site Internet ?



Google My Business / Google Map

Sur les recherches du mot « courtier en assurance » ou « courtier en assurance + ville » vous pouvez ressortir en première page sur les recherches de proximité.



Google My Business est la fiche d'identité d'entreprise. Il reprend les informations principales liées à votre entreprise : Logo, site Internet, numéro de téléphone, horaires, adresse et avis sur votre entreprise. **C'est gratuit !**

Les critères à suivre pour ressortir sur **la Map Google** :

- 1- le paramétrage de la fiche Google My Business
- 2- la présence sur des sites locaux référents
- 3- les avis clients

L'objectif est de ressortir dans les 3 premiers cabinets et d'être le plus visible sur la carte

Référencement naturel sur Google (SEO)

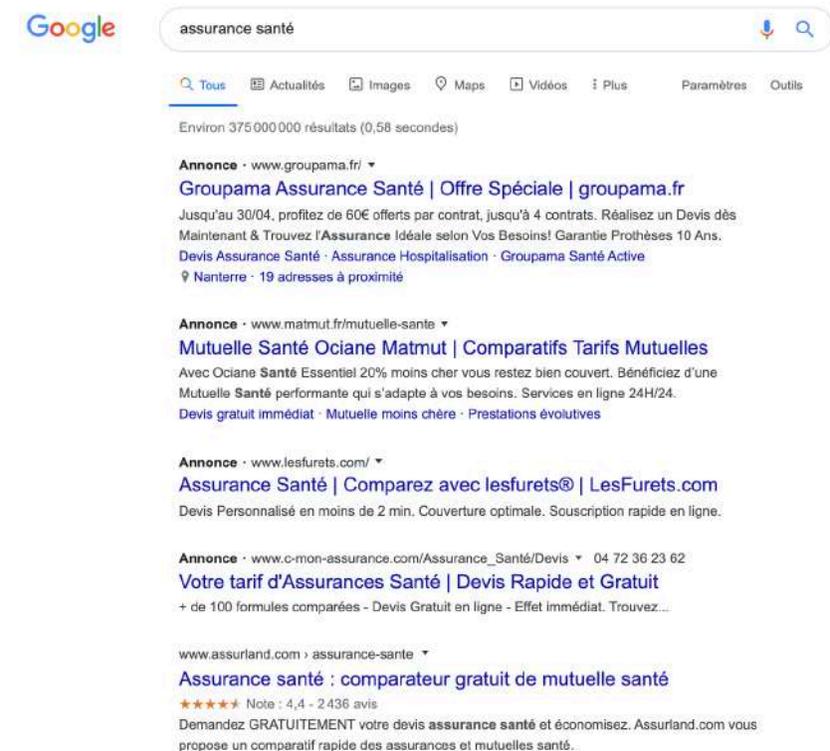
Pour ressortir sur des recherches liées au besoin du client (RC Pro, retraite, assurance auto, ...) c'est plus compliqué...

QUI EST ACTUELLEMENT PRESENT ?

1. les compagnies,
2. la presse,
3. les comparateurs

COMMENT ETRE EN PREMIERE PAGE ?

1. Primeur aux premiers sites Internet
2. Avoir un site Internet bien construit
3. Créer régulièrement du contenu sur le thème
4. Avoir des sites influents qui parlent de vous



Notre recommandation:

1 / Concentrez-vous sur 2 ou 3 mots clés longs – 2/ Faire preuve de patience

Utiliser les réseaux sociaux



Développer une présence régulière et qualitative sur les réseaux sociaux permet de donner une visibilité supplémentaire à votre site Internet.

1. LinkedIn est très utilisé en France

- 13,5 millions de visites uniques /mois, et 2,2 millions /jour
- En moyenne 1h42 / jour sur les réseaux sociaux

2. Profil type stratégique – sur LinkedIn

- Age moyen: 44 ans
- Géographique: prédominance des grandes villes et environs
- Profil type : Entrepreneur, CSP+

3. Espace d'échange très adaptée à la profession

- Facilité de la mise en relation
- Prise de parole expert et non commerciale
- Information utile
- Interaction et viralité



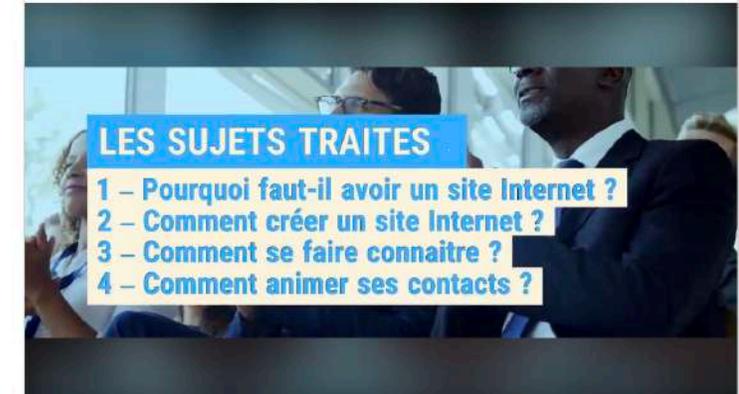
Nicolas Tyrel de Poix
Directeur associé
1 min • Modifié •

Les clés d'un site internet : conférence en ligne mardi 31/3 à 17h. Pour vous inscrire : <https://lnkd.in/d6DqYZG> en partenariat avec PLANETE CSCA #courtier #assurance #avoirunsiteinternetperformant



Actusite
893 abonnés
29 min •

N'oubliez pas : Demain à 17h, notre Webinaire Courtier : "Tout savoir sur votre site internet" animé par Nicolas Tyrel de Poix et Karine LAZIMI CHOURAQUI
...voir plus



**Entretenir et animer son
réseau professionnel :
quelles bonnes pratiques ?**





Rappel

Votre site Internet n'est visible que si les utilisateurs vont **volontairement le visiter**.

Lorsque vous publiez sur les réseaux sociaux ou vous adressez une newsletter, vos contacts **reçoivent systématiquement vos messages** et vous leur rappeler votre existence.



Quel type de contenu intéresse?

NB: dans le respect des règles de droit de propriété

Actualité

"Le marché du logement maintient sa dynamique", mais "l'étai se resserre autour du crédit #immobilier". L'impact de la possible crise économique due au #coronavirus est, lui, encore incertain. [...voir plus](#)



- ✓ Publiez du contenu d'actualité lié à votre domaine d'expertise

Métier

Quels sont les pièges à éviter en matière de #vente immobilière ? Que faut-il savoir avant de signer un compromis de vente ? Le compromis de vente doit-il être précis ? Comment vérifier le délai de rétractation et de réflexion [...voir plus](#)



- ✓ Donnez un avis d'expert sur des problématiques ou recherches des contacts

Société

👤 Nous avons été très heureux d'accueillir le 28 février dernier les étudiants en Master 2 Droit Notarial de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et l'Université Paris 2 Panthéon-Assas. [...voir plus](#)



- ✓ Partagez du contenu sur la vie de votre entreprise pour l'humaniser

Comment créer son contenu ?



Curation

- Reprendre de contenu de site externe
- Usage exclusif sur les réseaux sociaux (droit de propriété)

Propriétaire

- Ecrire ou faire écrire ses articles
- Idéalement le mettre sur votre site Internet pour générer du trafic

Vidéo

- Parler de sujet métier par la vidéo est plus accessible et humanise
- Format particulièrement apprécié par vos contacts et par les réseaux sociaux

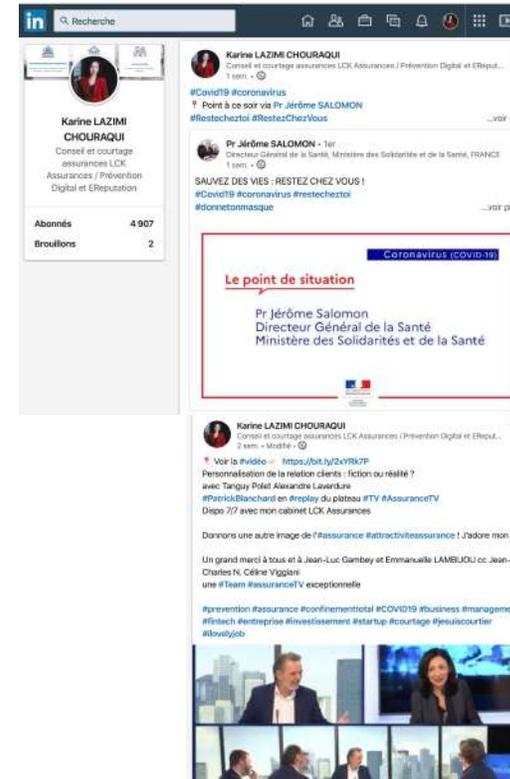
Comment diffuser le contenu à vos contacts?

Newsletter

- La newsletter reste un format encore beaucoup lu par vos contacts
- Une fréquence mensuelle est l'idéal
- Pensez à l'envoyer à vos clients, apporteurs d'affaires et prospects.



Réseaux Sociaux



- D'autres contacts préféreront les réseaux sociaux.
- Pour être visible, il faut publier régulièrement
- Pour que les personnes s'abonnent à vos pages, pensez à mettre le lien de vos RS sur vos emails, site,...



Notre conseil.

- ✓ Adresser une newsletter me permet de garder le lien avec mes clients **en étant dans leur vie sans les déranger**
- ✓ Je sais que la newsletter est ouverte quand un **client m'adresse une demande de devis ou une question** en répondant directement à ma newsletter
- ✓ La publication de contenus sur mon site me permet **d'alimenter mes comptes sociaux** pour les animer avec des informations utiles





Retrouvez l'ensemble de nos conseils dans les guides pratiques pour la communication digitale des courtiers

Prêt à vous lancer ?

Contactez-nous !



LCK
Assurances

Karine Lazimi Chouraqui

lazimikarine@gmail.com

+33 6 78 54 68 85



Actusite

94 rue de Provence
75009 Paris

Nicolas de Poix

nicolas@actusite.fr

+ 33 1 47 79 48 00

+33 6 18 85 04 31

