

# CASE: FINANS – ALKA

---

## ALKA

ALKA forsikring, der blev grundlagt i 1903, er et af de fem største forsikringsselskaber i Danmark med ca. 500 medarbejdere placeret på hovedkontoret i Høje Taastrup samt kundecentre i Århus og Kolding.

ALKA er fagbevægelsens forsikringsselskab og ejes af danske, svenske og norske organisationer og virksomheder, der alle har tilknytning til fagbevægelsen samt Alkas medarbejdere.

Mere information: [www.alka.dk](http://www.alka.dk).



## CITAT - ALKA

*“Løsningen har i høj grad bidraget til, at ALKA bliver valgt 7 gange som forsikringsselskabet med den højeste kundeloyalitet.”*

*Kenneth Friis, Loyalty Manager, Alka*

## CDM

**CDM A/S er et danskejet softwarefirma og Microsoft Guld Partner.**

CDM fokuserer på IT og forretningsudvikling. Vi hjælper vore kunder med at identificere hvor de har potentiale for forbedringer og hjælper dem med at realisere disse.

Vi arbejder tæt med vores kunder, ofte på deres arbejdsplader, for at få en bedre forståelse for deres forretning og give bedst mulige råd baseret på dialog. At skabe værdi for vores kunder fra dag ét er kernen i vores forretning.



# CASE: FINANS – ALKA

## UDFORDRINGEN

Alka havde et behov for et marketingkampagnesystem, der kunne:

- Give kunderne en samlet oplevelse af virksomhedens brand gennem flere kanaler (SMS, e-mail, opringninger)
- Generere leads
- Informere om nyheder

## METODE

Systemet skulle være designet til:

- At behandle 'Event Driven Marketing'
- At håndtere en avanceret ledelse af målgrupper
- At kommunikere via flere kanaler:
  - HTML e-mails
  - SMS
  - Direct mail
  - Udgående telefoni



## SUCCESKRITERIER

- Gennemførelse af ca. 100 e-mailkampagner om året
- Redskab til identificering af målgrupper til kampagner
- Hurtig identificering af målgrupper i forhold til ændret adfærd
- Håndtering af Contact Center-funktion
- Måling af kampagnerespons

## KONSEKVENSER

CDM Advanced Campaign Management optimerer og automatiserer alle dine marketingkampagner.

Advanced Campaign Management-systemet hjælper med at planlægge og udføre endda meget komplekse kampagner. Samtidig er du i stand til at optimere respons samt resultaterne af din kampagne.

## RESULTATER

Hovedformålet med CDM Advanced Campaign Management var at øge kundeloyaliteten, og det har lønnet sig. I den årlige måling af kundetilfredshed, foretaget af EPSI Danmark (Dansk kundelIndex er en del af European Performance Satisfaction Index), fik Alka igen i 2015 en flot placering i toppen blandt de forsikringselskaber, der har de mest tilfredse kunder.