

# Performance-Kampagne



## • Erfolgsfaktor 1: Personalisierung



## • Erfolgsfaktor 2: Serielle Schaltung

### Kampagnen Phase 1 – Engagement

Durch unterschiedliche Fragestellungen zum Thema Leben, Digitalisierung, Kosten und Services wurden User involviert und gleichzeitig Daten gesammelt.

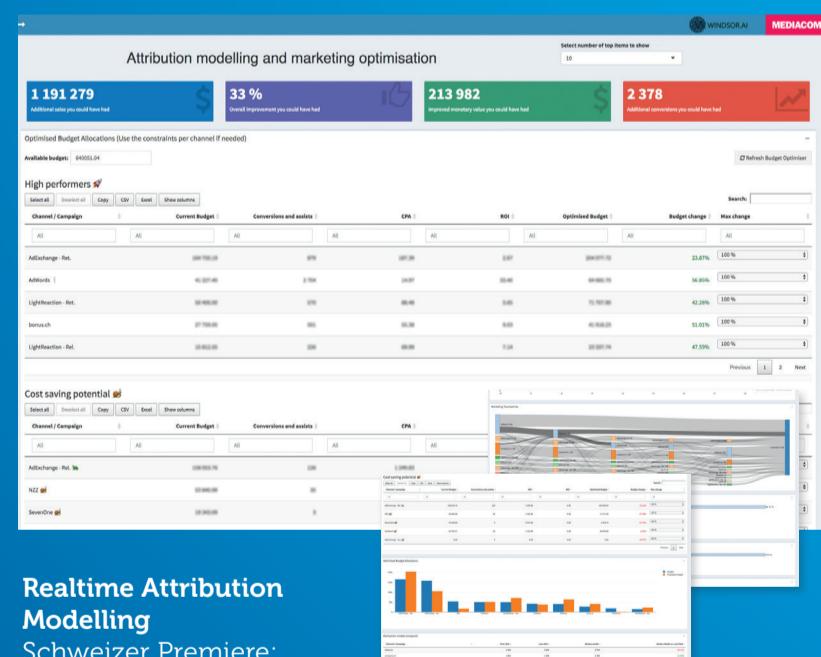


### Kampagnen Phase 2 – Relevance & Retargeting

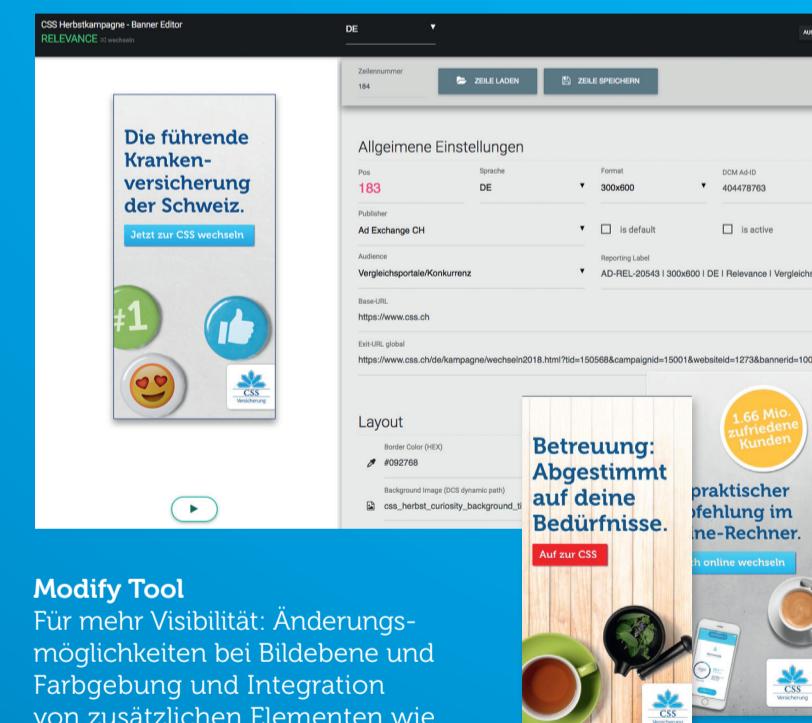
Mit dynamischen, personalisierten, datengetriebenen und in Echtzeit optimierten Botschaften wurden die User zielsicher bespielt.



## • Erfolgsfaktor 3: Tools



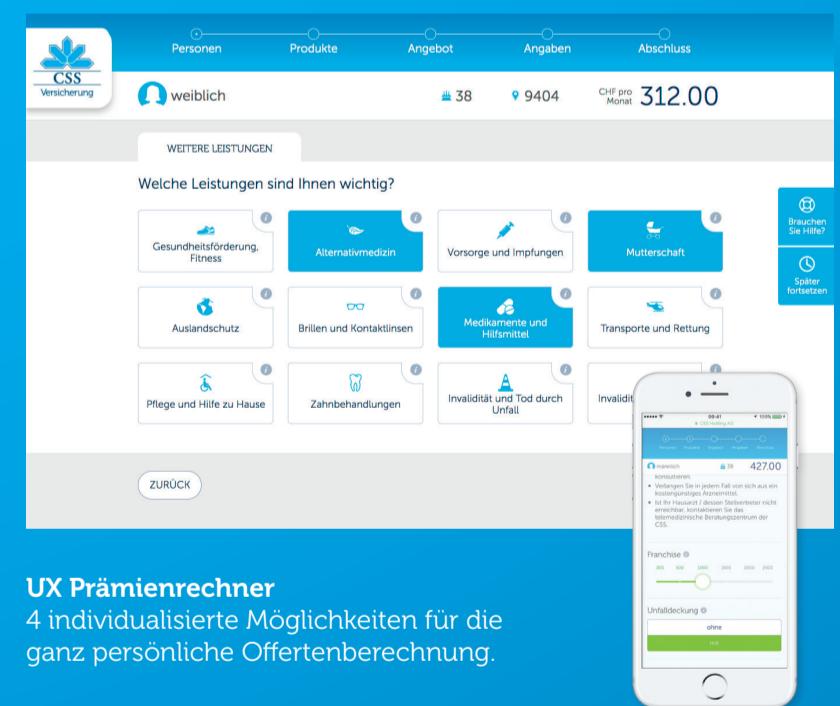
Realtime Attribution Modelling  
Schweizer Premiere:  
Analyse und Optimierung  
des Mediabudgets in  
Echtzeit.



Modify Tool  
Für mehr Visibility: Änderungsmöglichkeiten bei Bildebene und Farbgebung und Integration von zusätzlichen Elementen wie z.B. Störer oder Testsiegel.



6 Landingpages  
Optimale Überführung von den unterschiedlichen Online-Werbemitteln zur passenden Landingpage.



UX Prämienrechner  
4 individualisierte Möglichkeiten für die ganz persönliche Offertenberechnung.

## • Resultat

+98%

+76%

+86%

+32%

+41%

-17%

+35%

Erhöhung der Social-Interaktionsrate

Visits auf der Website

Conversion Rate im Prämienrechner

Steigerung der Leads

Abschlüsse

Reduktion der Kunden-abgangsrate

Steigerung des ROI

## CSS Herbstkampagne

Die erfolgreichste CSS-Kampagne aller Zeiten.

### Aufgabenstellung

Der Herbst ist der wichtigste Zeitraum für die Schweizer Krankenversicherer. Anfang Oktober werden jeweils die neuen Versicherungsprämien kommuniziert und der Markt kommt in Bewegung. Ziel der CSS Herbstkampagne war es deshalb, den Kundenstamm in der Grundversicherung auszubauen und gleichzeitig bestehende Kunden zu binden.

### Strategie / Lösung

Eine dynamische, personalisierte, datengetriebene und in Echtzeit optimierte Performance-Kampagne, welche bestehende und potentielle Kunden über sämtliche Touchpoints der Customer Journey hinweg bindet – bis hin zur Vertragsunterzeichnung.

### Kreation / Umsetzung

Anhand von 15 Audiences, der Region und Sprache wurden mittels Targeting in einem mehrstufigen Prozess individuelle, dynamische Werbemittel ausgespielt. Für alle möglichen Ausstiegspunkte im Sales-Funnel wurden zudem Retargeting-Massnahmen definiert, um stets mit der richtigen Botschaft nachzufassen zu können. Bestandskunden wurden durch Look-Alikes in einer eigenen Audience zusammengefasst. Statt mit Sales- wurden diese mit Bestätigungsbotschaften angegangen.

Um User individuell zu involvieren und gleichzeitig Daten zu sammeln, diente in einer ersten Phase eine dialogorientierte Engagement-Kampagne, welche bereits im August startete.

In der zweiten Phase wurde die dynamisch und programmatisch eingekauften Kampagne mit einem intelligenten Realtime Attribution Modelling verknüpft. Auf Basis der jeweiligen User Journey konnte der Budgeteinsatz in Echtzeit analysiert und optimiert werden. Ergänzt wurde die Display- und AdWords Kampagne mit Social-Media-Massnahmen, welche die Botschaften kanalgerecht unterstützten. Den Krankenkassenwechsel konnten die User schnell und einfach über ihre jeweilige Audience Landing Page im neuen Prämienrechner vollziehen.

### Resultat

Durch das optimale Zusammenspiel aller inhaltlich und technisch machbarer Erfolgsfaktoren war dies die erfolgreichste CSS Herbstkampagne aller Zeiten (Details siehe links).

