



ERGODirekt



Case Study

ERGO Direkt – komplexe Produkte crossmedial vermarkten

Bereits seit 2003 vertraut die ERGO Direkt Versicherung dem Multichannel-Commerce-Dienstleister direct interactive. Die direct interactive unterstützt die ERGO Direkt im Bereich Crossmedia Marketing, um einzelne Kanäle erfolgreich zu verzahnen. Das Dienstleistungsspektrum umfasst hierbei Print-Mailings und -Beilagen, Online- und Mobile-Kampagnen sowie das klassische Telemarketing.

Speziell Low-Involvement-Produkte wie Zahnzusatz- und Unfallversicherung stellen an den Vertrieb hohe Anforderungen. Gerade deshalb ist es wichtig, dass performance-orientierte Kampagnen zur Neukundengewinnung über Multichannel-Vertrieb mit höchstmöglicher Synchronität ausgesteuert werden.

Auf einen Blick

Kunde

- ERGO Direkt Versicherung AG

Kanäle

- Online, Telemarketing, Mobile und Print

Key Facts

- Neukundengewinnung über crossmediale Marketing-Kampagnen
- Full-Service Marketing-Dienstleistungen
- Integriertes Qualitäts- und Datenmanagement

burda-versicherung.de

„Mit unseren Ansprechpartnern bei der direct interactive haben wir ein Team von echten Direktmarketing-Profis. Deshalb gelingen uns immer wieder besonders gute Lösungen. Wir schätzen dabei auch den offenen und zielgerichteten Austausch, in dem nichts unausgesprochen bleibt. Das ist das Schöne an einer so intensiven Kooperation. Wir haben alle das gleiche Ziel und leben das auch.“

Jörg Zehrer, Leiter Key Account Management Partnervertrieb, ERGO Direkt Versicherungen

Concept

Die direct interactive übernimmt die Konzeption, Umsetzung und Steuerung von Kampagnen zur Neukundengewinnung als Full-Service-Dienstleister für die ERGO Direkt. Hierbei achtet die direct interactive darauf, dass alle Kanäle, sowohl Online, Print als auch Telefon im Einklang zueinander stehen. Das integrierte Qualitäts- und Datenmanagement trägt zudem dazu bei, die Produkte der ERGO Direkt bestmöglich zu vermarkten.

Zentrales Instrument zur effizienten Ansprache potenzieller Kunden ist nach wie vor das Telemarketing. Basis für erfolgreiche Neukundengewinnung ist das von der direct interactive entwickelte Lead und Permission Management. Es garantiert eine optimale Ansprache echter Interessenten unter Minimierung von Streuverlusten.

Ein weiteres wichtiges Instrument im Direktmarketing-Mix sind Printbeilagen. Im gemeinsamen Kooperationsauftritt der ERGO Direkt mit der direct interactive wird das Vertrauen des Kunden gestärkt, was zu einer höheren Response führt. Der Kunde hat die Möglichkeit per Post, online oder per Telefon weitere Informationen zur Versicherung zu erhalten oder das Produkt direkt abzuschließen.

Kernstück aller Dienstleistungen ist die Webseite www.burda-versicherung.de, welche die Multichannel Response aus Offline- und Online-Kanälen zentral bündelt.

Output

Als Partner im Direktvertrieb und Marketing gewinnt die direct interactive effizient Neukunden mit crossmedialen Marketingkampagnen und wirkungsvollen Sales-Aktivitäten für die ERGO Direkt.

Die direct interactive vereint Marketing, Vertrieb und Technologie und stellt der ERGO Direkt so eine Full-Service-Dienstleistung zur Verfügung. Vom Konzept bis zur Realisierung erhält die ERGO Direkt alles aus einer Hand.



direct interactive

Burda Direct GmbH

Marlener Straße 4

77656 Offenburg

T. +49 781 84 6320

kontakt@directinteractive.de

www.directinteractive.de