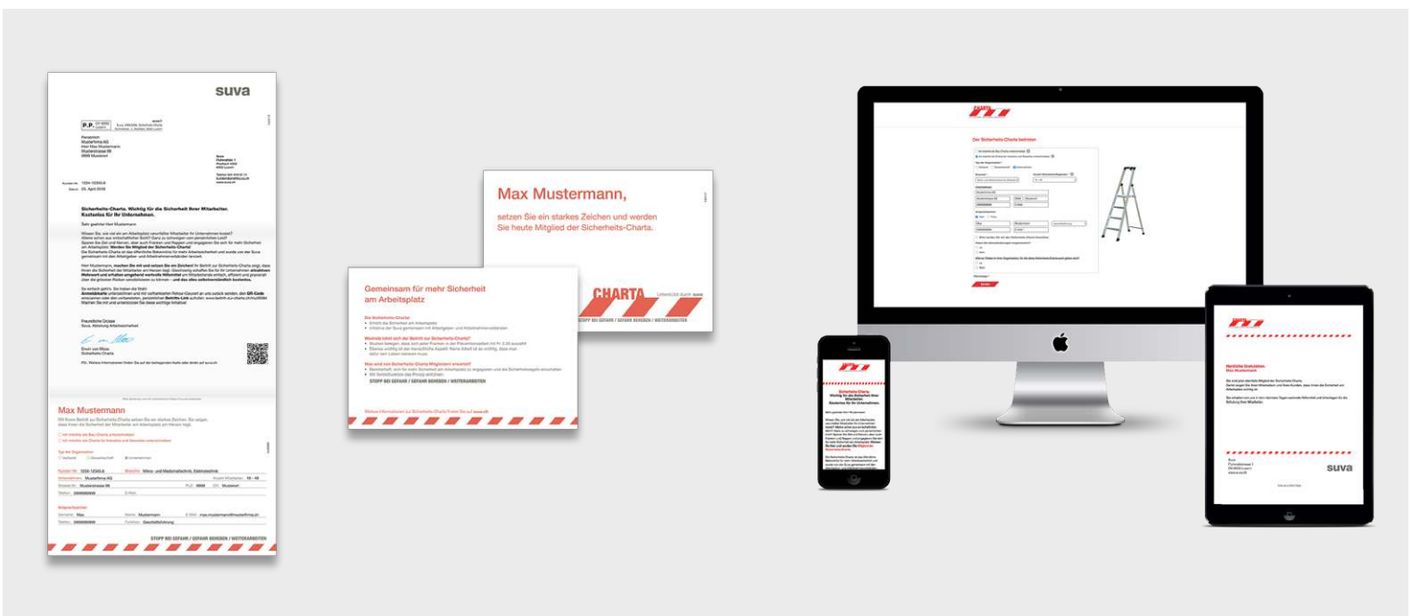
PUBLIREPORTAGE

Beitritt zur Sicherheits-Charta: Multichannel Direct Marketing für die Suva

In der Schweiz verunfallen jedes Jahr rund 250 000 Menschen bei der Arbeit. Davon sind 181 500 Personen Versicherte der Suva. Es trifft jeden fünften Bauarbeiter, jeden vierten Gerüstbauer und jeden dritten Forstarbeiter. «Vision 250 Leben» heisst die Antwort der Suva auf diese hohe Anzahl schwerer Arbeitsunfälle. Ziel ist, zwischen 2010 und 2020 250 Berufsunfälle mit Todesfolge und ebenso viele schwere Invaliditätsfälle zu verhindern. Mit einer innovativen Multichannel-Direct-Marketing-Kampagne – konsequent in Print und Web umgesetzt – verfolgt die Suva das Ziel, 1500 Firmen für den Beitritt zur Sicherheits-Charta zu gewinnen.



Arbeitssicherheit hat oberste Priorität. Dementsprechend hoch ist die Erwartung eines überdurchschnittlichen Kampagnenresponse. Mittels mehrstufiger Kontaktaufnahme – via Print, online sowie via Callcenter – und sehr einfacher Antwortmöglichkeiten hat die Suva dieses Ziel konsequent umgesetzt, und die Erwartungen wurden weit übertroffen.

«Die ‹Vision 250 Leben› als Kernaussage der Sicherheits-Charta soll unseren Mitgliedern helfen, das Thema Arbeitssicherheit konstant und wirkungsvoll umzusetzen. Dabei können die Unterzeichner unserer Sicherheits-Charta kostenlos und ohne viel Aufwand von unseren gebrauchsfertigen Instruktionshilfen profitieren», sagt Daniel Kohler, Experte für Kundenkampagnen bei der Suva.

Ausgangslage

Die Sicherheits-Charta ist das öffentliche Bekenntnis für mehr Arbeitssicherheit und wurde von der Suva gemeinsam mit den Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbänden lanciert. Die Suva lädt ihre Kunden ein, dieser Sicherheits-Charta beizutreten und sich somit auch aktiv mit dem Thema Arbeitssicherheit auseinanderzusetzen. Um möglichst viele Firmen als Mitglieder zu gewinnen, wählte die Suva den effizienten Multichannel-Ansatz von Swiss Direct Marketing. Die Ansprache über Print- und Online-Kanäle war ebenso ein Muss-Kriterium wie die einfache Benutzerführung und ein zeitsparendes Anmeldeverfahren.

Ausführung

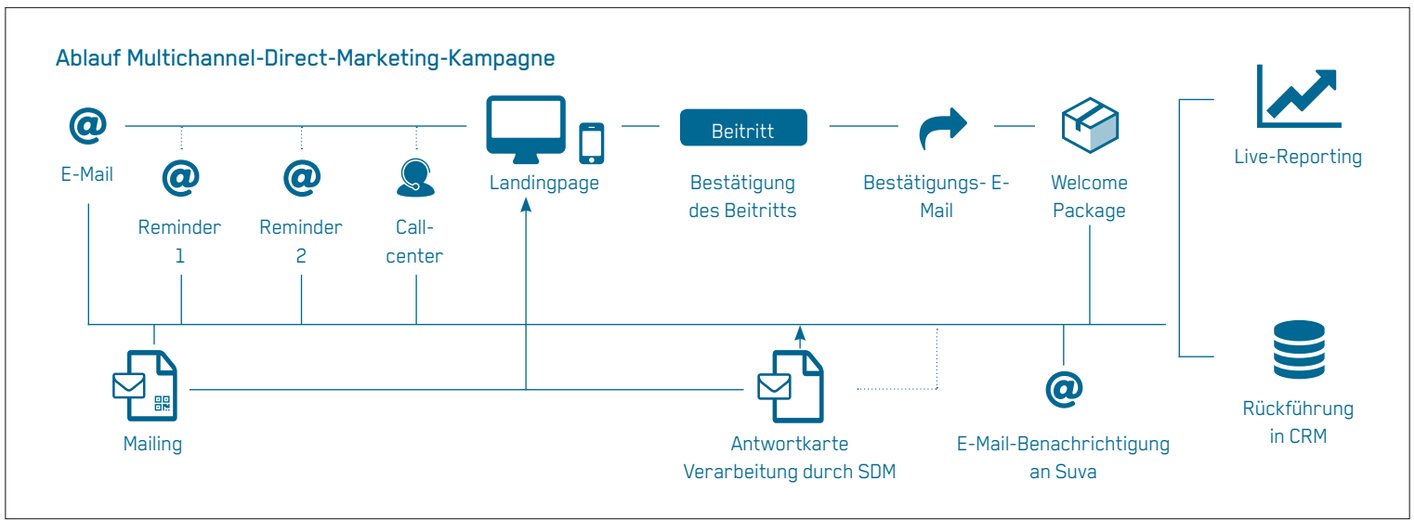
Ein kleiner Teil der Suva-Kunden wird in der ersten Phase per E-Mail angeschrieben. Die personalisierte E-Mail-Nachricht enthält einen Link, der direkt zur persönlichen Landingpage führt. Dort kann der Adressat online dem Beitritt zur kostenlosen Sicherheits-Charta zustimmen. Kontakte, welche elektronisch nicht erreicht werden konnten – zum Beispiel infolge unzureichender E-Mail-Daten –, wurden automatisch zur zweiten Kundengruppe migriert und erhielten die Botschaft via Direct Mailing per Post. Dieses Direct Mailing erfolgte in verschiedenen Wellen, der Versand fand im Zwei-Wochen-Rhythmus bis Ende Juli 2018 statt.

Das kuvertierte Mailing enthält neben einem Begleitbrief mit abtrennbarem Anmeldeformular einen personalisierten Flyer sowie ein Antwortkuvert. Der Brief mit dem Talon wie auch der Flyer sind personalisiert. Das Formular ist mit allen vorhandenen Daten vorausgefüllt, sodass die Anmeldung für die Adressaten möglichst komfortabel und einfach ist. Mittels PURL oder QR-Code aus dem Begleitbrief können die Empfänger alternativ auch auf ihre persönliche Landingpage zugreifen und online dem Beitritt zur kostenlosen Sicherheits-Charta zustimmen.

Bei beiden Anmeldewegen – in Print und online – kann der Adressat zudem seine Adresse mutieren und Ansprechpartner korrigieren. Beim Online-Formular bestand zudem die Möglichkeit, weitere Filialen bekannt zu geben oder den Newsletter zum Thema Sicherheits-Charta zu abonnieren.

Friendly Reminder

E-Mail-Empfänger, welche dem Beitritt nicht zugestimmt hatten, erhielten eine Woche nach dem Initialversand eine weitere Benachrichtigung als Friendly Reminder per E-Mail. Nach



Das mehrstufige Kampagnendesign – in Print und Online – wird über eine zentrale Datenbank gesteuert: Die Adressdatenhaltung, die Printproduktion und das Web-Content-Management-System basieren auf demselben Datenpool. Mittels entsprechender Planung und dank Live-Reporting werden die individuellen Touchpoints zeitgesteuert und automatisch erstellt.

Daniel Kohler
Experte Kundenkampagnen
Suva

«Es war wichtig, dem Kunden unterschiedliche Response-Möglichkeiten anzubieten. Alle vorbefüllt, personalisiert und so gestaltet, dass der Kunde möglichst wenig Zeit investieren muss. Die Zusammenarbeit mit Swiss Direct Marketing war von Anfang an sehr effizient und hoch professionell.»

einer weiteren Woche wurde den Nichtreagierern ein zweiter E-Mail-Reminder zugestellt. Dank einer zentralen Datenbank – für Print und online – und der täglichen Response-Verarbeitung der physischen Antwortkarten durch die Swiss Direct Marketing AG war sichergestellt, dass es zu keinen ungewollten oder doppelten Zustellungen kam. Zudem konnte der Kampagnenverlauf durch den Kunden in Echtzeit mitverfolgt werden.

Persönlicher Kontakt

Adressaten, welche auf die Beitrittsaufforderung nicht reagierten, wurden im Nachgang durch ein Callcenter kontaktiert. Mittels eines eigens für das Callcenter kreierten Anmeldeverfahrens wurde es den Callagents ebenfalls so einfach wie möglich gemacht, die Calls systematisch zu dokumentieren.

Welcome Package

Der Beitritt zur Sicherheits-Charta wurde mit einem Welcome Package abgeschlossen, welches die Swiss Direct Marketing AG ebenfalls wöchentlich verschickte. Das personalisierte Welcome Package enthielt weitere Informationsmaterialien rund um das Thema Arbeitssicherheit.

Resultat

Durch die zwei Reminder per E-Mail konnte der Response verdreifacht werden. Weiter konnten Adressen korrigiert und um die richtigen Ansprechpartner ergänzt werden. Auch der Response von den Direct Mailings war überdurchschnittlich. Die Verbindung von analogen und digitalen Kanälen zeigte bereits in der Halbzeit der Kampagne, dass ein überdurchschnittlicher Response erzielt wird. Die Wahlfreiheit des Response-Kanals und die komfortable und schnelle Beitrittsmöglichkeit sind probate Mittel, um den Return on Investment einer Kampagne massgeblich zu verbessern. ■

swiss direct marketing
creating response

Personalisierte und individualisierte Kampagnenlösungen für Print, Web und Mobile aus einer Hand

Kontakt

Daniel Winter
Leitung Verkauf
Swiss Direct Marketing AG
Wildischachen, 5201 Brugg

T +41 79 150 75 53
daniel.winter@mysdm.ch
www.mysdm.ch

Weitere Cases

Erklärfilm