

Tryghedsprofilen Det handler om at være Tryg

Er du rigtig forsikret? Få svaret med Tryghedsprofilen

Vores nye rådgivningsværktøj, Tryghedsprofilen, tager udgangspunkt i dig og dit liv for at finde ud af, hvordan du bliver rigtig forsikret. Du skal gennem tre nemme trin - så har du det fulde overblik. God fornøjelse.

Så nemt er det

- 1 Du skal ikke tænke på det. Du svarer på de 15 spørgsmål.
- 2 Du får nogle ekstra spørgsmål - baseret på din profil.
- 3 Så vores anbefalinger - baseret på din profil.

NEM ID
 Log på med NEM ID
 Med NemID kan du nemt og sikkert logge dig ind og få overblik over dine forsikringer. Du behøver ikke at kontakte Tryk Inden.

Log ind

WEBSITE

1

Tryghedsprofilen Det handler om at være Tryg

Er der mere, du kan fortælle om dig og dit liv?

Tryk i familien	Tryk i hjemmet	Tryk på vejen	Tryk i fritiden
Flere voksne? Børn? Hund?	Hus? Lejlighed? Varde lige vandret?	Carport/ garage? Trailer? Motorcykel? Køkkentil? Dyrt cykler?	Fritidsbus? Biljet? Kano/kajak/ vandkøretøj? Kajak? Vindtur? Feriehjem? Hest?

Søren Christian Hansen 25.07.1980
 Søren Hansen 11.05.1979
 Marie Hansen 01.05.2008
 Hund

Huset
 31 i Vokse VVS, 1598
 31 i Citron 330, 2001
 Carport/ garage
 Trailer
 En el-fers cykler til ca. 2.750 kr.

Du rejser i Danmark og nogle andre lande
 Fritidsbus: Grønt 65, 1700 km/år
 Kano/kajak/ vandkøretøj

Svar nu Svar nu Svar nu

2

Tryghedsprofilen Det handler om at være Tryg

Er der mere, du kan fortælle om dig og dit liv?

Tryk i familien	Tryk i hjemmet	Tryk på vejen	Tryk i fritiden
Flere voksne? Børn? Hund?	Hus? Lejlighed? Varde lige vandret?	Carport/ garage? Trailer? Motorcykel? Køkkentil? Dyrt cykler?	Fritidsbus? Biljet? Kano/kajak/ vandkøretøj? Kajak? Vindtur? Feriehjem? Hest?

Søren Christian Hansen 25.07.1980
 Søren Hansen 11.05.1979
 Marie Hansen 01.05.2008
 Hund

Huset
 31 i Vokse VVS, 1598
 31 i Citron 330, 2001
 Carport/ garage
 Trailer
 En el-fers cykler til ca. 2.750 kr.

Du rejser i Danmark og nogle andre lande
 Fritidsbus: Grønt 65, 1700 km/år
 Kano/kajak/ vandkøretøj

Svar nu Svar nu Svar nu

3

DM

Er du rigtig forsikret? Brug Tryghedsprofilen og få svaret.

"Hvor hurtigt er det at gøre?"
 "Hvor nemt er det at bruge?"
 "Hvor godt er det til at se?"

Er du rigtig forsikret? er her

1. Fortæl om dit liv
 2. Svar på nogle uddybende spørgsmål og få så dine anbefalinger
 3. Se vores anbefalinger

NEM ID Log på med NEM ID

EMAIL

Tryghedsprofilen Det handler om at være Tryg

1. Fortæl om dit liv 2. Svar på spørgsmål 3. Se vores anbefalinger

Svar på nogle uddybende spørgsmål og få så dine anbefalinger

Tryk i familien	Tryk i hjemmet	Tryk på vejen	Tryk i fritiden
Søren Christian Hansen 25.07.1980 Søren Hansen 11.05.1979 Marie Hansen 01.05.2008 Hund	Huset 31 i Vokse VVS, 1598 31 i Citron 330, 2001 Carport/ garage Trailer En el-fers cykler til ca. 2.750 kr.	Carport/ garage Trailer En el-fers cykler til ca. 2.750 kr.	Du har angivet, at du ikke har biljet for at rejse ud i landet til ferie eller aktiviteter i fritiden. Er dette korrekt, har vi ikke spørgsmål til dig på dette område.

Svar nu Svar nu Svar nu

Du har ikke nogen anbefalinger endnu

4

Tryghedsprofilen Det handler om at være Tryg

1. Fortæl om dit liv 2. Svar på spørgsmål

Er du tryk på vejen?

Hu beder vi dig svare på nogle spørgsmål om din transportmiddel, der er i din husstand. Svarene bliver brugt til at beregne din tryk og din forsikring og på det, du har fortalt på første side.

Tilbage

Spørgsmål 1 af 8

Kører du stadig ml. 0 og 5.000 km om året?

Det er rigtig, at biljet er rigtig. Hvis du kører mere km, end du har angivet, betaler du for meget. Gør du det omvendt, kan du spare penge, og du kan få rabat på din forsikring, hvis du er i et andet land.

0-5000 km Fortsæt

Spørgsmål 2 af 8

Har du overvejet at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie?

Ja, jeg har overvejet at sætte beløbet op
 Ja, jeg har overvejet at sætte beløbet ned
 Nej, jeg er tilfreds med mit valg af beløbet

Spørgsmål 3 af 8

Kuldebrænding eller et andet spørgsmål om biljet, temperatur, sikkerhedsnet og passagerer. Svar og find ud af, om du har brug for en anden forsikring.

5

Tryghedsprofilen Det handler om at være Tryg

1. Fortæl om dit liv 2. Svar på spørgsmål 3. Se vores anbefalinger

Svar for alle fire områder, så du kan få alle dine anbefalinger fra Tryk

Tryk i familien	Tryk i hjemmet	Tryk på vejen	Tryk i fritiden
Søren Christian Hansen 25.07.1980 Søren Hansen 11.05.1979 Marie Hansen 01.05.2008 Hund	Huset 31 i Vokse VVS, 1598 31 i Citron 330, 2001 Carport/ garage Trailer En el-fers cykler til ca. 2.750 kr.	Carport/ garage Trailer En el-fers cykler til ca. 2.750 kr.	Du rejser i Danmark og nogle andre lande Fritidsbus: Grønt 65, 1700 km/år Kano/kajak/ vandkøretøj

Svar nu Svar nu Svar nu

Dine anbefalinger

Her kan du følge med i, hvor mange anbefalinger du har fået. Følgende fortæller, hvor vigtig den enkelte anbefaling er for dig og din tryk. Når du har svaret på alle områder, kan du klikke ANS og se alle dine anbefalinger.

Vigtigt at gøre (9) Relevant at overveje (5) Godt at vide (7) Afsluttet og se alle dine anbefalinger

6

Tryghedsprofilen Det handler om at være Tryg

1. Fortæl om dit liv 2. Svar på spørgsmål 3. Se vores anbefalinger

Her er vores anbefalinger til dig

Løst som du har svaret på, viser vi dig nogle anbefalinger til dig. Mærker du nogen af dem, kan du klikke på dem for at se mere om dem.

Tryk i familien	Tryk i hjemmet	Tryk på vejen	Tryk i fritiden
<ul style="list-style-type: none"> Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. 	<ul style="list-style-type: none"> Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. 	<ul style="list-style-type: none"> Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. 	<ul style="list-style-type: none"> Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet op og derved betale en mindre præmie. Det vil være en god idé at sætte beløbet ned og derved betale en mindre præmie.

7



VINDER I
DENNE KATEGORI

VIRKSOMHED

Tryg Forsikring

PROJEKTEJER

Henrik Jeppesen

BUREAU

RelationshusetGekko

KREATIV ANSVARLIG

Helle Windahl

ART DIRECTOR

Sigurd Trolle Groneman

TEKSTFORFATTERE

Helle Windahl &
Gitte Kjærulff

MARKETINGSTRATEG

Henrik Jeppesen,
Maria Furbo &
Helle Windahl

PROJEKTLEDER

Maria Furbo

ACCOUNT DIRECTOR

Maria Furbo

TRYG FORSIKRING TRYGHEDSPROFILIEN

MEDIER

Direct Mail

E-mail

Andet

UDFORDRING

Den typiske forsikringskunde har ikke overblik over detaljerne i sit forsikringsengagement og forholder sig først til det og foretager ændringer ved skader eller ændringer i livssituationen. Kampagnen skulle skabe dette overblik og overkomme lavinteressebarrieren.

MÅLGRUPPE

Privatkunder hos Tryg Forsikring – med undtagelse af kunder, der betjenes gennem partnere eller får særlige partnerrabatter.

KAMPAGNENS MÅL

Øget fastholdelse af kundemassen med 1,78 procentpoint målt efter 1 år. 8 % af de inviterede kunder skulle logge ind på Tryghedsprofilen med NemID og minimum 75 % af de besøgende gennemføre online seancen. Desuden øget kryds- og mersalg til de kun-

der, der gennemførte Tryghedsprofilen.

MARKETING/KREATIV STRATEGI

Med afsæt i individuelle kundedata udviklede Tryg en digital platform, hvor kunderne kunne få en grundig gennemgang af deres forsikringsbehov, og Tryg fik samtidig højnet kvaliteten af kundedataene. Kreativt blev strategien udmøntet i Tryghedsprofilen: "Med din personlige Tryghedsprofil ved du, om du er rigtig forsikret".

Tryghedsprofilen blev introduceret via direct mails og e-mails, hvor kunderne blev inviteret til at logge på med deres NemID. På sitet kunne kunden se Trygs oplysninger om husstanden, og kunden blev opfordret til at fortælle mere – eksempelvis om bolig, ejendele og rejseadfærd via en drag and drop-funktionalitet. På baggrund af kundens svar genererede systemet en individuel Tryghedsprofil med prioriterede anbefalinger og relevant information.

Kunden kunne vælge at få anbefalingerne som PDF via e-mail, eller bare gemme dem

på sit log ind på sitet. Ligeledes kan man via menuen se sine nuværende forsikringer hos Tryg. Der blev desuden fulgt op med opkald til de kunder, der ønskede kontakt på baggrund af anbefalinger i Tryghedsprofilen, ligesom der ved visse "røde anbefalinger" proaktivt blev taget kontakt til kunden.

Som hjælpeværktøj til Trygs kundeservice-medarbejdere, blev der implementeret et webview på hver enkel kunde, baseret på Tryghedsprofilen, så der ved telefonopkald var et klart og prioriteret grundlag at tale ud fra. Med Tryghedsprofilen har Tryg fået et stærkt fundament for loyalitetsskabende kundedialog, og resultaterne tegner lovende for fremtiden.

RESULTAT

3 %-point øget fastholdelse blandt de, der har gennemført Tryghedsprofilen (indeks 168 ift. målsætning). 5 % af de inviterede loggede på Tryghedsprofilen, 85 % gennemførte online forløbet, og ca. hver fjerde af disse øgede i gennemsnit deres engagement hos Tryg med 15 %.

JURY-BEGRUNDELSE

Tryghedsprofilen er et forbilledligt eksempel på en ren dialogkampagne, som involverer kunden og munder ud i en god og relevant samtale med loyalitet til følge. Vi taler om det lange seje træk, om stor disciplin, vedholdenhed i arbejdet og meget kompliceret brug af data. Men man har ikke rystet på hånden. Strategien er klar i forhold til målet, og alt er konsekvent, stringent og supertydeligt eksekveret. At opbygge relationer ved at lade kunden gøre arbejdet og oven i købet vinde sympati ved det, er godt gået. Og så kan loyalitetsprogrammet oven i købet leve længe. What's not to like? Tillykke til vinderne i kategorien Bedste loyalitetsprogram: Tryg Forsikring og RelationshusetGekko.