

## „IN HOUSE“ STATT AGENTUR: E-MAIL-MARKETING BEI DER VIDIDA BKK

Vivida BKK versendet Newsletter und Vorsorge-Erinnerungen mit Wilken E-Marketing Suite



Hauptverwaltung der Vivida BKK

Bildquelle: Vivida BKK

**Bereits seit 2017 setzt die Versicherung aus Villingen-Schwenningen für unkompliziertes und zielgruppengerechtes E-Mail-Marketing auf die E-Marketing Suite von Wilken. Zusätzlich zu drei unterschiedlichen Newslettern, versendet die Betriebskrankenkasse auch automatisierte Vorsorge-Erinnerungen über das System. Sämtliche Prozesse – von der Gestaltung der Newsletter-Templates bis zum Versand und der anschließenden Auswertung – können so ohne Systembrüche vom Marketing-Team der Vivida BKK übernommen werden.**

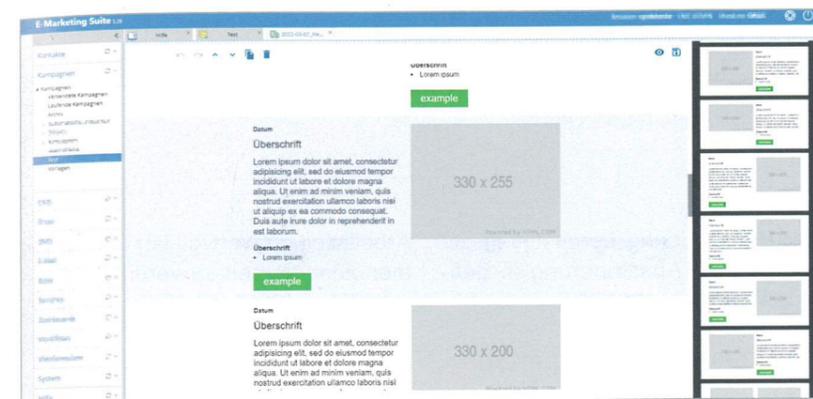
Schon bevor 2016 der erste Kontakt bezüglich der E-Marketing Suite zwischen der Wilken Software Group und der damaligen Schwenninger BKK zustande kam, spielten Newsletter eine wichtige Rolle für die Kommunikation mit deren Privat- und Geschäftskunden. Da den Mitarbeitenden jedoch noch keine eigene Mailing-Lösung zur Verfügung stand, erfolgten Erstellung und Versand über eine externe Agentur. „Wir lieferten lediglich die Inhalte für die Newsletter, die dann von der Agentur in ein Template übertragen wurden. Nachdem wir das Ganze freigegeben hatten, wurde es dann über deren Tool ausgesendet – lediglich die Kontaktdaten hierfür kamen von uns“, beschreibt die Newsletter-Verantwortliche aus

dem Team Marketing, Diana Münzer, die Arbeitsweise vor Einführung der E-Marketing Suite. Diese Prozesse waren nicht nur relativ umständlich und ineffizient, sie entsprachen auch immer weniger den Ansprüchen an den Datenschutz. Der Wechsel auf eine Anwendung, die den gesamten Workflow „aus einem Guss“ abbilden kann, lag somit nahe.

### System bekannt, Erfahrung gut

Da die Buchhaltung der Vivida BKK zu diesem Zeitpunkt bereits länger mit Branchensoftware von Wilken arbeitete, fiel die Wahl hierbei schnell auf das CRM des Ulmer Unternehmens. „Die verschiedenen Vorzüge

und Features der E-Marketing Suite sind an sich schon überzeugend, denn sie erlaubt es, Newsletter-Kampagnen besonders einfach, schnell und sicher umzusetzen. Zusätzlich gab es für uns auch noch die perspektivische Option, eine Schnittstelle zwischen Buchhaltung und Adressdatenbank einzurichten, die uns im Marketing noch umfassendere Möglichkeiten geben würde“, so Diana Münzer. Aktuell ist diese zwar noch nicht wie angedacht implementiert, das Team ist jedoch zuversichtlich, dass sich das volle Potential der Lösung zukünftig nutzen lässt. Münzer: „Unsere Buchhaltungs- und Kontaktdaten liegen auf Servern von Bitmarck, weswegen wir hier noch eine extra Anbindung brauchen, die Wilken nicht alleine bereitstellen kann. Von Bitmarck-Seite gibt es aber Lösungen dafür, wir sind deshalb sicher, dass wir die Schnittstelle bald bekommen.“ Anstatt des manuellen Daten-Imports und -Exports wird die Synchronisation der Kontakte dann automatisch erfolgen, was den Arbeitsaufwand noch weiter reduziert.



Beispielscreenshot des Systems

Bildquelle: Vivida BKK

Nachdem die E-Marketing Suite eingerichtet war, mussten somit zunächst die nötigen Adressdatensätze in das neue System migriert und bereinigt werden. Das Newsletter-Team um Diana Münzer pflegt und aktualisiert die Kontakte seither regelmäßig und gründlich. „Änderungen an den Daten lassen sich jederzeit eintragen. So stellen wir sicher, dass unsere Newsletter die Abonnenten so verlässlich und zielgerichtet wie möglich erreichen. Dabei helfen uns auch die integrierten Analyse- und Auswertungsfunktionen“, so Münzer. Auch die Erstellung der Newsletter ist dank des intuitiven Editors mittlerweile ohne externe Unterstützung möglich: „Zu Beginn erstellte die Newsletter-Agentur noch unsere Templates, aber uns wurde schnell klar, dass wir das jetzt selbst können. Das sorgt einerseits für mehr Sicherheit, da alle Daten intern bei uns bleiben, andererseits spart es uns natürlich auch einiges an Kosten.“

### Drei Newsletter als Service

Insgesamt drei verschiedene Newsletter versendet die Betriebskrankenkasse nun über die E-Marketing Suite. Abonnenten des klassischen Privatkunden-Newsletters werden so über Neuigkeiten zur Versicherung an sich, anstehende Veranstaltungen sowie aktuelle Gesundheitsthemen informiert. In den separaten E-News der Gesundheitskampagne „Mach es!“ drehen sich die Inhalte hingegen um die Schwerpunkte Er-

nährung, Sport und eine allgemein gesunde Lebensweise. Abonnenten erwartet hier zudem jeden Monat ein Gewinnspiel, an dem sie automatisch teilnehmen. Während diese beiden monatlich erscheinen, wird der Arbeitgeber-Newsletter „vivida bkk Arbeitswelt“ nur vierteljährlich versandt. Er versorgt die Personalbüros interessierter Firmenkunden mit wichtigen Informationen zu fachlichen Themen, Gesetzesänderungen und Co. Zudem werden immer wieder auch Mailing-Kampagnen mit Kundenumfragen versandt. Während die Newsletter, ganz der DSGVO entsprechend, nur aktive Abonnenten erhalten, richten sich die Umfrage-Mailings an sämtliche, im System hinterlegte Kunden der Krankenkasse. Auf diese Weise werden wertvolle Informationen gesammelt, mit denen sich das eigene Angebot verbessern lässt.

Des Weiteren nutzt die Vivida BKK die E-Marketing Suite auch für ihren Vorsorge-Erinnerungsservice. Anhand einer alters- und geschlechtsabhängigen Profilierung sendet die Anwendung dabei automatisierte Erinnerungen für die gängigen Vorsorgeuntersuchungen. Hierzu können alle Kunden und Interessenten sich und ihre Familienmitglieder ganz einfach online registrieren. „Als der Service noch ganz neu war, gab es gelegentlich noch Verwirrungen, etwa wenn Kunden kurz nach ihrer letzten Untersuchung bereits die Erinnerung für die nächste bekamen.

Inzwischen ist aber allen klar, dass das System sich nur an diesen festen Daten orientiert“, erläutert Diana Münzer. Mit der kommenden Schnittstelle werden auch solche automatisierten Mailings noch effizienter und zielgerichteter: Auf Basis zusätzlicher Daten sind dann besonders fokussierte Zielgruppenselektionen möglich und Kampagnen können ohne Mehraufwand optimal zugeschnitten und durch Triggerevents ausgelöst werden. Die Newsletter-Verantwortliche sieht zudem weitere Anwendungsmöglichkeiten: „Mit der Schnittstelle wird sich die Kundenkommunikation noch individueller gestalten lassen. Ich kann mir beispielsweise automatisierte Geburtstagsgrüße oder ähnliches gut vorstellen.“

### Erweiterung geplant: Ein Kundenmagazin

Konkret steht nun als nächstes der erstmalige Versand des elektronischen Kundenmagazins an. In Zukunft wird dieses E-Paper, zusätzlich zur gedruckten Variante, allen Kunden zur Verfügung stehen. Hierfür richtet die Vivida BKK einen gesonderten Newsletter ein, für den sich Interessierte anmelden können. Sie erhalten das digitale Magazin dann direkt nach Erscheinen per Mail. „Alles was hierfür nötig war, konnten wir ganz einfach selbst erledigen. Mit dem kürzlich überarbeiteten Editor der E-Marketing Suite dürfte es sogar noch einfacher werden, neue Newsletter aufzusetzen. Das gibt uns die Flexibilität und inhaltliche Freiheit, die wir für erfolgreiches E-Mail-Marketing brauchen“, so Münzer. Kommt es doch einmal zu Unklarheiten oder technischen Problemen, ist der Wilken-Support zudem jederzeit erreichbar: „Die Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen bei Wilken war hervorragend, sowohl während der Implementierung als auch danach. Wenn wir Fragen haben, kann uns auch jetzt noch immer jemand weiterhelfen.“ Somit sind Diana Münzer und das Newsletter-Team bestens gerüstet, auch die kommenden Entwicklungen ohne externe Dienstleister proaktiv anzugehen.