

Volltanken, bitte! Direct Line startet mit TankConnection im Empfehlungsmarketing durch

**Die Direct Line Versicherung AG startet ab sofort mit einer einzigartigen Marketingkampagne durch: Mit dem prämiengebundenen Empfehlungsprogramm TankConnection entscheidet sich das Teltower Unternehmen für eine innovative Strategie und erweitert das klassische Kunden-werben-Kunden-Programm um Nicht-Kunden und Facebook-Nutzer.
**

24. Oktober 2011 - Die Direct Line Versicherung AG startet ab sofort mit einer einzigartigen Marketingkampagne durch: Mit dem prämiengebundenen Empfehlungsprogramm TankConnection entscheidet sich das Teltower Unternehmen für eine innovative Strategie und erweitert das klassische Kunden-werben-Kunden-Programm um Nicht-Kunden und Facebook-Nutzer.

Mit der Facebook-Applikation TankConnection startet Direct Line eine einzigartige Kampagne, die ein klassisches Kunden-werben-Kunden- Programm mit den Mechanismen sozialer Netzwerke kombiniert:

Sowohl Kunden als auch Nicht-Kunden von Direct Line können via E-Mail und Facebook-Einladung Freunden und Bekannten die günstige Autoversicherung von Direct Line empfehlen und zur TankConnection auf Facebook einladen. Alle Teilnehmer haben dabei die Möglichkeit, sich einen virtuellen Tank füllen zu lassen und mit Tankgutscheinen im Wert von bis zu 120 € belohnt zu werden.

„Wir möchten mit dieser außergewöhnlichen Aktion Kunden und Nicht-Kunden animieren, ihre Freunde und Bekannte von den Preis- und Servicevorteilen bei Direct Line zu überzeugen. Mit TankConnection setzen wir eine klassische Marketing-Maßnahme in ein neues, zeitgemäßes Umfeld und geben ihr zudem eine spielerische Note“, so der Vorstandsvorsitzende der Direct Line Versicherung AG, Uwe Schumacher. „Im stark umkämpften Markt der Direktversicherungen muss man als Anbieter innovative Maßnahmen ergreifen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies gilt nicht nur für die stetige Weiterentwicklung des Produktportfolios, sondern auch im Bereich der Kommunikation.“

Und so funktioniert es: Mit jeder vollständig durchgeführten und gespeicherten Angebotsberechnung oder bei Vertragsabschluss eines Freundes / Bekannten bei Direct Line füllt sich der virtuelle Tank des Empfehlenden. Für ein gespeichertes Angebot eines Freundes erhält der Empfehlende einen Liter, für einen Vertragsabschluss 35 Liter in seinen virtuellen Tank. Ist der Tank mit 40 Litern gefüllt, kann der Werbende diese in reelle Tankgutscheine im Wert von 40 Euro einlösen. Es können bis zu drei volle Tanks pro Teilnehmer in Gutscheine umgewandelt werden. Jeder Eingeladene kann seinerseits an der Aktion teilnehmen und zum Werbenden werden – unabhängig davon, ob er Bestandskunde oder Facebook-Fan ist.

TankConnection wurde in Zusammenarbeit mit der Berliner PR-Agentur Zucker.Kommunikation und Lecker Werbung konzipiert und umgesetzt.

Link zur TankConnection: www.tankconnection.de

Pressekontakt:

Christine Veauthier

Tel.: +49 3328 - 449 - 353
Fax: +49 3328 - 449 - 348
E-Mail: presse@directline.de

Direct Line Versicherung AG
c/o Christine Veauthier
Rheinstr. 7a
14513 Berlin/Teltow

Direct Line im Internet:
<http://www.directline.de>
<http://newsroom.directline.de>
<http://blog.directline.de>
<http://twitter.com/directlinede>
<http://www.facebook.com/directline>

Über Direct Line

Die Direct Line Versicherung AG mit Sitz in Teltow bei Berlin ist eines der größten Autodirektversicherungsunternehmen in Deutschland. Die Gesellschaft ist auf dem deutschen Markt mit ihrem Markenzeichen – dem roten Telefon – seit 2002 aktiv und betreut mit über 350 Mitarbeitern über 450.000 versicherte Fahrzeuge. Neben Auto- und Motorradversicherungen bietet das Unternehmen auch Privat-Haftpflicht- und Privat- Rechtsschutzversicherungen an. Das Unternehmen ist Teil der RBS Insurance Gruppe, die mit rund 17.000 Mitarbeitern und europaweit über 25 Millionen Policen unter anderem Europas größter Direktversicherer ist.

