

Im Handumdrehen zu «myCSS»

CSS

Aufgabe

Hintergrund: Die CSS Versicherung führte im Oktober 2014 das personalisierte Kunden-Login-Portal «myCSS» ein. Das Mailing sollte die vielen Angebote und Vorteile des neuen Portals für die CSS-Kunden kommunizieren.

Kommunikative Herausforderungen: Schnell, einfach und glaubwürdig vermitteln, wie einfach die Registrierung und Handhabung von «myCSS» ist.

Ziel: Die CSS-Kunden sollen ein Login bestellen (online oder per Antwortkarte), das ihnen per Brief zugestellt wird.

In Zahlen: 5% Logins direkt online sowie 1% Response in Form von Antwortkarten

Zielgruppe: Online-affine CSS-Kunden aller Altersklassen, Frauen wie Männer

Auflage: 100'000 Mailings

Lösung

Einfach, übersichtlich und persönlich, das ist das Kunden-Login-Portal «myCSS». Und genauso sollte das Mailing konzipiert sein – einfach, übersichtlich und persönlich. Aber es sollte auch die einfache Registrierung und Handhabung des Portals vermitteln. Deshalb kam ein spannendes Pop-Up-Materialkonzept zum Einsatz, das genau das symbolisiert. Um für eine höhere Aufmerksamkeit im Briefkasten zu sorgen, wurde ein grosses und quadratisches Mailingformat gewählt: 22x22 cm.

Mit einem Wettbewerb als Verstärker wurde ein zusätzlicher Anreiz geboten, sich mit «myCSS» zu beschäftigen und sich anzumelden. Es wurden 10 Helvetic-Tours-Gutscheine im Wert von CHF 700 – 4'000 unter allen «myCSS»-Anmeldungen verlost.

Ergebnis

Das Mailing erzielte fantastische Resultate!

Registrierungen Online: 10'991

Registrierungen Offline: 5'459

Registrierungen gesamt: 16'450

Response Antwortkarten: 8'018 = 8% Responsequote
(Ziel war 1% Responsequote)

Response Online: 11% Responsequote
(Ziel war 5% Responsequote)

Nur Wettbewerbsteilnehmer: 2'559

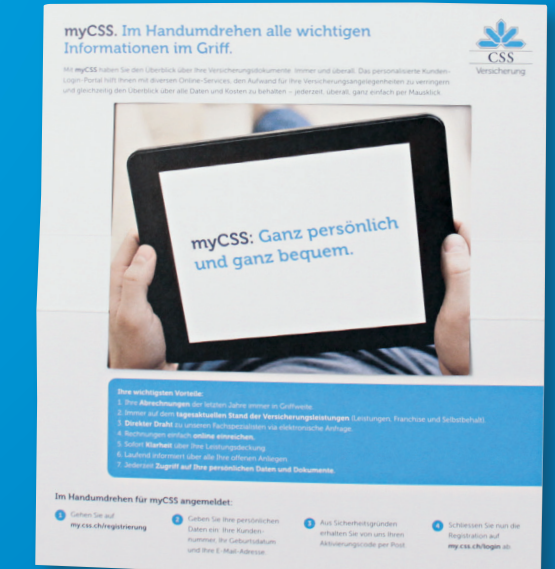
Couvertformat 22 x 22 cm



Vorderseite Flyer



Rückseite Flyer



Durch Herunterziehen dreht sich der Innenteil des Flyers dank einer speziellen Pop-up-Mechanik.



Das Mailing führte die CSS Kunden im Handumdrehen auf das neue Kundenportal.

