

Liberty Direct – ubezpieczyciel oferujący polisy przez internet i telefon – rozpoczyna produktową kampanię reklamową. Oprócz ubezpieczeń OC, AC, NNW oraz Assistance, w nowym 30-sekundowym spocie towarzystwo promuje ubezpieczenie szyb samochodowych. Kampania obejmie główne stacje telewizyjne - TVP, TVN, Polsat, a także wybrane kanały tematyczne. Kreacja została przygotowana przez Liberty Direct, a produkcja zrealizowana przy współpracy z EasyHell. Za zakup mediów odpowiada MPG.

„Oferowane przez nas ubezpieczenie szyb cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem Klientów. Dlatego postanowiliśmy dodatkowo wyróżnić ten element naszej oferty w najnowszej kampanii” – tłumaczy Rafał Karski, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu Liberty Direct. Jesteśmy przekonani, że szczególnie w okresie letnim, kiedy kierowcy częściej ruszają w trasę i tym samym ryzyko uszkodzenia przednich szyb jest większe – nasza oferta spotka się z jeszcze szerszym zainteresowaniem” – dodaje Karski.

Jak wynika z danych Autoglass Jaan, ponad 80% zniszczeń lub uszkodzeń szyb to stłuczenia szyby przedniej, które powstają w skutek uderzenia kamieni lub żwiru. Ubezpieczenie szyb samochodowych od uszkodzenia i zniszczenia oferowane przez Liberty Direct obejmuje takie oraz inne szkody powstałe w wyniku działania osób trzecich, zdarzeń drogowych, zjawisk atmosferycznych lub innych czynników zewnętrznych. Ubezpieczenie dostępne jest dla Klientów w ofercie z OC. Zniszczenie lub uszkodzenie szyb jest również objęte ochroną w ramach oferowanego przez firmę ubezpieczenia AC Standard oraz AC Premium.

„W najnowszym spocie nawiązujemy do dotychczasowych kampanii produktowych opartych na relacjach Klientów. Bohaterem filmu jest kierowca, który kupując pakiet polis komunikacyjnych w Liberty Direct zaoszczędził 250 zł i część tej kwoty przeznaczył na rozszerzenie ochrony swojego samochodu o ryzyko uszkodzenia szyb. Równocześnie z emisją reklam produktowych, będziemy kontynuować w telewizji kampanię wizerunkową. Obydwie kampanie łączy hasło: „Sprawdzone ubezpieczenie w lepszej cenie” oraz Statua Wolności – symbol Liberty Direct – która zachęca do kontaktu z firmą” – komentuje Marcin Andrzejczyk, Kierownik Działu Komunikacji Marketingowej Liberty Direct.

Liberty Direct jest jednym z najszybciej rozwijających się ubezpieczycieli działających w systemie bezpośrednim na rynku polskim. W 2009 roku Liberty Direct zebrała 87,4 mln zł składki przypisanej brutto, co oznacza ponad 40% wzrost w porównaniu do roku 2008. W maju br. Liberty Direct rozszerzyła zakres działalności na rynku polskim wchodząc w sektor ubezpieczeń mieszkaniowych. Liczba Klientów ubezpieczyciela przekroczyła 140 tys.

Więcej informacji na temat działań marketingowych Liberty Direct można znaleźć na stronie https://www.libertydirect.pl/o_firmie/centrum_prasowe.html .

Liberty Direct