

# «Sogni d'oro assicurati»

**Nuova campagna pubblicitaria Visana.** Dalla tarda estate Visana si presenta con un nuovo look. Al centro vi è il messaggio «Sogni d'oro assicurati», messo in rilievo con dei cuscini.

La nuova Visana assicura ai suoi clienti dei sogni d'oro. Abbiamo chiesto a Yvonne Kohler, la responsabile Marketing Clienti privati di Visana, se ciò corrisponde e perché Visana ha cambiato look.

**«VisanaFORUM»: È proprio vero che con il messaggio «Sogni d'oro assicurati» i clienti Visana fanno dei sogni d'oro?**

Yvonne Kohler: Assolutamente sì. Ogni anno effettuiamo due sondaggi clienti rappresentativi per Visana. Questi ci confermano che i clienti Visana sono molto soddisfatti dei nostri servizi e soprattutto anche del contatto personale con i nostri collaboratori.

**Com'è nato questo messaggio?**

Prima di prendere una decisione, ci siamo da una parte sottoposti a un esame approfondito da parte di esperti e

dall'altra abbiamo rivalutato i risultati dei sondaggi. Ci siamo posti soprattutto la domanda come ci vedono i nostri assicurati. Ne è emerso che Visana si è fatta un buon nome come assicurazione malattie personale e orientata ai servizi.

**Cosa c'entra l'idea dei cuscini?**

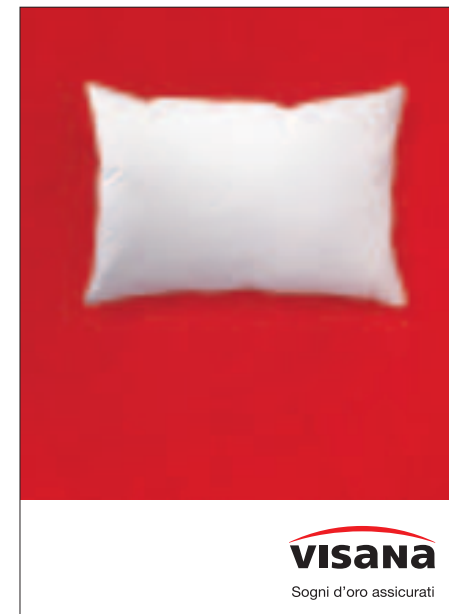
Il cuscino sta per sicurezza e senso di benessere. Il cuscino ci dà conforto se ne abbiamo bisogno, sia quando stiamo bene che quando stiamo male. Riprendiamo il cuscino come simbolo per il messaggio riconfermato continuamente dai nostri assicurati che da Visana si sentono in buone mani.

**Per quale motivo Visana deve fare pubblicità come assicuratore malattie?**

È vero che Visana è molto conosciuta. Ciononostante dobbiamo continuare a ricordare ai nostri clienti che esistiamo. La pubblicità serve tuttavia anche ad acquisire nuovi assicurati. Desideriamo crescere coscientemente ed avere più clienti.



**Yvonne Kohler,**  
responsabile  
Marketing  
Clienti privati



**A quanto ammontano le spese per la pubblicità di Visana?**

I sondaggi mostrano sempre un'immagine sbagliata. Le spese amministrative costituiscono da Visana circa il cinque per cento nell'assicurazione di base – ossia cinque centesimi per ogni franco di premi incassato. La parte più grande di questa somma viene utilizzata per corrispondere i salari dei collaboratori che controllano le fatture dei medici, degli ospedali ecc. Grazie a questo controllo intensivo Visana riesce a risparmiare ogni anno oltre 500 milioni di franchi. Per la pubblicità in senso stretto impieghiamo dunque solo circa lo 0,3 per cento delle entrate dei premi – dunque una parte molto esigua.

**Intervista:**

**Christian Beusch**

**Responsabile Comunicazione aziendale**

