

# Sanagate - Lass die Sparsau raus!

## Aufgabenstellung

Sanagate versichert Gesundheit unkompliziert und kann deshalb auch tiefe Prämien anbieten. Dieser Sparvorteil stand auch 2015 im Mittelpunkt unserer Kampagne.

### Ziele:

Steigerung der Offertenanfragen über den Prämienrechner, Nettowachstum der Versicherten von 2015 übertreffen.

### Zielgruppe:

Gesunde Männer und Frauen zwischen 25 und 45 Jahren, Kampagnenfokus auf Kantone mit besonders niedrigen Prämien.

## Lösung

Unter dem Motto «Lass die Sparsau raus» zeigte unsere Kampagne, dass man dank günstiger Prämie mehr Geld für die Freizeit übrig hat und somit viel Spass haben kann. Die Kampagne umfasste Onlinewerbung in 2 Flights, Plakatwerbung in Kombination mit Streuwurf in starken Prämienregionen, Radiospots, 20 Minuten Fake Cover und eine Promotion an der Olma.

### Online Mediastrategie:

Mit Content, grossen Formaten und Videos strebten wir ein hohes Engagement an. Google Search wurde hoch gewichtet für die Abschlüsse mit dem Ziel einer Top 5 Platzierung.

### Flow:

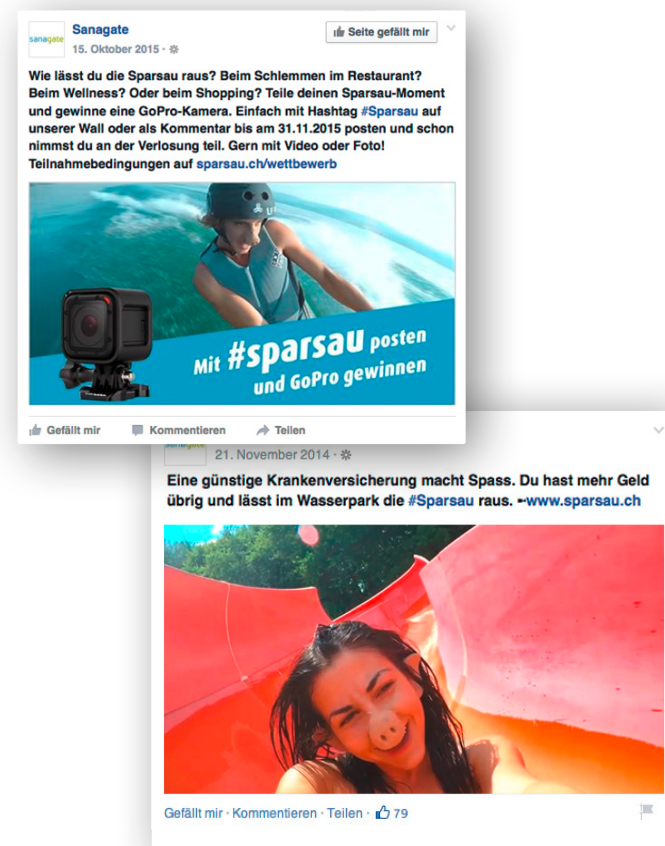
1. Branding Massnahmen > Kampagnen Microsite
2. Zielgerichtete Produktwerbung mit Fokus auf Performance > Prämienrechner.

## Ergebnis

60 Millionen Impressions während 2 Monaten. Über 165'000 Besuche auf sparsau.ch/matiirelire.ch. Von mehr als 8'000 On-line Offertenanfragen sind 42,6 % direkt der Kampagne zuzuordnen (3'510 Offertenanfragen wiederum 12 % mehr als im Vorjahr). Mit über 24'000 Neuabschlüssen und einer reduzierten Kündigungsrate erreichte Sanagate ein Nettowachstum von 17'000 Versicherten und somit neu 90'000 Kunden.



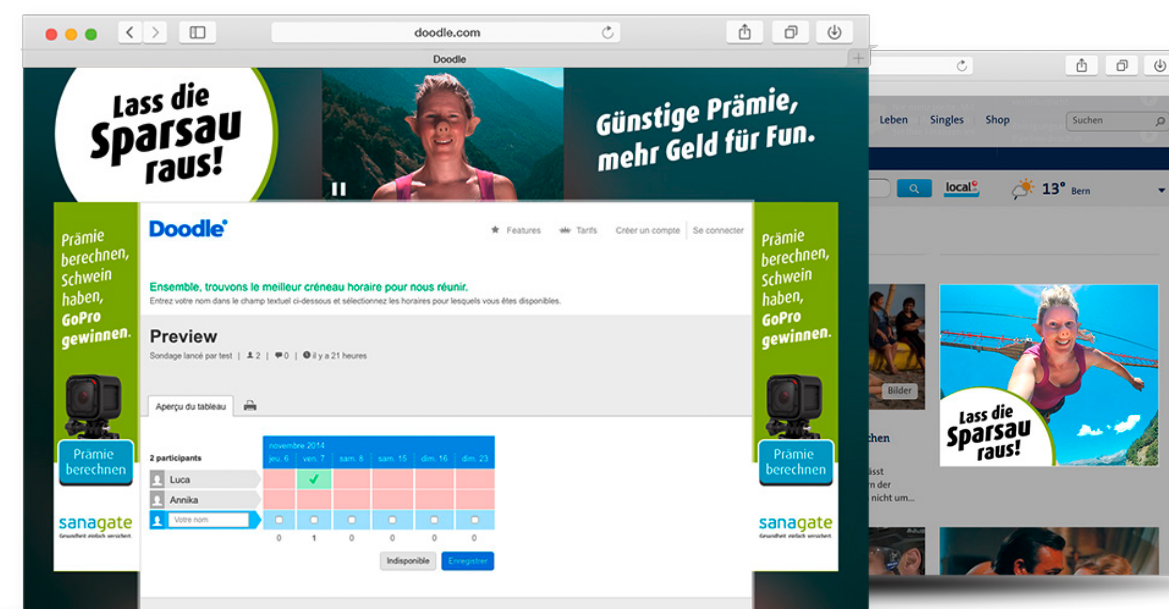
Während der Olma St. Gallen wurden Schweinenasen verteilt, damit die Besucher im Rahmen eines #Wettbewerbs zeigen konnten, wie sie die Sparsau rauslassen.



Facebook Posts und Ads mit #sparsau Wettbewerb begleitend zur Herbstkampagne.



www.sparsau.ch. Sämtliche Werbemittel führten auf die Landingpage. Hier waren das Video zu sehen und der Prämienrechner zu finden.



Online-Werbung in diversen Formaten.



Mobile Banner



Plakatwerbung in Kombination mit Streuwurf in starken Prämienregionen



Fake-Cover 20 Minuten in St. Gallen