

Best Practice Case ERGO Pro

Branche: Versicherungen

Hintergrund

- Ergo Pro veranstaltet ein Vertriebsincentive in der Esprit Arena in Düsseldorf mit 1.400 Vertriebsmitarbeitern
- Mitarbeiter sollen einen Selfie von sich uploaden und sich mit dem Unternehmen identifizieren

App-Arena Leistung

- Erstellung einer responsiven Webseite, auf der Bilder von mobilen Endgeräten hochgeladen werden
- Nicht richtlinienkonforme Bilder müssen erst freigegeben werden
- Erstellung von Vermarktungsmaterialien für die Veranstaltung (Flyer mit QR Code)

App-Technologie: Foto-Galerie

Zielsetzung

- Digitalisierung soll (vor)gelebt werden
- Mitarbeiter sollen sich als Gemeinschaft fühlen
- Mitarbeiter sollen auf Ziele eingeschworen werden
- Analog und Digital sollen verknüpft werden

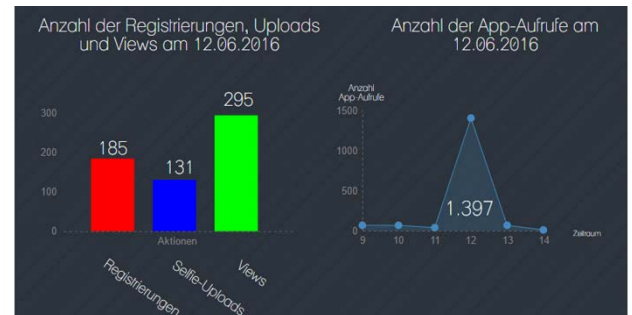


Das Wir führt. Fotowand der ERGO Pro

Ergebnis

Quantitative Ergebnisse

- 1.397 Besuche an einem Tag
- 185 Registrierungen
- 131 Selfie-Uploads
- 295 Foto Views



Zugriffszahlen auf die Foto-Galerie am 12. Juni 2016



Flyer mit QR-Code zum schnellen Zugriff auf die App

Qualitative Ergebnisse

- Digitalisierungsstrategie des Konzerns wird gelebt
- Starkes Community-Building
- Intelligente Online-Offline Verknüpfung
- Stärkung der Marke durch große Online-Interaktion

Testimonial

„Mit dem Team von App-Arena konnten wir innerhalb von kürzester Zeit sehr unkompliziert eine Aktion realisieren, die von unseren Mitarbeitern sehr gut angenommen wurde.“

Malte Frickmann, Leiter Marketing und Incentive ERGO Pro