

Slovenian Case Challenge 2017

Podjetje: Vzajemna, d.v.z.

Področje: Marketing in Razvoj

Naziv poslovnega izziva: Digitalizacija procesov marketinga in razvoja v Vzajemni

Opis poslovnega izziva:

Zavedanje o pomembnosti zdravlja že v mladosti je pomemben dejavnik, ki ga prenašamo do mladih. Tudi na Vzajemni gradimo komunikacijo z mlajšimi osebami o pomembnosti zgodnjega vključevanja v zdravstvena zavarovanja. Prednost zgodnje vključitve je ta, da mladi plačujejo precej nižje premije zavarovanj, le-te pa se jim kasneje ne spreminjajo.

Vzajemna je ponudnik različnih vrst zavarovanj. Najbolj prepoznavni smo po dopolnilnih zavarovanjih, v segmentu mladih prek slogana Ni statusa? Ni panike! in akcije Mladi. Ponujamo tudi ostala zdravstvena zavarovanja, izpostavljammo naslednje:

- Zdravstvena polica je zavarovanje za kritje samoplačniških pregledov pri specialistih, operativnih posegov in drugega mnenja,
- Zavarovanje za težje bolezni nudi finančno oporo zaradi izpada dohodka v primeru doživetja težje bolezni (krijemo 25 oblik težjih bolezni),
- Zavarovanje za tujino, s katerim se lahko izognemo visokim stroškom zdravstvenih storitev v tujini.

Poleg tega nudimo več vrst negodnih zavarovanj, za otroke, mladino in odrasle, vse do 85. leta starosti.

V projektu želimo pridobiti odgovore na:

- Katera zdravstvena zavarovanja so mladim zanimiva? Za katera bi se odločili in zakaj? Kaj mladi od zavarovanja pričakujejo? Katera zavarovanja na trgu pogrešajo – če bi lahko oblikovali svoja unikatna zavarovanja, kako bi jih pripravili? Kako vidite zavarovanja v prihodnosti?
-
- Kakšen stik z zavarovalnico si mladi želijo? Kako bi želel vstopiti v nakupni proces, katere podatke potrebujejo za odločitev o posameznem zavarovanju in kaj jih pritegne, da se za zavarovanje odločijo?
-
- Kakšno komunikacijo pričakujete s strani zavarovalnice do mladih in prek katerih kanalov? Kaj mladi opazijo, kakšna oglasna sporočila zasledijo? Kakšna v kreativnem smislu in prek katerih medijev?

Dodatne informacije:

www.vzajemna.si

www.odhostaj.si

www.varuhzdravja.si

Za pregled konkurence (domače in tuje) uporabite podatke s svetovnega spleta.

Nujni vsebinski deli rešitve:

Rešitve, ki jih iščemo, niso vezane samo na obstoječo ponudbo zavarovanj Vzajemne, temveč iščemo tudi inovativne in kreativne rešitve, usmerjene v prihodnost. Pričakujemo, da bodo rešitve vključevale digitalni marketing, mrežni marketing, sodobne tržne poti, uporabo obogatene resničnosti (Augmented Reality), navidezne resničnosti (Virtual Reality) in podobno.

Pričakujemo konkretne predloge kako v prihodnje v osnovi tradicionalno zavarovalniško panogo z vidika ciljne publike mladih in njihovih potreb prilagoditi tržnim razmeram prihodnosti (s področja zavarovalnih produktov, načina sklepanja zavarovanj, komunikacije in ostalih marketinških aktivnosti).

Iščemo komplementarne rešitve, pri katerih bodo sodelovali tudi timi posameznikov različnih znanj in idej.

Format rešitve:

Po izbiri – word, pdf, ppt, app ali drug format (kombinacija) glede na pripravljeno rešitev.

Predstavitev pripravite v ppt prezentaciji.

Kriterij ocenjevanja:

Pri izboru rešitve bomo upoštevali naslednje kriterije:

- Tehnična in vsebinska primernost rešitve (40% ocene)
- Inovativnost (20 % ocene)
- Poslovni model (40 % ocene)

Iščemo zanimive rešitve, ki bodo lahko uporabljene tudi v praksi.

KOORDINATOR za Vzajemno:

Jasmina Drolc (jasmina@casechallenge.si)

PETROL



Mercator
moj najboljši sosed



Več kot fer. Hofer.



VZAJEMNA

zbrojstveno zavarovalnica