



Helsana

Kurzinfo «Helsana+»

Mit dem Ziel ein nachhaltiges Plus im Leben bestehender und potentieller Kunden zu schaffen, hat Helsana das Bonusprogramm Helsana+ entwickelt. Dreh- und Angelpunkt dieses Programms ist die Helsana+ App, welche in sechs Monaten durch Apps with love designed und in Zusammenarbeit mit Jung von Matt Limmat erfolgreich an den Markt gebracht wurde.

Ob über sportliche Aktivitäten im Alltag, aktive Gesundheitsvorsorge, Vereinsmitgliedschaften oder über Kundentreue: Es bestehen vielfältige Möglichkeiten, Pluspunkte zu sammeln und damit in neue Bonuslevel aufzusteigen. Die gesammelten Pluspunkte können in bares Geld verwandelt werden. Wer fleissig und regelmässig sammelt, kann so jährlich über 300 Franken erhalten. Doch damit nicht genug: Zusätzlich eröffnen sich mit jedem Bonuslevel zusätzliche Angebote zum Profitieren bei externen Partnern von Helsana.

Kurzinfo Businessmodel «Helsana+»

Die App ist Dreh- und Angelpunkt für ein komplett neues Bonusprogramm von Helsana, mit dem Ziel ihren Kunden einen spürbaren Mehrwert in ihrem Lebenskontext zu generieren und damit nachhaltige und loyale Kundenbeziehungen zu pflegen. Mit der App möchte Helsana insbesondere auch mit gesunden Versicherten in Kontakt treten, die aufgrund ihrer geringen Leistungsbezüge wenige Kontaktpunkte mit Helsana pflegen. Das gesundheitsbewusste Verhalten der User wird mit Pluspunkten belohnt. Damit will Helsana positive Kundenerlebnisse schaffen. Ausserdem sensibilisiert die App die User, im Alltag bewusst auf ihre Gesundheit und ihren Körper zu achten. Die Helsana+ Bonusprogramm App ist ideal in das bestehende Businessmodell der Versicherung eingebettet und erweitert dieses mit einem für Endkunden einfach zu bedienenden mobilen Tool. Dieses Bonusprogramm birgt „Disruptionspotenzial“ indem es Helsana ermöglicht, ihre Kunden durch die User-Daten noch besser kennenzulernen und gibt Helsana gegenüber der Konkurrenz ein Differenzierungsmerkmal im hart umkämpften Versicherungsmarkt. Dies aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten, Pluspunkte zu sammeln, den einfachen Schnittstellen zu Fitness-Apps und zu den eigenen Versichertenangaben sowie der attraktiven Kundenvorteile.

Kurzinfo Kampagne «Helsana+»

Das Bonusprogramm und die dazugehörige App wurde von der ersten Stunde an gemeinsam mit den Zielkunden co-kreiert und noch vor dem Public-Launch laufend auf die Bedürfnisse der Nutzer abgestimmt. Bereits für das “Closed-Group-Betatesting” konnten mehrere hundert Helsana-Kunden gewonnen werden, deren Rückmeldungen für den Feinschliff und die laufenden Weiterentwicklungen (in den nächsten Monaten) genutzt werden können. Die App ist Marketinginstrument und Bonusprogramm zugleich. Sie dient als Differenzierung gegenüber anderen Versicherungen. Helsana+ gewährt allen Helsana-Kunden einen spürbaren Mehrwert, indem sie für ihren gesundheitsbewussten Lebensstil und ihre Treue zu Helsana belohnt werden. Durch die integrierte Kommunikation über sämtliche Kanäle der Helsana und einer durchgängig konzipierten nationalen Werbekampagne hat diese App grosses Mobilisierungspotential und erfreut sich bereits nach wenigen Wochen einer sehr guten Marketing-Performance mit mehreren Zehntausend Nutzern. Die enge Zusammenarbeit zwischen Helsana, den App-Entwicklern (Apps with love) und den Vermarktungs-Agenturen (Jung von Matt, Apps with love) ermöglichte maximale Synergien und das grösstmögliche Potential einer stringenten und überzeugenden Kommunikation inner- und ausserhalb der App.

Der Leitsatz

«Helsana+: Ihre
Pluspunkte fürs
Leben.»

Mit Benni auf Pluspunkte-Jagd und die Schweiz spielerisch aktivieren



Mit Sympathie
und Humor
inspiriert Benni
Pluspunkte zu
sammeln

Seine
Sammelfreude
wird zum roten
Faden durch
alle
Massnahmen
und Kanäle

Steigerung vom Media-Power und Media-Mix

Out of Home

Plakate,
sowie E-Boards/Panels in
Fussgängerzonen

Print

Printanzeigen in
der
Sonntagspresse

TV

Schweizweite
Ausstrahlung TV-Spots

Online

Display-Ads &
Werbebanner auf
ausgewählten Online-
Plattformen
Social Media
Microsite
helsana.ch

Kundenbindungsmassnahmen & gezielte Ansprache der Zielgruppen

Information & Aktivierung der Helsana-Mitarbeitenden

Kundenbindungsmassnahmen

- Information & Aktivierung am POS: Boden- & Fensterkleber, Info-Point mit Mobiltelefon
- BTL: Flyer / Broschüren / Beilagen / Mailing
- Give-Aways

Owned Media

- Microsite
- Helsana.ch (Blog)
- Social Media
- Kundenmagazin Ratgeber/Aktuell
- Corporate Newsletter

App-spezifische Vermarktungsmassnahmen

App Store Optimization (ASO)

- App Icons
- App Name
- App Keywords und Kategorien
- App Texte / Screenshots
- App Preview Video
- App Ratings und Reviews

Mobile Advertisement

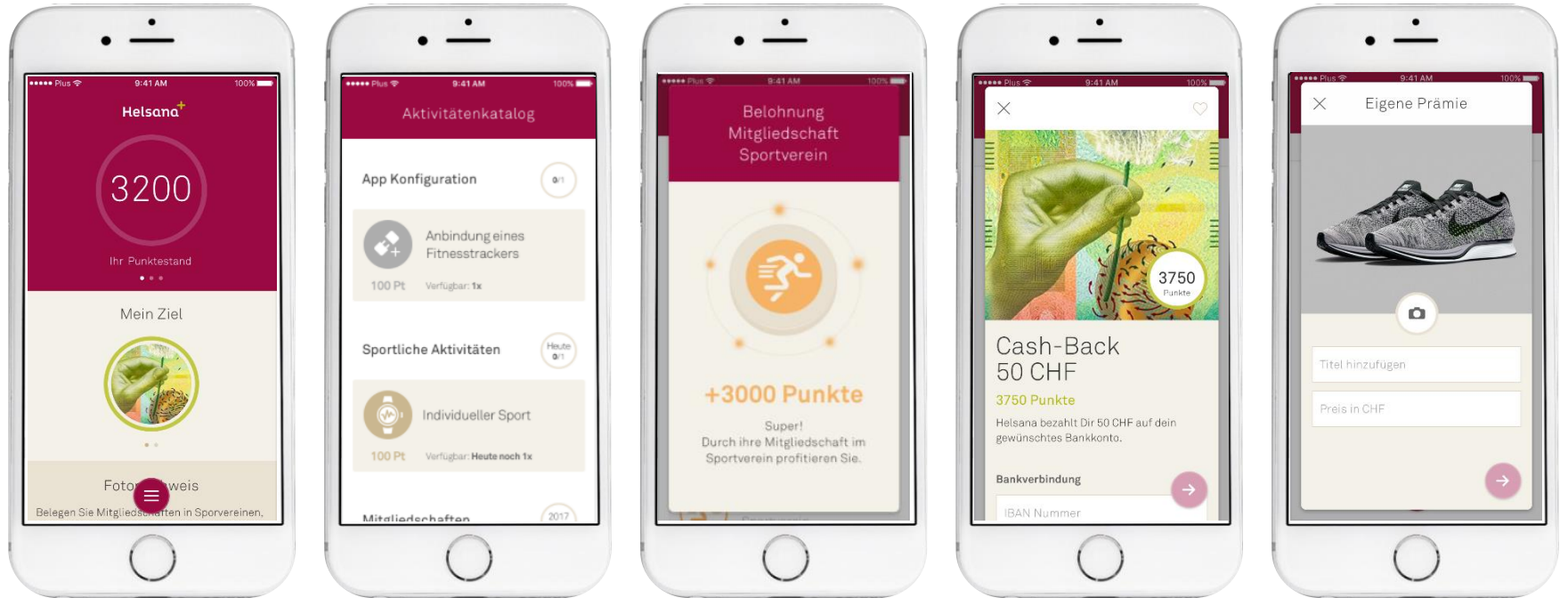
- Mobile Display/Video Ads
- Mobile Search Ads
- App Install Ads auf Google und Social Media

Influencer Marketing

- Bloggers
- App Reviewers
- SoMe-Influencers

PR

Auszug Screens



**Soft-Launch
10.07.**

**Direkte
Kundenansprache
ab 25.09.**

**Interne
Lancierung
ab 19.09.**

**Go-Live
Media
ab 02.10.**