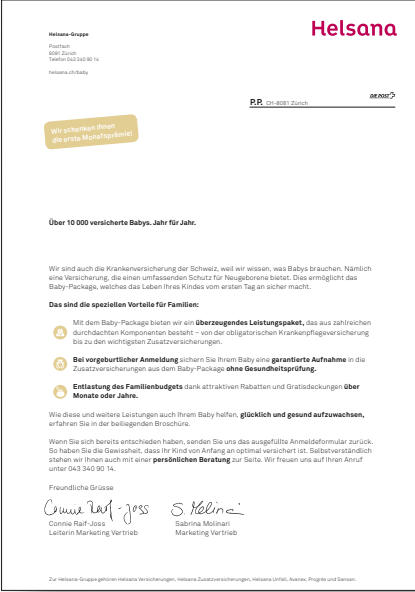


Helsana Familienmailing: Ein Relaunch, der sich gelohnt hat.

Couvert, C5



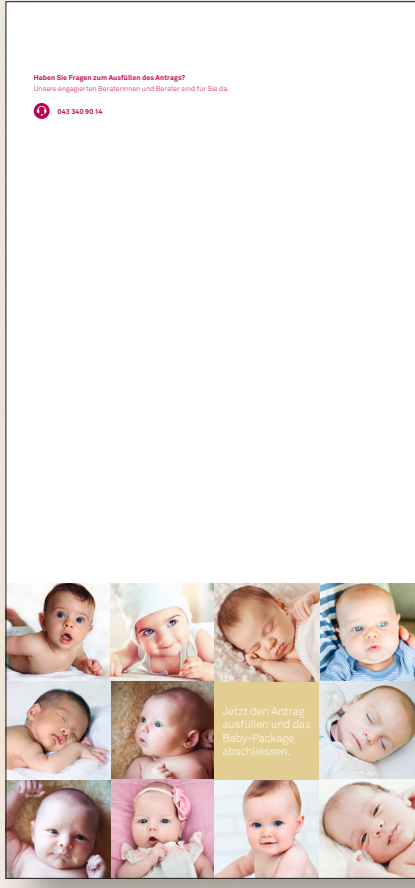
Brief, A4



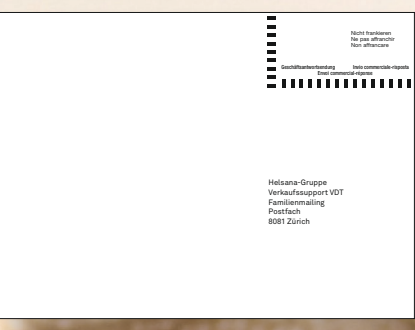
Broschüre, A5



Antrag, gefalzt A5



Antwortcouvert, C5 Mini



Aufgabenstellung

Relaunch eines Mailings, das sich an werdende Mütter richtet. Konkret sollen die sich bietenden Chancen im Kundendialog besser genutzt, ausgebaut und aufeinander abgestimmt werden. Denn die sich verändernde Familiensituation bietet eine optimale Ausgangslage für Beratung, Optimierung der Versicherungssituation und Generierung von Abschlüssen – primär bei bestehenden und womöglich auch bei Neukunden. Das Mailing wird in einem 2-Monats-Rythmus an jährlich ca. 4200 werdende Mütter versendet.

Lösung

Angeboten wird das «Baby-Package» für das «werdende Kind», welches über die Grundversicherung und die wichtigsten Zusatzversicherungen verfügt. Ein grosser Vorteil: das «Baby-Package» kann vorgeburtlich ohne Gesundheitsprüfung abgeschlossen werden. Dieser Aspekt muss betont werden, um einen möglichst frühzeitigen Response und damit einen entsprechenden Abschluss zu tätigen.

In Wort und Bild hochemotionales Werbemittel, das mit dem Instrument des Storytellings arbeitet. Vorgestellt werden in kurzen Cases Stories, welche die einzelnen Leistungsaspekte des «Baby-Package» nachvollziehbar und lebensnah vorstellen. Die gewählte Bildwelt soll bewusst einen «jöh-h-Effekt» erzielen. Der beiliegende Antrag ist unter Responseaspekten gestaltet und intuitiv nutzbar. Mit anderen Worten: Emotionalität schlägt Rationalität!

Ergebnis

Bis jetzt ist der Zwischenstand der Abschlussquote 2014 per 24.11.14 sehr erfreulich. Eine wichtige Zielsetzung wurde übererfüllt: der Response der vorgeburtlichen Anmeldungen konnte gegenüber dem Vorjahr verdoppelt werden! Exakte Zahlen liegen der Jury zur Bewertung vor.