

Presseinformation

16. November 2009

Startschuss für neue Marketinginitiative Skandia Selectioncard begeistert Kunden mit vielen Goodies

Die erste Vorsorge, die Ihnen heute schon was bringt – Skandia hat das Serviceangebot für Kunden und Vertriebspartner um eine neue Attraktion erweitert: die Skandia Selectioncard. In Kooperation mit DinersClub bietet der Spezialist für Vorsorgelösungen seit Herbstbeginn für bestehende und Neukunden eine eigene Kreditkarte mit vielen Goodies und Zusatzleistungen. Schon kurz nach Start der Aktion steht fest – die Skandia Kunden lieben die neue Karte, mittlerweile sind bereits über 100 Stück in Umlauf und die Tendenz ist steigend.



„Die neue Selectioncard, die wir in Zusammenarbeit mit DinersClub entwickelt haben, wird von unseren Kunden begeistert angenommen. Das zeigen die ersten Zahlen: Mehr als 100 Karten sind bereits in Verwendung und zahlreiche neue Bestellungen werden von unserer Servicezentrale gerade bearbeitet“, freut sich Karin Lang, Marketingleiterin Skandia über den Erfolg des neuen

Serviceangebotes für Skandia Kunden. Skandia hat mit der Selectioncard ein attraktives Paket an Zusatzleistungen geschnürt, dass sich sowohl von herkömmlichen Kunden- als auch Kreditkarten angenehm abhebt.

Kreditkarte und Kundenkarte in einem – und mehr

Für 1 Euro im Monat bekommen Skandia Kunden mit der neuen Karte ein vielseitiges Tool mit exklusiven Zusatzleistungen in die Hand. „Mit der Selectioncard können unsere Kunden einfach und bequem die Prämien ihrer Skandia Versicherung zahlen und von den bekannten Vorteilen einer Dinersclub Kreditkarte profitieren“, so Lang. Zusätzlich gibt es eine Vielzahl von Zusatzleistungen, zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Skandia Anleger: vom E-Shop mit ermäßigten Luxusprodukten über attraktive Rabatte und Sonderleistungen bei TopMarken in den Bereichen Lifestyle, Mode, Hotellerie und Parfümerie – wie zum Beispiel Clarins, Marionnaud, Holmes Place, Salamander oder die Vienna International Hotels – bis zum vielseitigen Versicherungsschutz.

Werbesujets beweisen: von dieser Vorsorge profitieren Kunden sofort

Unter dem Motto „Die erste Vorsorge, die Ihnen heute schon was bringt“ präsentiert Skandia im Herbst eine raffinierte Printkampagne, die die Vorteile der Karte auf den Punkt bringt. In aussagekräftigen Sujets verwandelt sich die vielseitige Karte in Schuhe, Reisekoffer, Laufband, etc. und zeigt so auf den ersten Blick, was sie alles kann. „Genauso wie die Selectioncard selbst soll unsere Werbekampagne unseren Kunden und allen, die es noch werden möchten, die Freude am Leben und entspannte



Sicherheit für die Zukunft vermitteln. Einerseits sorgen unsere Kunden mit Skandia für einen goldenen Lebensherbst vor, andererseits können sie sich mit den vielen Vergünstigungen wie zum Beispiel im Fitnessstudio oder Schuhgeschäft ein Eckchen mehr an Luxus oder Wellness leisten“, erklärt Lang die Idee hinter der Kampagne.

Bild1: Skandia Selectioncard

Bild2: Werbesujet Skandia Selectioncard

Copyright: Skandia / kostenfrei

Skandia bietet seinen Kunden als international führender Finanzdienstleistungskonzern individuelle Vorsorge- und Investmentlösungen. Seit 2006 ist Skandia Teil der Old Mutual Gruppe, die mit rd. 50.000 Mitarbeitern in mehr als 39 Ländern weltweit ein Vermögen von ca. 349 Mrd. EUR verwaltet.

In Österreich ist Skandia seit 1994 präsent und verwaltet mit 110 Mitarbeitern derzeit ein Vermögen von rund 980 Mio. EUR. Skandia hat fondsgebundene Lebensversicherungen und Garantieprodukte in den österreichischen Markt eingeführt und zählt mit insgesamt über 110.000 Kunden in beiden Kategorien zu den Marktführern.

www.skandia.at

Rückfragen

Mag. Susanne Hudelist | ikp

T: +43 1 524 77 90- 19

M: +43 699 10 66 32 60

E: susanne.hudelist@ikp.at

Karin Lang | Skandia

T: +43 1 53664- 406

M: +43 664 545 06 73

E: karin.lang@skandia.at