

Mehr Wirkung

High-Definition-Dialog CosmosDirekt

Eine Berufsunfähigkeitsversicherung, das ist genau das richtige Produkt für Marina Ursic*. Doch obwohl es dem Angebot für Studenten und Berufstarter des Direktversicherers CosmosDirekt nicht an Interessenten mangelte, hatte die Aussicht auf unangenehme Fragen den Effekt, dass viele potenzielle Kunden erst einmal zurückschreckten. Um Interessenten dennoch an die Versicherung heranzuführen, entwickelte der Sales- und Dialog-Dienstleister careforce eine High-Definition-Dialog-Kampagne. „Sichern Sie sich ab, wenn Ihr Einkommen ausfällt, Frau Ursic“, und weitere persönliche Ansprachen auf dem Produktprospekt in hochwertigem Digitaldruck erregten die Aufmerksamkeit der Kunden.

Mit datenbankgestützter Bildpersonalisierung wurden die Interessenten maximal in die Thematik involviert. Der Überraschungseffekt, der durch das Integrieren von Name, Geschlecht und Alter in die Bild- und Textwelt



Mit einer datenbankgestützten Bildpersonalisierung wurden die Interessenten von CosmosDirekt in die Thematik Berufsunfähigkeit involviert.

ausgelöst wurde, bewirkte, dass deutlich mehr Empfänger als bei „herkömmlichen“ Aussendungen zum Vertragsabschluss bewegt wurden.

Der High-Definition-Dialog eignet sich besonders für kommunikativ schwierigere Produkte, ist aber auch ein wirksames Marketinginstrument für Produkte in höheren Preisklassen oder bei der Ansprache von Topkundensegment. ■ *Name frei erfunden