

YOUPLUS má novú komunikačnú stratégiu

Poisťovňa YOUPLUS štartuje s novým komunikačným konceptom. Po rokoch, keď svoju marketingovú komunikáciu smerovala primárne na B2B segment, teraz sa viac zameria na koncových klientov poisťovne. Medzinárodný tender vyhrala slovenská agentúra ČOSI, ktorá posilní strategické, kreatívne a komunikačné aktivity YOUPLUS v Českej republike aj na Slovensku.

Poisťovňa YOUPLUS smerovala svoju doterajšiu marketingovú komunikáciu primárne smerom k B2B klientom, teda k finančným agentom. Na základe strategického rozhodnutia, ktoré berie do úvahy prirodzený vývoj spoločnosti a posilňovanie jej pozície na trhu, sa tento koncept upravuje a YOUPLUS zvyšuje intenzitu svojej komunikácie smerom ku koncovým klientom poisťovne.

„Úprava komunikačnej stratégie reflektuje prirodzený vývoj našej poisťovne. Jej cieľom je posilnenie značky YOUPLUS v segmente životného poistenia. Veríme, že budovanie povedomia o značke prispeje k ďalšiemu rozvoju našich aktivít a upevneniu našej pozície na trhu životného poistenia,“ hovorí Ľubor Vrlák, generálny riaditeľ YOUPLUS CZ/SK.

V tejto súvislosti vypísala poisťovňa medzinárodný viackolový tender na kreatívny koncept a marketingovú komunikáciu, z ktorého vyšla víťazne slovenská agentúra ČOSI. Ta posilní strategické, kreatívne a komunikačné aktivity YOUPLUS v Českej republike a na Slovensku.

Nový komunikačný koncept „DOBRE VEDIETĚ“ z dielne agentúry je postavený na akcentovaní hodnôt istoty a predvídateľnosti, ktoré považujú ľudia pri výbere poisťovne za kľúčové. *„Prekvapenia pristanú životu, nie však poisteniu. Tu je dobré vedieť, že za mnou stojí poisťovňa bez prekvapení, ktorá komunikuje férovo, otvorene, bez skrytých háčikov, výhovoriek či poznámok pod čiarou a vždy plní to, na čom sme sa dohodli,“* približuje komunikačný koncept Maroš Kemény, managing director agentúry ČOSI.

„Chceli sme v kampani zdôrazniť dôležitosť výberu poisťovne, o ktorej od začiatku viete, na čom ste. Život nás dokáže často prekvapiť a predovšetkým, keď to najmenej čakáme. Naše poistenie sa ale nedokáže prispôbiť každej situácii. Verím, že sa nám podarilo odkomunikovať, že s YOUPLUS môžete pustiť obavy z hlavy a žiť tak, ako ste vždy chceli. Jednoducho sa spoľahnúť na poisťovňu bez nepríjemných prekvapení,“ vysvetľuje Filip Bartoš, obchodný a marketingový riaditeľ CZ/SK.

Komunikácia nového konceptu začína v týchto dňoch intenzívnou internou komunikáciou a on-line kampaňou, ktorá má za cieľ zvýšiť povedomie o značke YOUPLUS. Dlhodobý koncept „DOBRE VEDIET“ sa následne rozvine do produktovej komunikácie a smerom k spoločensky zodpovedným aktivitám.

Veronika Šmítková, tlačová hovorkyňa YOUPLUS CZ/SK
+420 601 545 736, veronika.smitkova@youplus.cz
www.youplus.sk