

Sanagate - Fit for Xmas

Aufgabenstellung

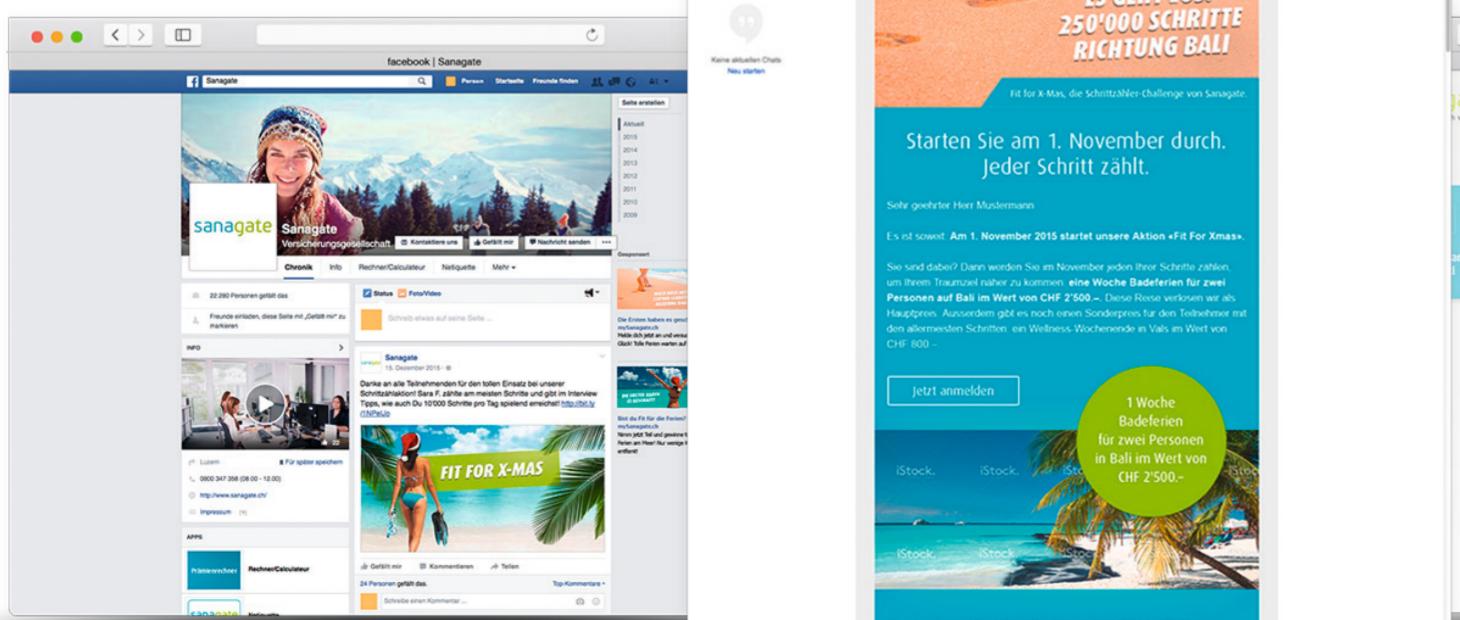
Kundenbindung ist für eine Krankenversicherung wie Sanagate eine besonders wichtige Disziplin. Vor allem in den Monaten Oktober und November, wenn sämtliche Anbieter ihre neuen Prämien publizieren. In dieser Zeit gilt es, ein hohes Engagement mit den Kunden zu erreichen. Damit diese treu bleiben, nicht in Versuchung geraten und im besten Fall gar nicht erst ans Wechseln denken. Zielsetzung: Kündigungsrate senken, Nettowachstum erhöhen, Kunden begeistern.

Lösung

Mit der Aktion «Fit for Xmas» involvierte Sanagate bestehende Versicherte in eine Schrittzhler Challenge: Wer im November 250'000 Schritte absolvierte, erhielt die Chance, seinen trainierten Body bei einer Woche Strandferien ins beste Sonnenlicht zu rücken.

Ergebnis

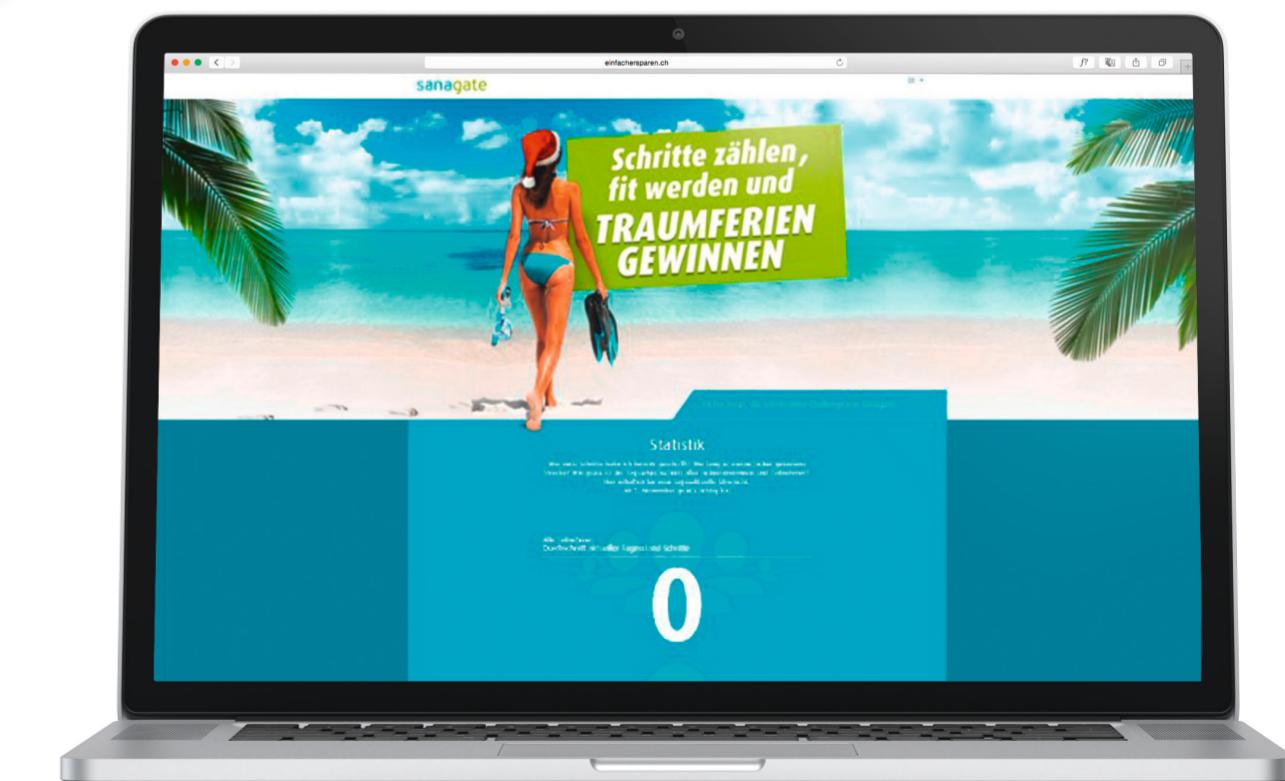
Aktion und Mailing sind bei den Kunden gut angekommen und die Aktion wurde positiv aufgenommen. Über 1000 Kunden haben aktiv teilgenommen. Die Landingpage hatte knapp 14'000 Besuche zu verzeichnen. Fit for Xmas hat erheblich zur Kundenbindung beigetragen (Abwanderung um über 50 % reduziert und damit ein hervorragendes Nettowachstum von 17'000 Kunden erzielt). Sanagate legt den Fokus 2016 auf Kundenbindung und eine Weiterführung von Fit for Xmas ist geplant.



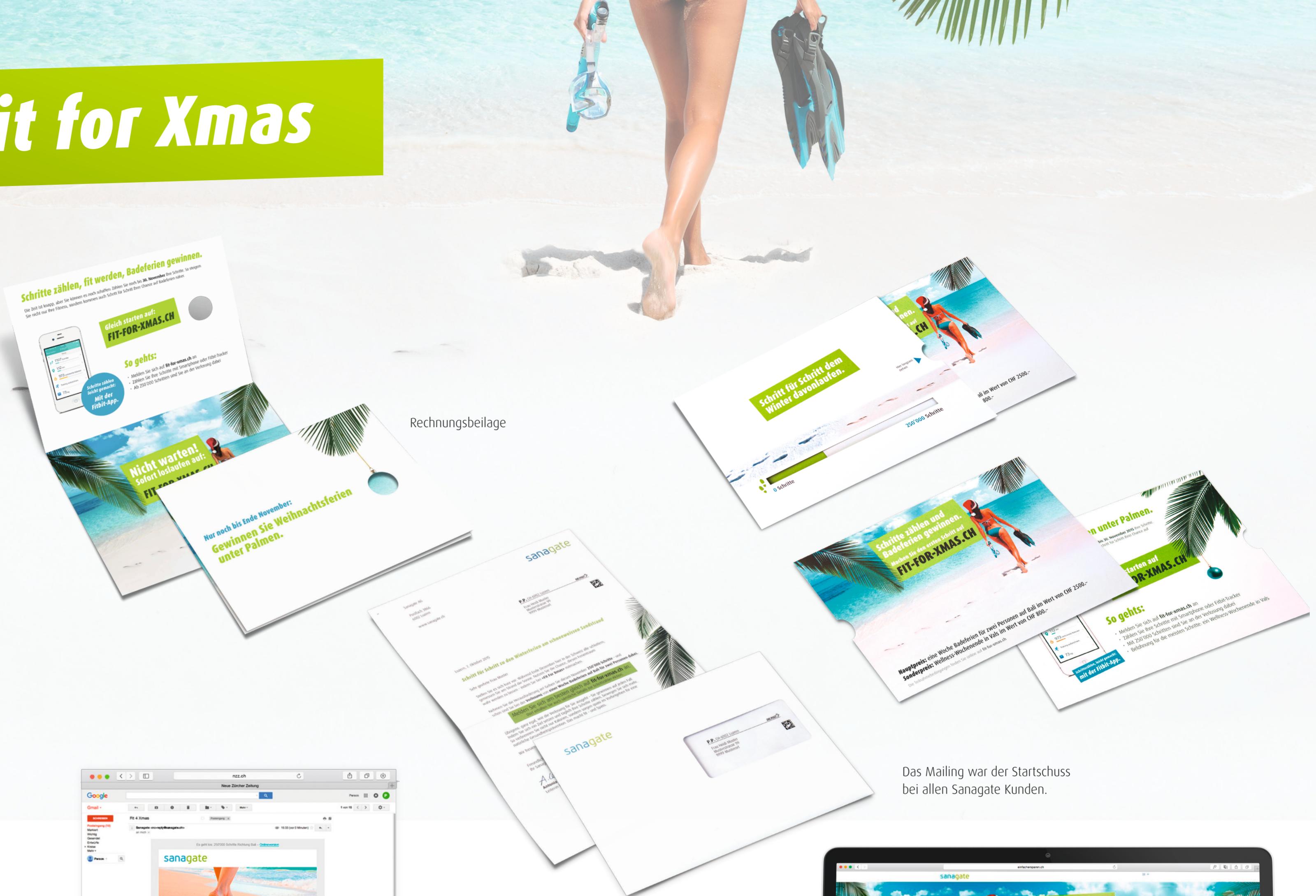
Facebook

The screenshots show the mySanagate mobile application and website. The mobile app displays a summary of step counts and rewards. The website shows a detailed dashboard with step counts, a progress bar, and a banner for the challenge.

Regelmässige Informationen über Newsletter



Auf www.fit-for-xmas.ch konnten die Teilnehmenden der Challenge ihre tagesaktuelle Übersicht prüfen.



Das Mailing war der Startschuss bei allen Sanagate Kunden.