



14. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2021.

Grand PRix za digitalnu komunikacije

1. mjesto

404 d.o.o za LAQO osiguranje

Croatia osiguranje lansiralo LAQO - prvo hrvatsko 100 posto digitalno osiguranje

Projekt je realiziran u razdoblju od rujna do prosinca 2020.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Prema istraživanju agencije Hendaal, provedenom u kolovozu 2020. godine, više od polovice Hrvata (62%) za vrijeme pandemije češće je koristilo digitalna rješenja nego prije. Kada je riječ o redovitom korištenju digitalnih financijskih usluga, istraživanje je pokazalo kako građani čak pet puta češće koriste digitalna rješenja u bankarstvu u odnosu na osiguranja. Ovi podaci pokazuju kako na osigurateljnem tržištu postoji velika potreba za digitalnim inovacijama. Croatia osiguranje u pandemijskoj je godini vlastitim snagama osmislila i lansirala LAQO, prvo 100% digitalno osiguranje, koje je u samo nekoliko mjeseci postiglo značajne tržišne rezultate i postalo jedno od najpopularnijih auto osiguranja u Hrvatskoj.

Ciljevi: Eksterno: Pozicioniranje Croatia osiguranja kao tehnološkog lidera, kao kompanije koja se najviše digitalizirala u sektoru osiguranja, Pozicioniranje LAQO osiguranja kao jedinog 100 posto digitalnog osiguranja, Ostvariti visoku vidljivost u medijima i visoku razinu *engagementa* kod tech, auto i lifestyle influencera, Ostvariti minimalno 5 organskih *tech* recenzija u top medijima.

Interno: Dobivanje povjerenja zaposlenika da digitalna rješenja neće "uzeti posao" tradicionalnom načinu prodaje osiguranja: minimalno 80 posto zaposlenika mora aktivno sudjelovati u predstavljanju.

Provedba: Prije početka kampanje provedeno je niz internih komunikacijskih edukativnih aktivnosti, s ciljem dobivanja povjerenja među zaposlenicima i razbijanja predrasuda prema novim rješenjima i tehnologijama. Eksterne aktivnosti bile su usmjerene na "pripremu terena", potom predstavljanje novog branda kroz hibridnu press konferenciju: press konferencija je održana uživo na terasi Muzeja suvremene umjetnosti uz prijenos na digitalnim kanalima zbog epidemioloških uvjeta. Na presicu se putem linka uživo javila i Ida Prester, prva korisnica LAQO osiguranja. U završnoj fazi bilo je predstavljanje benefita i pozicioniranje CO-a kao tehnološkog lidera

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: Croatia osiguranje je prema izvješću CROAI ZA 2020. godinu smještena među kompanije early adoptere. Istraživanje korisnika provedeno krajem godine pokazalo je kako je LAQO u razdoblju od samo dva mjeseca od lansiranja došlo na drugo mjesto „osiguranja koje se najbolje digitaliziralo“, odmah nakon svoje matične kompanije CO koja drži vodeću poziciju. LAQO se proglašava tech inovacijom godine u recenzijama, Ostvarena je visoka zastupljenost u ključnim medijima (1,1 milijun kuna AVE vrijednost), Objavljeno je 7 organskih tech recenzija u top medijima, Objave influencera na društvenim mrežama dosegle su više od 200.000 ljudi s visokom razinom *engagementa*. Prema istraživanju iz prosinca 2020. godine 33% korisnika kazalo je da je CO

Kreativnost i inovativnost: Croatia osiguranje, tržišni i digitalni lider na području osiguranja koji posluje u sastavu Adris grupe, predstavilo je LAQO - prvo hrvatsko 100 posto digitalno osiguranje. Lansiranjem ovog proizvoda, koji je u potpunosti razvijen internim snagama, Hrvatska se pridružila malom broju europskih zemalja s ovakvom vrstom osiguranja. LAQO je novi digitalni brend na hrvatskom tržištu koji je proglašen top tehnološkom inovacijom godine. Kod lansiranja novog branda korišten je potpuno novi ton komunikacije u odnosu na klasičnu komunikaciju Croatia osiguranja te su korištene nove, mahom digitalne taktike (carpool video, digitalni paneli, tech influenceri itd.) Uspješno su ostvareni i premašeni svi ciljevi.