



Barmenia

MarketDirect Cross Media aumenta los ingresos y simplifica el proceso de pedidos

La solución inteligente de Ricoh aporta nuevas posibilidades a la comunicación física

Comunicación impresa personalizada

Barmenia es uno de los grupos aseguradores independientes más importantes de Alemania. La empresa ofrece una amplia gama de pólizas de seguros de salud, vida, hogar y vehículos a más de dos millones de clientes. Su patrocinio del Bayer Leverkusen, equipo de la Bundesliga alemana, le ayuda a tener un posicionamiento de marca relevante.

El marketing directo es, no obstante, el principal impulsor comercial del negocio. Cuando se deben promocionar productos de seguros complejos, la comunicación impresa personalizada es un medio de eficacia probada. Hasta hace poco, las campañas de marketing directo de Barmenia se realizaban solo a través del canal offline, solicitando a sus clientes las respuestas a través de correo postal o fax, pero actualmente los clientes potenciales ya tienen la posibilidad de responder de manera digital.

Integración digital

Ricoh ha ayudado a Barmenia a integrar tecnología que aporta conectividad a su comunicación impresa. Cuando los clientes reciben la comunicación física, pueden escanear los códigos QR y conectar con páginas web personalizadas, donde con un simple clic pueden interactuar con la compañía. Además, la plataforma permite a Barmenia ofrecer otros servicios a sus clientes (cross selling), convirtiendo la comunicación física en omnicanal, conectando a sus clientes para que accedan a un contenido de mucho más valor.

La integración digital ha transformado el marketing en Barmenia. Los clientes pueden pasar del papel al mundo digital, transformando las comunicaciones en oportunidades de relación y venta. Barmenia ha duplicado la tasa de conversión de sus comunicaciones, con el consiguiente crecimiento del negocio. Incluir el canal digital ha reducido de forma significativa los costes de producción, optimizando además la eficiencia de los procesos.

Barmenia
EINFACH. MENSCHLICH.

Un 100 % de

aumento de la tasa de conversión

«MarketDirect Cross Media es una herramienta de marketing increíblemente potente. La utilizamos para añadir inteligencia digital a la comunicación impresa, lo que ha supuesto un aumento significativo de nuestra tasa de conversión en los envíos de marketing directo.»

Ansgar Schneider,
responsable del equipo de output management

RICOH
imagine. change.

«Ricoh nos ha proporcionado una herramienta configurada para utilizar muy efectiva. Nos planteamos recurrir a una agencia externa, pero la implementación de MarketDirect Cross Media nos ha permitido seguir encargándonos internamente de los procesos de marketing e impresión.»

Ansgar Schneider,
responsable del equipo de output management

Barmenia-Allee 1

Aplicación flexible basada en plantillas

La plataforma MarketDirect Cross Media permite hacer un marketing 1to1 multicanal y mejorar la eficiencia de las campañas, con personalización, seguimiento y análisis. Gracias a sus plantillas, Barmenia tiene la capacidad de crear de forma ágil y sencilla, contenido personalizado para incluirlo en sus materiales físicos y en la web. Las cartas impresas incluyen códigos QR con los que los clientes potenciales pueden enlazar directamente con sus ofertas personalizadas en la web.

El marketing directo sigue siendo el principal impulsor comercial. La comunicación impresa de la marca, enviada a través de terceros de confianza, genera un enorme interés. El envío de las cartas se realiza para que coincida con la fecha de vencimiento de los contratos, invitando a los clientes a renovar de forma automatizada las pólizas y ofreciéndoles, además, la posibilidad de contratar otros nuevos servicios que puedan ser de su interés.

Crecimiento de las ventas del negocio

La implementación del marketing multicanal se ha traducido en un aumento impresionante del negocio de Barmenia. Prácticamente el 25 % de las nuevas transacciones se generan actualmente mediante marketing directo. La empresa ha duplicado su tasa de conversión desde la integración multicanal de la compañía.

De igual importancia es que el mecanismo de respuesta digital facilitado por el enlace web que automatiza el proceso de pedidos. La aseguradora puede responder con mayor rapidez e interactuar con sus clientes. Además de los impresionantes datos de negocio, la incorporación del canal digital ha permitido automatizar procesos de solicitudes, altas y renovaciones, reduciendo así los costes administrativos y aumentando la rentabilidad.