

YOUPLUS má novou komunikační strategii

Pojišťovna YOUPLUS startuje s novým komunikačním konceptem. Po letech, kdy svou marketingovou komunikaci směřovala primárně na B2B segment, se nyní více zaměří na koncové klienty pojišťovny. Mezinárodní tendr vyhrála slovenská agentura ČOSI, která posílí strategické, kreativní a komunikační aktivity YOUPLUS v České republice i na Slovensku.

Pojišťovna YOUPLUS směřovala svou dosavadní marketingovou komunikaci primárně směrem k B2B klientům, tedy pojišťovacími zprostředkovatelům. Na základě strategického rozhodnutí, které bere v potaz přirozený vývoj společnosti a posilování její pozice na trhu, se tento koncept upravuje a YOUPLUS zvyšuje intenzitu své komunikace směrem ke koncovým klientům pojišťovny.

„Úprava komunikační strategie reflektuje přirozený vývoj naší pojišťovny. Jejím cílem je posílení značky YOUPLUS v segmentu životního pojištění. Věříme, že budování povědomí o značce přispěje k dalšímu rozvoji našich aktivit a upevní naši pozici na trhu životního pojištění,“ říká Ľubor Vrlák, generální ředitel YOUPLUS CZ/SK.

V této souvislosti vypsala pojišťovna mezinárodní více kolový tendr na kreativní koncept a marketingovou komunikaci, ze kterého vyšla vítězně slovenská agentura ČOSI. Ta posílí strategické, kreativní a komunikační aktivity YOUPLUS v České republice a na Slovensku.

Nový komunikační koncept „DOBŘE VĚDĚT“ z dílny agentury je postavený na akcentování hodnot jistoty a předvídatelnosti, které považují lidé při výběru pojišťovny za klíčové. *„Překvapení patří k životu, ne k pojištění. Zde je dobré vědět, že za mnou stojí pojišťovna bez překvapení, která komunikuje férově, otevřeně, bez skrytých háčeků, výmluv či poznámek pod čarou a vždy plní to, na čem jsme se dohodli,“* přibližuje komunikační koncept Maroš Kemény, managing director agentury ČOSI.

„Chtěli jsme v kampani zdůraznit důležitost výběru pojišťovny, u které od začátku víte, na čem jste. Život nás totiž dokáže často překvapit a především, když to nejméně čekáme. Naše pojištění se ale umí přizpůsobit každé situaci. Věřím, že se nám podařilo odkomunikovat, že s YOUPLUS můžete pustit obavy z hlavy a žít tak, jak jste vždy chtěli. Jednoduše se spolehnout na pojišťovnu bez nepříjemných překvapení,“ vysvětluje Filip Bartoš, obchodní a marketingový ředitel CZ/SK.

Komunikace nového konceptu začíná v těchto dnech intenzivní interní komunikací a online kampaní, která má za cíl zvýšit povědomí o značce YOUPLUS. Dlouhodobý koncept „DOBŘE VĚDĚT“ se následně rozvine do produktové komunikace a směrem ke společensky odpovědným aktivitám.

Veronika Šmítková, tisková mluvčí YOUPLUS CZ/SK
+420 601 545 736, veronika.smitkova@youplus.cz
www.youplus.cz