



Pressemeldung

Mindbox setzt Kundenerlebnisse der AOK PLUS digital in Szene

- Kampagne „Kunden begeistern“: AOK PLUS will mit Digital-Strategie Emotionen wecken
- Kundenerlebnisse: Storytelling macht Kunden zu Markenbotschaftern
- 100% Digital: AOK PLUS verzichtet erstmals auf Out Of Home und Print
- Bisher 1.682.000 Aufrufe und hohe Interaktion der Facebookvideos

Dresden, 23. Juni 2016 – Seit April startet die AOK PLUS, die größte Krankenversicherung in Sachsen und Thüringen, ihre rein digitale Jahreskampagne „Kunden begeistern“. Für Konzeption und Umsetzung zeichnet die Full-Service Digital Agentur Mindbox im Verbund mit der zebra | group verantwortlich. Zum ersten Mal in seiner Geschichte verzichtet der Krankenversicherer bei einer Jahreskampagne auf jegliche Out Of Home und Print-Maßnahmen. Im Mittelpunkt der bis Oktober 2016 laufenden Kampagne stehen authentische Erlebnisse der Kunden mit der AOK PLUS. Die bisherigen Ergebnisse übertreffen die Erwartungen.

Storytelling und Empfehlungsmarketing

Ziel der diesjährigen Kampagne des Krankenversicherers ist es, die eigenen Kunden in ihrer Entscheidung für die AOK PLUS zu bestätigen und als Fürsprecher zu gewinnen. Im Zentrum der Maßnahmen stehen multimedial aufbereitete Geschichten von Kunden, denen die AOK PLUS als starker Partner zur Seite stand. Diese emotionalen und authentischen Erlebnisberichte werden kanalübergreifend von der Full-Service Digital Agentur Mindbox und zebra Werbeagentur aufbereitet. Die spannendsten Geschichten hat der Dresdner Filmemacher Sebastian Linda filmisch für den Youtube-Kanal der AOK PLUS dokumentiert, der genauso wie Instagram und Facebook eine entscheidende Rolle im neuen Marketing-Mix der AOK PLUS erhält. So zeigt der erste veröffentlichte Clip eine Familie, die durch die Geburt von Drillingen plötzlich von einem drei- zu einer sechsköpfigen Familie anwuchs. Die AOK PLUS übernahm die Kosten für die dringend benötigte Haushaltshilfe und verschaffte den Eltern so mehr freie Zeit, um sich um das Säuglingstrio kümmern zu können. Allein dieses Video wurde auf Facebook bis heute knapp 798.000 Mal aufgerufen, erreichte über 4.300 Likes und wurde 520 Mal geteilt. In 261 Kommentaren reagieren die Nutzer weitgehend positiv und AOK PLUS-Kunden berichten von eigenen guten Erfahrungen oder fragen nach entsprechenden Leistungen. Auch enttäuschten Kunden, denen ähnliche

Leistungen in der Vergangenheit nicht genehmigt werden konnten, antwortete das Community-Team sofort und konnte viele Anliegen dank intensivem Austausch mit dem Kundenservice schnell klären.

Interaktion über alle Kanäle

Im Laufe der Kampagne suchen AOK PLUS und Mindbox / zebra stetig weitere Geschichten, um mit diesen die vielfältigen Leistungen der Krankenkasse zu zeigen. Erzählen können Kunden ihre Erlebnisse in den Social Media unter dem Hashtag #inbestenhaenden und über eine entsprechende Microsite, auf der man alle Erlebnisse gebündelt entdecken kann.

Zitat Antje Renelt, Bereichsleiterin Marketing AOK PLUS

„Wir wollten in diesem Jahr unsere Kunden noch stärker als Markenbotschafter gewinnen, denn die Loyalität unserer vielen AOK PLUS Versicherten ist für uns der Schlüssel zu nachhaltigem Kundenwachstum. Mit unserem neuen Kampagnenansatz rückt das digitale Storytelling deutlich mehr in den Mittelpunkt. Das spiegelt sich auch in der darauf abgestimmten Media-Strategie wieder, wir setzen in diesem Jahr erstmals voll auf Online. Mit den bisherigen Ergebnissen sind wir sehr zufrieden. Neben den Marketing-Effekten ist es eine wunderbare Motivation für unsere Mitarbeiter, die vielen positiven Erlebnisse der Kunden zu lesen.“

Zitat André Richter, Geschäftsführer Mindbox

„Die authentischen Erfahrungsberichte der Versicherten sind der beste Weg, um die vielfältigen Leistungen der AOK PLUS emotional und glaubwürdig zu zeigen. Neben vorproduzierten Multimedia-Stories setzen wir stark auf Nutzer generierte Inhalte. Redaktionelle Beiträge verschmelzen immer stärker mit der kanalübergreifenden Mediaplanung. Das führt zu einer enormen Planungs-Komplexität, aber gleichzeitig zur Vermeidung von Silostrukturen.“

Teaservideo zur Kampagne:

<https://www.facebook.com/aokplus/videos/1138405219544283/>

Web-Film 1 „Wenn aus 3 plötzlich 6 werden“:

<https://www.facebook.com/aokplus/videos/1140947572623381/>

LINK Webspecial: <https://www.aokplus-online.de/inbestenhaenden.html>

LINK Facebook: <https://www.facebook.com/aokplus>

LINK Youtube: <https://www.youtube.com/user/aokplus>

Über Mindbox / zebra | group

zebra | group ist eine Full-Service Agenturgruppe mit Sitz in Dresden und Chemnitz. Zur Group gehören die zebra | Werbeagentur, die Strategieberatung zebra | consult, die PR-Spezialisten zebra | public und die Full-Service Digital Agentur Mindbox. Die Agenturgruppe mit derzeit über 100 festen Mitarbeitern betreut mit RWE Deutschland, Lidl International, clever fit, Telecolumbus, primacom, Sanifair, Tabasco und AOK PLUS Kunden aus dem gesamten Bundesgebiet. Der Schwerpunkt liegt in der strategischen Beratung zum digitalen Wandel sowie der kanalübergreifenden Kreation und Umsetzung von On- und Offline-Maßnahmen (Kampagnen, Websites, Shops, Brand- und Conversionskampagnen) und deren erfolgreicher Vermarktung in sämtlichen Kanälen und allen relevanten Touchpoints.

Über AOK PLUS

Die AOK PLUS ist mit mehr als 3 Millionen Versicherten die siebtgrößte gesetzliche Krankenversicherung in Deutschland. In Sachsen und Thüringen ist die AOK PLUS die größte regionale Kasse mit einem Marktanteil von rund 49,8 Prozent. Mit über 6.700 Mitarbeitern versichert sie nahezu jeden zweiten Einwohner der beiden Länder. Die AOK PLUS entstand im Jahr 2008 durch die Fusion der Gesundheitskassen in Sachsen und Thüringen. Mit einem aktuellen Zusatzbeitrag von 0,3 Prozent und einem monatlichen Beitragssatz von 14,9 Prozent zählt die AOK PLUS bundesweit zu den günstigsten Anbietern.

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische

Sebastian Salvador Schwerk

Tel: +49 (0) 351 21522970

E-Mail: seb@frische-fische.com