

# 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

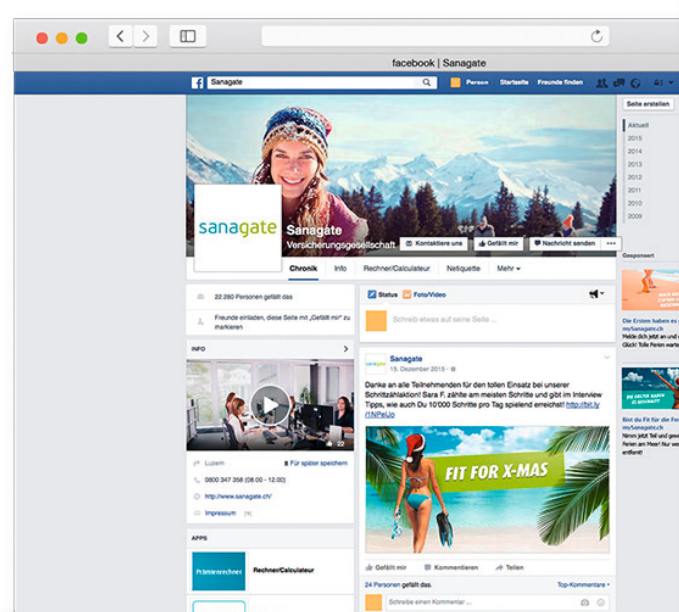
Mit der Aktion «Fit for Xmas» involvierte Sanagate bestehende Versicherte in eine Schrittzähler Challenge: Wer im November 250'000 Schritte absolvierte, erhielt die Chance, seinen trainierten Body bei einer Woche Strandferien ins beste Sonnenlicht zu rücken.

## Ergebnis

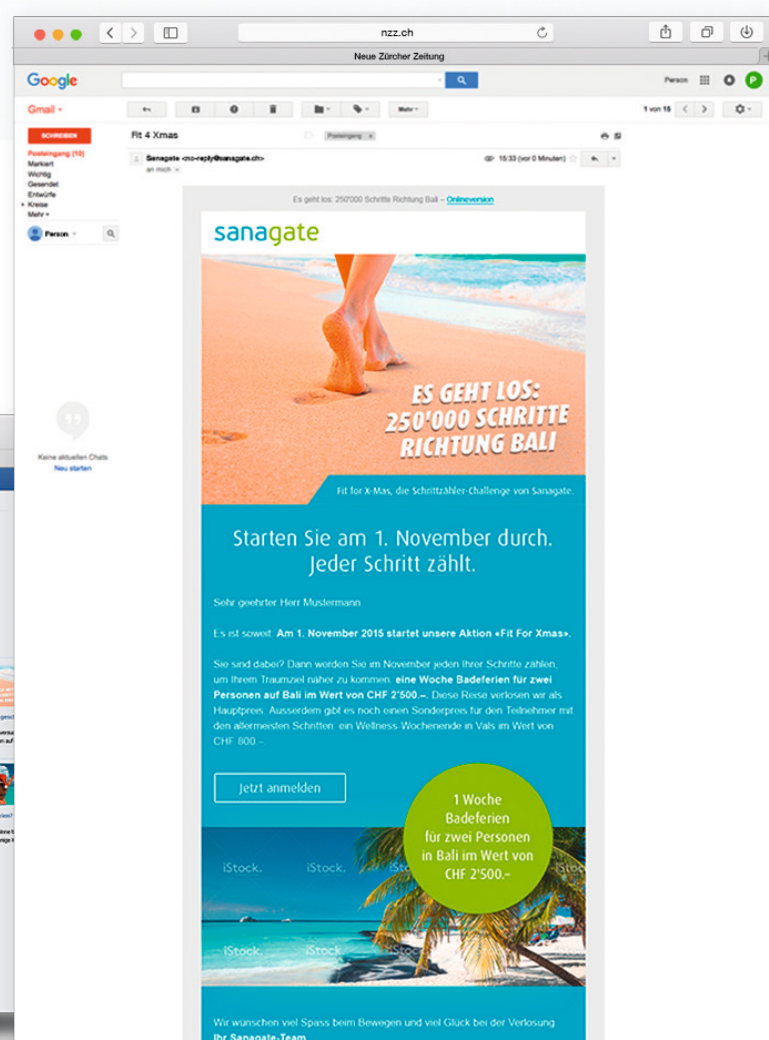
Aktion und Mailing sind bei den Kunden gut angekommen und die Aktion wurde positiv aufgenommen. Über 1000 Kunden haben aktiv teilgenommen. Die Landingpage hatte knapp 14'000 Besuche zu verzeichnen. Fit for Xmas hat erheblich zur Kundenbindung beigetragen (Abwanderung um über 50 % reduziert und damit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

Rechnungsbeilage

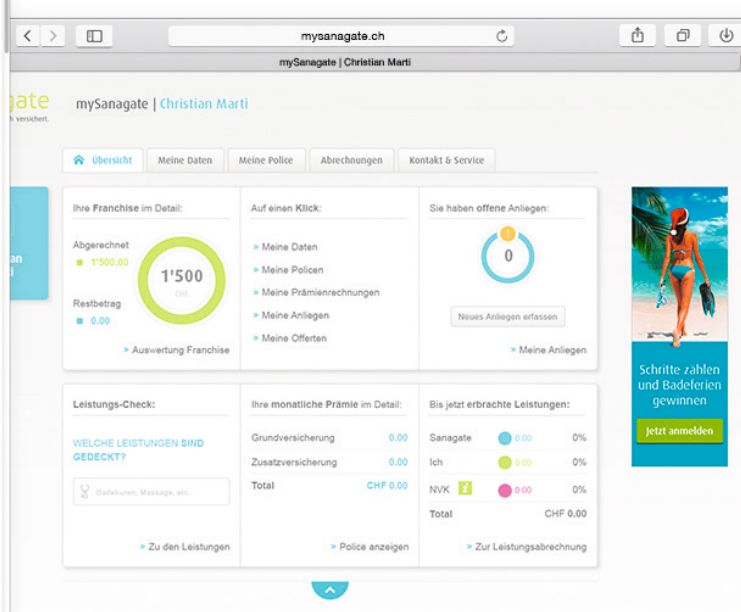
Das Mailing war der Startschuss bei allen Sanagate Kunden.



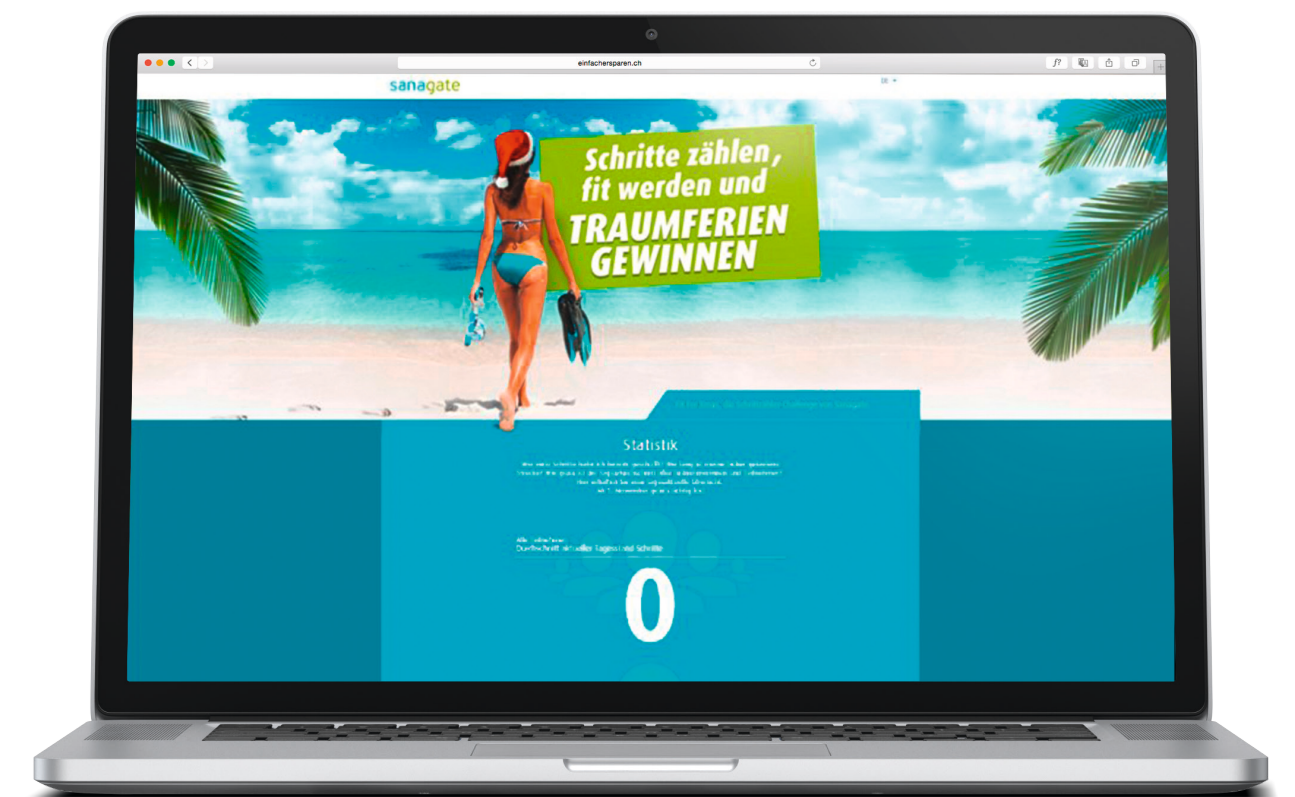
Facebook



Regelmässige Informationen über Newsletter



Banner auf mySanagate



Auf [www.fit-for-xmas.ch](http://www.fit-for-xmas.ch) konnten die Teilnehmenden der Challenge ihre tagesaktuelle Übersicht prüfen.