

Aktiv24 solgte forsikringer med radio- og nettkampanje

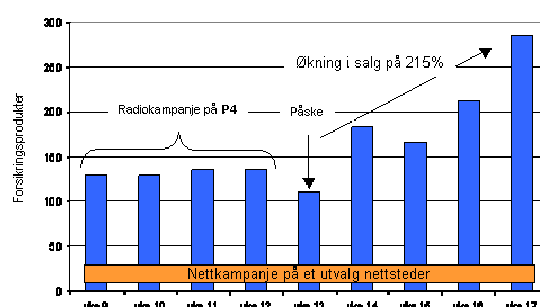
Fire uker i mars 2002 gjennomførte forsikringsselskapet Aktiv24 en nettkampanje og en radiokampanje som førte til en salgsøkning på hele 215%. En sterk innsats fra salgskorpset kombinert med økt trafikk til nettsiden aktiv24.no ga salgsrekord for Aktiv24.

Aktiv24 er et forsikringsselskap som satser på ny teknologi. I den forbindelse ønsket de å gjennomføre en kampanje for å få økt fokus på de nye nettsidene, og derigjennom øke salget av forsikringsprodukter på nett.

Radio + nett = sant

Det var totalt 14 kampanjedager som var spredd over 4 uker. I tillegg var Aktiv24 tilstede med annonsering på en rekke nettsted over en periode på 6 uker. Kampanjen ble også benyttet som et internt motivasjonstiltak i Aktiv24.

Markedssjef Tor Bjorland i Aktiv24 berømmer de ansatte og selgerne for den innsatsen de har vist i perioden og påstår at salgsrekorden aldri ville kommet uten den innsatsen de har vist

Forsikringsprodukter er generelt sett lavinteresse for folk flest. Jevn tilstedeværelse i media kombinert med god tilgjengelighet er derfor avgjørende for Aktiv24.

Tilstedeværelse fikk de på P4, som genererte mye trafikk til nettsidene. I tillegg har de hatt jevn tilstedeværelse med ytterligere annonsering på nettet.

:fakta

- Radio skaper trafikk til Internett
- Involver hele organisasjonen i en kampanje og få større utbytte

Visste du at: ... 2,2 millioner bruker Internett hjemme, 1,4 millioner bruker Internett på jobb og 460 000 bruker Internett på skole. Av de som bruker Internett daglig, lytter 65 % ukentlig til P4