



Försäkringsgivare får bättre
möjlighet att nå ut till kunder
med medieoberoende
lösning från Canon.

**Orion Rechtsschutz-
Versicherung AG**

Försäkringssektorn

Canon

Försäkringsgivare får bättre möjlighet att nå ut till kunder med medieoberoende lösning från Canon.

Bakgrund

Från sitt huvudkontor i Basel i nordvästra Schweiz erbjuder rättsskyddsförsäkringsbolaget Orion Rechtsschutz-Versicherung AG sina kunder ett oberoende rättsligt skydd via kontor i sex länder. Företaget, som delvis ägs av Zurich Financial Services, en av världens största försäkringsgrupper, består av 70 personer och säger att oberoende, professionalism och kundnöjdhet är de grundprinciper som har lett företaget under dess 35-åriga historia.

Problem

När Orion tidigare i år lanserade ett nytt rättsskyddspaket, Orion PRO, ville de hitta effektiva sätt att presentera deras senaste försäkringserbjudande till både nya och gamla kunder. ”Vi vet att vi kan ta fram försäkringspaket som verkligen uppfyller våra kunders behov”, säger Sascha Hümbeli, VD för Orions. ”Men vi är inte experter på marknadsföring och vi vet inte vilka tekniker som bäst förmedlar vårt tjänsteutbud till vår målgrupp och samtidigt skapar maximalt med intresse.”

Hümbeli hade sedan ett par år en mycket god relation med Canon Schweiz och minns att han började diskutera frågan med sin lokala säljare. Canon började arbeta med Hümbeli och hans team för att mer i detalj diskutera Orions specifika krav och för att förtydliga företagets fokus och mål.

Utan att ha en klar bild av hur det skulle genomföras visste Hümbeli att företagets datainsamling behövde förbättras, både kvalitativt och kvantitativt, och samtidigt ville han maximera försäljningen av de tre olika Orion PRO-paketen: Orion PRO Basic, för nya kunder, Orion PRO Standard, för kunder som söker ett bra skydd till ett bra pris, och Orion PRO Premium för de kunder som söker ett komplett försäkringspaket.

Lösning

Canon gick först grundligt igenom Orions verksamhet och behov. Och utifrån egna erfarenheter i ”One Canon” föreslog man sedan en lösning som hanterade behoven och levererade fördelarna. Hümbeli förklarar att Canon snabbt återkom med ett antal förslag för att ta itu med företagets utmaningar. Ett av förslagen var att leda in kunderna till en mikrowebbplats med hjälp av ett personligt utskick.

”Jag föll direkt för webbplatsidén och var imponerad av Canons proaktiva och pragmatiska inställning till att lösa våra problem”, säger han. ”Vi har flera gånger tidigare blivit besvikna när vi försökt sälja våra tjänster och produkter, så jag blev väldigt glad när jag såg Canons analys och förslag för att förbättra våra metoder.”

Förutom det personliga utskicket presenterade Canon ett koncept med storyboards för att mer i detalj förklara fördelarna med medieöverskridande metoder. Det ledde slutligen fram till att Hümbeli och en annan chef gjorde reklam för deras nya försäkringserbjudande i ett kort videoklipp på en nyskapad webbplats, www.oriontv.ch

När projektet var i hamn började Canon producera utskicket vid de egna anläggningarna och i samarbete med andra partners. Canon tog hjälp av ett lokalt webb-TV-företag och Orions reklambyrå för att hantera både videoproduktionen och placeringen online. ”Jag gillade att Canon samordnade hela projektet. De hanterade projektet redan från början och samarbetade på våra vägnar med andra parter så att vi kunde koncentrera oss på våra kunder”, säger Hümbeli.

”Och det kändes aldrig som att vi fick ett standardpaket. I stället lyssnade Canon noga och återkom med en anpassad lösning som precis uppfyllde behoven i vår situation”, tillägger han.



”Och det kändes aldrig som att vi fick ett standardpaket. I stället lyssnade Canon noga och återkom med en anpassad lösning som precis uppfyllde behoven i vår situation.”



Resultat

Fyra veckor efter att projektet startades, och med det personliga utskicket postat till både befintliga och potentiella kunder, lanserades Orions reklamvideo. Orion fick inom kort mängder med besökare till webbplatsen och hade en mätbar besöksstatistik som var nästan 600 % högre än vad de trodde var möjligt.

”Om man ska mäta hur kampanjen gick så talar siffrorna sitt tydliga språk”, försäkrar Hümbeli. ”Innan vi inledde arbetet var vi medvetna om att ett resultat på 2 % allmänt anses vara ett genomsnitt för en sådan här kampanj så naturligtvis förväntade vi oss ungefär det. Och självklart var vi helt förbluffade när vi såg att besöksstatistiken gick upp med 14 %. Det var bokstavligen fenomenalt.”

Och vid uppföljningar har Orions team varit mycket nöjda med det imponerande antalet bra leads från potentiella kunder som verkligen är intresserade av att veta mer om Orion PRO. ”Jag skulle säga att nästan 20 % av alla besök på webbplatsen har resulterat i intressanta och positiva diskussioner. Våra säljare har haft mycket att göra”, säger Hümbeli och ler.

Hümbeli medger att andra företag kanske hade föreslagit liknande lösningar för Orions situation, men han tillägger snabbt att han är mycket nöjd med Canons innovativa tänkande och initiativ i fråga om att gå igenom och agera efter Orions behov.

”Canon lyssnade på våra behov, övervägde våra mål och diskuterade dem med oss. Sedan levererade de snabbt och effektivt en lösning som inte bara höll vad de lovat utan även vida överträffade våra förväntningar.”

”Innan vi inledde arbetet var vi medvetna om att ett resultat på 2 % allmänt anses vara ett genomsnitt för en sådan här kampanj så naturligtvis förväntade vi oss ungefär det. Och självklart var vi helt förbluffade när vi såg att besöksstatistiken gick upp med 14 %. Det var bokstavligen fenomenalt.”

”Canon lyssnade på våra behov och vi diskuterade våra mål. Sedan levererade de snabbt och effektivt en lösning som inte bara höll vad de lovat utan även vida överträffade våra förväntningar.”

Sascha Hümbeli

VD, Orion Rechtsschutz-Versicherung AG.

Canon Europe Ltd

3 The Square
Stockley Park
Uxbridge
Middlesex
United Kingdom
UB11 1ET
Tel: +44 208 588 8000
Fax: +44 208 588 8001
www.canon-europe.com

Canon Svenska AB

Gustav III:s Boulevard 26
169 88 SOLNA
Tel: +46 8 744 85 00
Fax: +46 8 744 64 65
www.canon.se

Canon