



BOOSTEZ-VOTRE-AGENCE.com

Expertise digitale au service des assureurs

LINKEDIN

POUR LES AGENTS ET COURTIER

10 BONNES PRATIQUES POUR TRANSFORMER VOTRE PRÉSENCE EN LEVIER DE DÉVELOPPEMENT



DÉFINIR
VOS OBJECTIFS



DÉVELOPPER
VOTRE RÉSEAU



CRÉER DU CONTENU
À FORTÉ VALEUR



MESURER
ET OPTIMISER

“ Construire aujourd’hui
votre visibilité digitale,
développer demain
votre activité.



LinkedIn pour les agents et courtiers

10 bonnes pratiques pour transformer votre présence en levier de développement

Introduction — Être présent sur LinkedIn ne suffit plus

Vous avez un profil LinkedIn. Vous publiez peut-être quelques fois par mois. Vous développez progressivement votre réseau.

Mais une question demeure :

Est-ce que cette présence contribue réellement au développement de votre agence ou de votre cabinet ?

Pour un agent général ou un courtier, LinkedIn peut aujourd'hui jouer plusieurs rôles : renforcer sa notoriété, développer son réseau professionnel, démontrer son expertise, entretenir la relation avec son écosystème et créer de nouvelles opportunités commerciales.

À condition de ne pas considérer LinkedIn comme un simple outil de communication.

Une stratégie efficace repose sur trois éléments :

La bonne audience. Le bon contenu. La régularité.

Et surtout, elle doit pouvoir être **mesurée et améliorée dans le temps**.

Voici les 10 bonnes pratiques que nous recommandons chez BVA.

1. Commencez par définir ce que vous attendez de LinkedIn

Avant de publier davantage, posez-vous une question :

Pourquoi êtes-vous sur LinkedIn ?

Développer votre portefeuille de professionnels ? Renforcer votre notoriété locale ? Vous positionner sur la protection sociale des dirigeants ? Développer une activité construction ? Faire connaître votre expertise patrimoniale ? Recruter ?

Votre objectif détermine votre stratégie.

Un courtier souhaitant développer son activité auprès des entreprises n'aura ni la même audience, ni les mêmes contenus, ni les mêmes indicateurs qu'un agent cherchant principalement à renforcer sa notoriété locale.

À retenir : ne commencez pas par vous demander ce que vous allez publier. Commencez par déterminer **qui vous souhaitez toucher et pourquoi.**

2. Faites de votre profil une véritable vitrine professionnelle

Votre contenu peut être excellent : si votre profil n'inspire pas confiance lorsque quelqu'un le consulte, une partie du travail est perdue.

Photo professionnelle, bannière, titre, présentation, coordonnées, expériences...

En quelques secondes, votre profil doit permettre de comprendre :

Qui êtes-vous ? Qui accompagnez-vous ? Sur quels sujets ? Sur quel territoire ?

Évitez donc les titres qui se limitent à :

Agent général
Courtier en assurances

Préférez une présentation qui exprime également votre valeur ajoutée et votre marché.

Votre profil LinkedIn n'est plus simplement un CV.

C'est une page commerciale personnelle.

3. Construisez une audience qui ressemble à votre marché

C'est probablement l'un des points les plus importants.

Beaucoup de professionnels cherchent à augmenter leur nombre de relations.

Mais 1 000 bonnes relations peuvent avoir beaucoup plus de valeur que 5 000 contacts constitués sans stratégie.

Si votre objectif est de développer votre portefeuille de professionnels, votre réseau devrait progressivement intégrer les profils correspondant à ce marché :

dirigeants de TPE/PME, indépendants, professions libérales, DRH, DAF, experts-comptables, avocats, partenaires locaux...

Même logique si vous souhaitez développer une niche particulière.

Votre réseau LinkedIn doit progressivement devenir **le reflet du portefeuille que vous souhaitez construire demain.**

La question à vous poser

Prenez vos 50 dernières relations LinkedIn.

Combien correspondent réellement à votre cible commerciale ?

4. Arrêtez de parler uniquement d'assurance

C'est un paradoxe.

Pour vendre davantage votre expertise en assurance, vous devez parfois **moins parler de produits d'assurance.**

Vos prospects ne se réveillent pas le matin en pensant à leur RC Pro, leur prévoyance ou leur contrat multirisque.

Ils pensent à leurs problématiques.

Parlez donc de celles-ci.

Un dirigeant peut s'interroger sur ce qui se passerait s'il était incapable de travailler pendant six mois.

Un artisan peut se demander si une nouvelle activité est couverte par sa décennale.

Un chef d'entreprise peut sous-estimer les conséquences d'une cyberattaque.

Partez du problème de votre client avant de parler de la solution d'assurance.

Vous produirez immédiatement des contenus plus intéressants.

5. Définissez vos territoires d'expertise

Vous n'avez pas besoin de parler de tout.

Au contraire.

Choisissez quelques sujets sur lesquels vous souhaitez progressivement être identifié.

Par exemple :

Protection du dirigeant — Risques professionnels — Cyber — Construction — Patrimoine

Puis construisez régulièrement des contenus autour de ces sujets.

Au fil des semaines et des mois, votre audience doit progressivement associer votre nom à certaines problématiques.

C'est ainsi que LinkedIn contribue à construire votre **positionnement d'expert**.

6. Alternez expertise, pédagogie et proximité

Votre ligne éditoriale ne doit pas devenir un catalogue de produits.

Une stratégie équilibrée peut notamment intégrer trois grandes familles de contenus.

Expertise

Analyse d'un risque, évolution réglementaire, point de vigilance, erreur fréquente, décryptage d'une garantie...

Pédagogie

Répondre simplement aux questions que vos clients et prospects se posent réellement.

Proximité

Vie de l'agence, collaborateurs, partenaires, engagements locaux, événements, témoignages ou coulisses du métier.

L'objectif est de montrer simultanément **ce que vous savez, comment vous travaillez et qui vous êtes**.

7. Privilégiez la régularité à la quantité

Faut-il publier tous les jours ?

Non.

Pour la plupart des agents et courtiers, mieux vaut publier moins mais tenir la cadence sur la durée.

Une présence LinkedIn efficace se construit en mois et en années, pas en quelques semaines.

Un rythme d'une à deux publications par semaine peut déjà permettre de construire une présence solide s'il est accompagné d'une véritable stratégie d'audience.

La question n'est donc pas :

« **Combien pouvons-nous publier ce mois-ci ?** »

Mais plutôt :

« **Quel rythme pouvons-nous maintenir toute l'année ?** »

8. Ne mesurez plus uniquement les likes

C'est probablement l'erreur la plus fréquente.

Un post avec 10 likes n'est pas nécessairement un mauvais post.

Et un post avec 100 likes n'est pas nécessairement un bon post.

Imaginez que votre objectif soit de développer votre portefeuille auprès des dirigeants d'entreprises de votre région.

Quelle publication préférez-vous ?

Une publication vue 10 000 fois par une audience très large...

ou une publication vue 1 000 fois dont une part importante par les dirigeants que vous souhaitez rencontrer ?

La performance doit toujours être rapprochée de l'objectif.

Suivez notamment l'évolution de votre réseau, la qualité des nouvelles relations, les impressions, les interactions, les visites de votre profil et les prises de contact générées.

9. Considérez LinkedIn comme un investissement cumulatif

C'est l'un des aspects les plus intéressants de LinkedIn.

Votre audience peut se construire progressivement.

Imaginez que vous intégriez chaque mois **80 nouvelles relations réellement qualifiées**.

Après 12 mois, cela représente potentiellement près de **1 000 nouveaux contacts professionnels** dans votre réseau.

Et contrairement à une campagne publicitaire qui disparaît lorsque vous arrêtez de payer, ces relations restent dans votre écosystème.

Chaque nouvelle publication peut ensuite constituer un nouveau point de contact avec une partie de cette audience.

Votre réseau devient progressivement un véritable actif commercial.

10. Ne cherchez pas nécessairement à vendre immédiatement

LinkedIn fonctionne rarement selon un parcours aussi simple que :

Publication → prospect → rendez-vous → contrat.

Le parcours est souvent beaucoup plus long.

Un dirigeant découvre une publication.

Quelques semaines plus tard, il en voit une deuxième.

Puis une troisième.

Il consulte votre profil.

Il continue à vous voir régulièrement.

Six mois plus tard, son contrat arrive à échéance ou une problématique apparaît.

Et cette fois, **votre nom lui est déjà familier.**

C'est tout l'intérêt d'une stratégie de présence.

LinkedIn permet d'être présent **avant que le besoin apparaisse.**

Faites le test : où en est votre stratégie LinkedIn ?

Accordez-vous **1 point pour chaque affirmation vraie.**

- Mon profil explique clairement qui j'accompagne et ma valeur ajoutée.
- J'ai défini précisément les clients que je souhaite toucher sur LinkedIn.
- Je développe chaque mois mon réseau auprès de cette cible.
- Je connais la proportion de relations correspondant réellement à mon marché.

- J'ai défini plusieurs territoires d'expertise.
- Je dispose d'un calendrier éditorial.
- Je publie régulièrement.
- Mes contenus parlent davantage des problématiques de mes clients que de mes produits.
- Je suis mes statistiques chaque mois.
- Je sais quelles actions LinkedIn ont généré des contacts ou opportunités commerciales.

Votre résultat

0 à 3 points — Présence à structurer

Vous êtes présent sur LinkedIn mais il manque probablement une véritable stratégie derrière cette présence.

4 à 7 points — Stratégie en développement

Les fondamentaux sont là. L'enjeu consiste maintenant à mieux structurer votre audience, vos contenus et votre mesure.

8 à 10 points — Stratégie structurée

Votre présence repose déjà sur de bonnes bases. L'objectif est désormais d'optimiser vos performances et de transformer davantage votre visibilité en opportunités.

Et maintenant ?

Une stratégie LinkedIn performante ne repose pas sur une recette miracle.

Elle repose sur une mécanique relativement simple :

Définir sa cible → Construire son audience → Produire du contenu utile → Être régulier → Mesurer → Optimiser.

Chez **Boostez-votre-agence.com**, nous sommes spécialisés dans l'accompagnement digital des agents généraux et courtiers d'assurance.

Notre approche ne consiste pas simplement à publier à votre place.

Nous travaillons sur votre **positionnement, votre audience, votre stratégie de contenu, votre visibilité et la mesure de vos résultats**, avec un objectif : faire progressivement de LinkedIn un véritable levier de développement pour votre agence ou votre cabinet.

Vous souhaitez savoir où vous en êtes ?

Demandez votre diagnostic LinkedIn BVA.

Nous analyserons votre présence actuelle et identifierons les principaux leviers d'amélioration pour votre agence ou votre cabinet.

BVA — Boostez-votre-agence.com

Expertise digitale au service des assureurs

LINKEDIN EST UN MARATHON, PAS UN SPRINT.

Construisez aujourd'hui une présence solide
et cohérente pour développer demain
votre activité et votre portefeuille.



UNE STRATÉGIE CLAIRE

Des objectifs précis
pour des actions
plus efficaces.



UNE PRÉSENCE RÉGULIÈRE

Des contenus utiles
pour créer la confiance
et engager votre audience.



DES RÉSULTATS MESURABLES

Suivre, analyser
et optimiser pour générer
de vraies opportunités.



Chez BVA, nous transformons votre présence digitale
en véritable levier de développement.

À VOS CÔTÉS, SUR LE **LONG TERME**.



BOOSTEZ-VOTRE-AGENCE.COM

Expertise digitale au service des assureurs

RESTONS EN CONTACT



09 80 40 08 60



contact@boostez-votre-agence.com