



CASO DE ÉXITO DKV

SOLUCIONES DE NEO ADVERTISING PARA SECTOR SEGUROS

El Digital Signage permite a la aseguradora crear un nuevo canal de comunicación y promoción de sus servicios.

“Buscábamos una nueva forma de comunicarnos con nuestros clientes en donde el elemento digital tuviera especial relevancia. La propuesta del Digital Signage para dialogar en nuestras sucursales resulta muy atractiva para los clientes y ofrece la oportunidad de hablar con nuestro público de manera cercana y directa.”

Miguel García Lamigueiro

Director de Comunicación y Responsabilidad Empresarial en DKV Seguros

EL CLIENTE

Grupo DKV pertenece a Munich Re. Bajo la marca única Munich Health, Munich Re ha reunido su conocimiento global sobre salud en seguros y reaseguros. En España, el Grupo DKV está implantado en todo el territorio nacional, con una amplia red de oficinas y consultorios en la que trabajan casi 2.000 empleados, y que da servicio a cerca de 2 millones de clientes. Su vocación es ofrecer a sus asegurados una gestión orientada a la calidad, caracterizada por una actitud de innovación permanente en productos y servicios y por la especialización en salud y seguros personales. Los valores que DKV quiere transmitir en este proyecto son transparencia y compromiso con el cliente.

EL DESAFÍO

Para lograr estos objetivos, DKV busca un proyecto que se base en la comunicación en las diferentes sucursales distribuidas en España. La empresa quiere una mayor interacción con sus clientes por lo que el proyecto está ideado para ser comunicación corporativa en la sucursal. Además, Neo Advertising y el departamento de comunicación de DKV detectan una nueva oportunidad de llevar a cabo un proyecto más

creativo: realizar nuevos contenidos y campañas formativas en los centros de Salud, no sólo sucursales, así como todo el proyecto de comunicación interna de la compañía.

LA SOLUCIÓN

Neo Advertising diseña un canal corporativo para las sucursales de la compañía alemana. Desde el principio, DKV sabe que quiere un canal en el que se combine la información corporativa con temas de salud o entretenimiento. En base a estas premisas, Neo Advertising propone una estrategia de comunicación basada en cuatro bloques: branding, salud, comercial/marketing e Infotainment, en donde se introducen noticias, información del tiempo e integración de social media. La instalación de esta propuesta se extiende a los espacios de salud y el proyecto crece en ambición.

El siguiente paso es *DKV habla claro* en formato audiovisual. La apuesta es transmitir la transparencia y el respeto que DKV tiene por sus clientes, mediante un decálogo de buenas prácticas y sinceridad explicado en una entrevista entre el prestigioso periodista de Baltasar Magro y Miguel García, director de Comunicación y RE de la empresa. También destaca la familia DKV, píldoras informativas protagonizadas por una familia de dibujos animados.

Otra de las necesidades de DKV es seleccionar qué contenidos se emiten según criterios geográficos, necesidad cubierta por AppSpace, la aplicación de CISCO que permite segmentar, en cada localización, los contenidos a emitir en la red de digital signage.

¿PORQUÉ NEO ADVERTISING?

La empresa integradora especializada en Digital Signage demuestra en este proyecto su capacidad para crear y gestionar las soluciones que solicitaba el cliente, así como detectar y reinventar el proyecto para ofrecer la solución más completa para DKV.

Diseña un canal y una infraestructura de digital signage en el que se combina la comunicación corporativa y la información comercial para lograr los mejores resultados de impacto.

Además, facilita al cliente material para crear una estrategia a largo plazo con la creación de un libro de estilo para vídeos corporativos y sobre todo el primer libro de estilo para Digital Signage, bajo la premisa de criterios de comunicación sobre el nuevo soporte digital. Esto permite sentar las bases para que DKV pueda emitir sus mensajes con la mayor eficacia en sus pantallas de digital signage.



LA TECNOLOGÍA

- 70 Pantallas LCD 42" en las distintas sucursales.
- 2 videowall en el Prat.
- Videowall de bienvenida en la sede central de Zaragoza. DMP 4310 de Cisco.
- Proyecto gestionado con plataforma AppSpace en modo cloud.
- Infraestructura de players CISCO
- Cada pantalla lleva asociado un DMP 4310 de Cisco.
- Este proyecto cuenta con 72 players CISCO, se espera alcanzar 120 players a finales de 2014.
- 12 pantallas + 12 DMP 4310 en HQ vinculadas a la intranet y a las redes sociales.

“Tanto el formato como los contenidos del proyecto DKV de Digital Signage nos están permitiendo mejorar el conocimiento de la marca DKV y al mismo tiempo apoyar las estrategias comerciales para la promoción de nuestros productos y servicios.”

Miguel García Lamigueiro

Director de Comunicación y Responsabilidad Empresarial en DKV Seguros