

Sanitas Travel-Kampagne

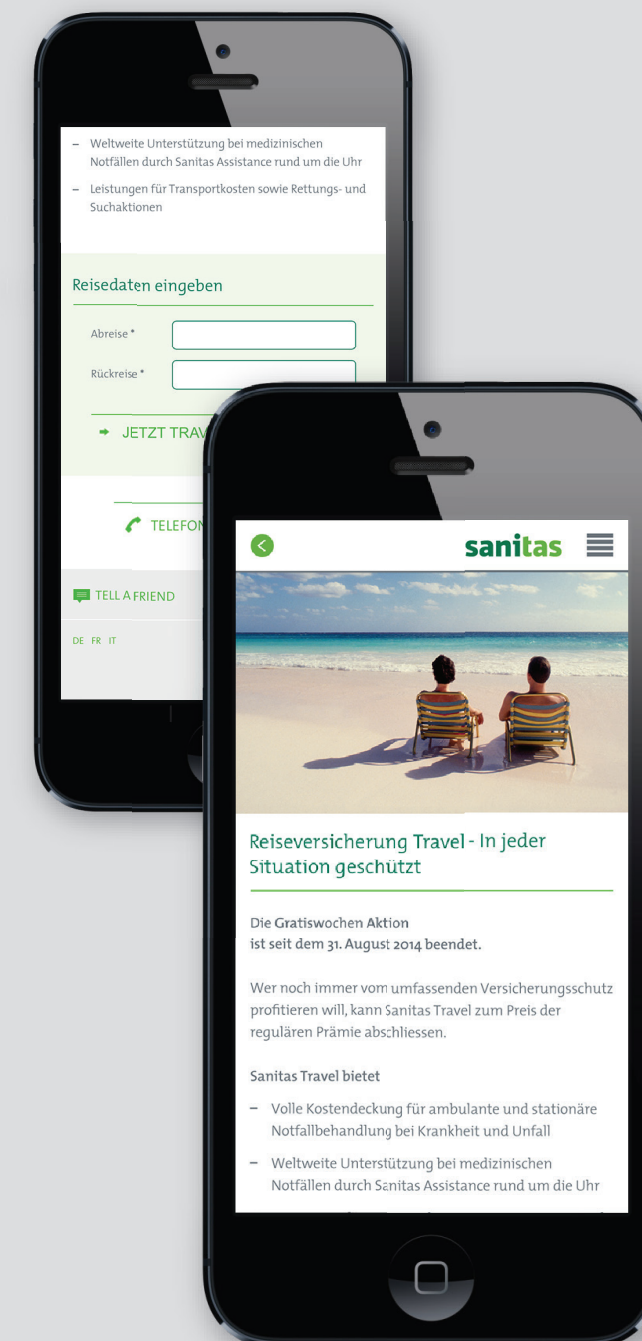
Kategorie: Mailing B2C

sanitas
Ein Leben lang

Flyer & Begleitbrief



Landingpage



Giveaway



Aufgabenstellung:

Pünktlich vor den offiziellen Sommerferien bietet Sanitas kostenlos die Reiseversicherung «Travel» an. Durch diesen Schachzug will der Krankenversicherer Neukunden-Leads generieren und gleichzeitig Cross-Selling bei bestehenden Kunden betreiben. Notch Interactive wird mit der Kreation einer Kampagne beauftragt, die beide Zielgruppen gleichermassen stark anspricht. Die Kampagne gliedert sich in zwei Teile: In einer ersten Phase bewerben wir das kostenlose «Travel»-Angebot der Sanitas. In einer zweiten Phase machen wir die Ferienrückkehrer auf verschiedene Zusatzversicherungen aufmerksam.

Strategie/Lösung:

Im Vorfeld analysieren wir sämtliche User Journeys, um alle Massnahmen bestmöglich auf die unterschiedlichen Zielgruppen abzustimmen. Auf Basis der gewonnenen Insights entwickeln wir anschliessend verschiedene Use Cases. Zudem hinterfragen wir die definierten Kanäle und ergänzen diese um einen Online-Newsletter für internetaffine User. Bei der Kampagne setzen wir auf ein Print-Mailing mit flankierenden Online-Massnahmen. Passend zu den Sommerferien kreieren wir das ideale Give-Away für Sanitas: «Gebrandete» Heftpflaster für die Reiseapotheke. In verschiedenen aufgedruckten Headlines dramatisieren wir die zentrale Botschaft «Jederzeit und überall bestens geschützt.».

Kreation/Umsetzung:

Die Pflaster verweisen humorvoll auf mögliche Gefahren im Urlaub. Gemeinsam mit einem persönlichen Brief und einem Flyer mit QR-Code bilden sie die erste Phase des Mailings für Bestandskunden. Zur Bewerbung von Neukunden zeigen wir die Pflaster in Online-Werbemitteln auf Reiseportalen, Facebook, Sanitas-internen Kanälen und in Reise-Newslettern. Sämtliche Entry-Points der Kampagne führen zu einer zentralen, modular aufgebauten Microsite. Diese informiert die User über das Produkt und führt sie in wenigen Klicks zum Abschluss. Nach Ferienende erhält jeder Kunde ein persönliches, auf seine Bedürfnisse abgestimmtes Schreiben mit einer Broschüre über weitere Zusatzversicherungen von Sanitas.

Ergebnis/Wirkung:

Die Kampagne ist für die Sanitas ein voller Erfolg: In der ersten Phase verschickt Sanitas 15'000 Offline-Mailings. Diese führen in Kombination mit den Online-Massnahmen zu insgesamt 444 neuen Abschlüssen. Das entspricht einer Conversion-Rate von stolzen 2.96%. Ausserdem generieren wir mit der Kampagne 21 Upselling-Abschlüsse für Zusatzversicherungen der Sanitas. Und erbringen so den Beweis: Die Krankenversicherung Sanitas ist mit unseren Kommunikationsideen bestens versorgt.