

Corona Direct Verzekeringen en Kunstmaan | Accenture Interactive nemen even afstand van corona.



LEUVEN, 23 april 2020 – Corona Direct Verzekeringen heeft vandaag een beetje een ongelukkige naam. Daarom trekt de directe verzekeraar tijdelijk in alle communicatie een streep door het logo. Tegelijk bewijst ~~Corona~~ Direct dat hun verzekeringsproducten vandaag allesbehalve een streep door de rekening zijn. Klanten met de Kilometerverzekering bijvoorbeeld, krijgen in totaal zo'n 4,1 miljoen euro terug.

De coronacrisis valt onze bedrijven zwaar, en de zaken worden een beetje erger als je bedrijf ook nog eens 'Corona' in zijn merknaam draagt. *"We zijn niet alleen, er blijken nog 126 Belgen rond te lopen met de naam Corona. Maar we moeten doorgaan, want onze Kilometerverzekering is wel degelijk een heel relevante verzekering, ook in crisistijden. Dat tonen onze terugbetalingen aan"*, legt kersvers CEO Els Blaton uit.

Door de coronacrisis staan ook onze auto's massaal stil. ~~Corona~~ Direct Verzekeringen berekende dat we dit jaar tot 30 procent minder kilometers zullen rijden. Dat is goed portefeullenieuws voor de bestuurders met een Kilometerverzekering. Zij betalen enkel voor de kilometers die ze met hun wagen afleggen. Minder kilometers betekent een lagere premie. Want niet rijden, is niet betalen. Dat is niet meer dan eerlijk. Zeker vandaag. ~~Corona~~ Direct schat in totaal 4,1 miljoen euro terug te betalen.

"Wat mensen vandaag van merken willen, is hulp. Producten en services die hun leven beter kunnen maken. Ook al heeft ~~Corona~~ Direct z'n naam niet mee, de Kilometerverzekering helpt bestuurders de crisis een klein beetje beter te verteren", vertelt Bout Holtorf, Creatief Directeur bij Kunstmaan | Accenture Interactive.

Dat gevoel vertaalde Kunstmaan | Accenture Interactive in een eerlijke [video](#) die gedeeld werd op alle sociale kanalen van de directe verzekeraar. Omwille van de ongelukkige naam trekt ~~Corona~~ Direct in alle communicatie ook tijdelijk een streep door het logo. In een tweede fase volgt een digitale campagne.

“Met al meteen een positief effect”, volgens Karel Byloos, Head of Marketing van ~~Corona~~ Direct Verzekeringen. “Sommigen melden vol trots dat ze klant zijn, anderen bedanken ons voor onze eerlijke producten. De juistheid en de snelheid waarmee Kunstmaan | Accenture Interactive dit verhaal klaarstoomde, is ongezien.”.

Over Kunstmaan | Accenture Interactive

Kunstmaan | Accenture Interactive partners with brands to create the personal experiences that make people happier and businesses healthier. We help our clients to respond to the evolving standards of consumers who, more connected and in control than ever, expect an integrated and intuitive engagement with brands in exchange for their loyalty. As an Experience Agency, creating and nurturing these close consumer-brand relationships is what we do. We design, build, communicate, and run every aspect of experience architecture through the interdependent collaboration of experts in service design, branding, creative content, technology & consulting. Accenture Interactive has been named by AdAge for fourth consecutive year as the world’s largest digital agency network.

www.kunstmaan.be

Assets :



Credits :

- **Client:** Corona Direct Verzekeringen
- **Client contacts:** Els Blaton, Karel Byloos
- **Agency:** Kunstmaan | Accenture Interactive
- **Creative Director:** Stijn Jacquemyn, Bout Holtof
- **Strategy Director:** Christ' l De Jonghe
- **Digital Strategy:** Karel Lovenich, Tim Lettany
- **Account Team:** Albina Ahmetaj, Loriana Capiello
- **Creation:** Hannes Mondelaers, Marc Engels, Cato Decoster, Melissa Pulinx
- **Production Company:** Bozon
- **Director:** Jan Boon
- **Drone:** Master Shoots
- **Executive Producer:** Laurent Dillen
- **Line Producer:** Thomas Landeloos
- **Post Production Manager:** Anna Praet
- **Edit:** Simon Schuurman
- **Grading:** Florian Keirse