

## Ditzo verlengt succesvolle samenwerking met Blue Mango

**Eindhoven, 25 mei 2009 – Ditzo heeft haar exclusieve samenwerking met Blue Mango Interactive verlengd. Het online marketingbureau zal ook de komende drie jaar zorg dragen voor alle online campagnes van de succesvolle direct writer. Ditzo biedt online een breed scala van vernieuwende schadeverzekeringen aan.**

Al sinds de lancering van Ditzo in december 2007 is Blue Mango Interactive de online partner op het gebied van online media inkoop, strategie en de creatieve uitvoering. Ditzo is op dit moment een van de grootste online adverteerders in Nederland. Marijn Maas, directeur Blue Mango Interactive: *“In de eerste vier maanden hebben we samen met Ditzo een totaal vernieuwende strategie uitgewerkt om uiterst effectief online campagnes te voeren voor verzekeringsproducten. Daarbij kijken we niet alleen naar de waarden van het merk, maar sturen daarnaast ook op sales en ROI. We rekenen de resultaten voor onze online campagnes expliciet niet af op de laatste klik, maar op het hele traject voorafgaande aan de aankoop. Dit concept dat alle contactmomenten uit het verleden in kaart brengt hebben we samen met Ditzo doorontwikkeld tot een uiterst effectieve optimalisatiemethodiek.”*

### **Samenwerking**

De succesvolle samenwerking van de afgelopen twee jaar, zetten Ditzo en Blue Mango ook de komende drie jaar onverminderd voort. Daarnaast heeft Ditzo eerder dit jaar ook haar volledige online search account bij Blue Mango ondergebracht. Marijn Maas: *“Deze stap is een bevestiging van het vertrouwen dat Ditzo in ons heeft. Dankzij deze keuze kunnen we de complete online marketingmix optimaal afstemmen.”*

### **Versterkend effect**

Het afsluiten van een verzekering bij Ditzo kan alleen via internet of per telefoon. Daarom is naast radio, tv, outdoor en print, online adverteren voor Ditzo van groot belang. Commercieel directeur van Ditzo, Peter Hoitinga: *“De uitdaging is om het versterkende effect van de offline media uitgaven op de online campagnes inzichtelijk te maken. In het afgelopen jaar hebben we veel inzicht gekregen in het effect dat de verschillende elementen binnen de marketingmix op elkaar hebben. Op basis hiervan hebben we besloten om in 2009 een groot deel van het beschikbare budget in te zetten op online. In december maakte Ditzo bekend dat de new business cijfers met betrekking tot het online afsluiten van autoverzekeringen op het niveau liggen van Univé en Centraal Beheer.*

### **Vernieuwend concept**

Ruim voordat de kredietcrisis losbarstte, positioneerde het nieuwe merk zich onderscheidend ten opzichte van de gevestigde orde. Daarom werd tijdens de introductiecampagne als teaser het niet bestaande merk Datzo geïntroduceerd. Waar Datzo een verbeelding is van de negatieve beleving van consumenten ten aanzien van banken en verzekeraars, wordt Ditzo neergezet als het logische alternatief. *“Bij Ditzo val je bij schade aan je auto bijvoorbeeld nooit terug in premie of schadevrije jaren. Bij Datzo is dat wél het geval. Soms zie je zelfs dat je hiervoor weer een verzekering kunt afsluiten. Een soort van verzekering voor je verzekering dus”, aldus Peter Hoitinga.*

### **Blue Mango**

Blue Mango Interactive is bijna tweeënhalf jaar geleden opgericht door Marijn Maas en Frank Sanders, als verzelfstandiging van de online marketing afdeling van een online telefoonwinkel. Het online marketingbureau is er in geslaagd in korte tijd zeer succesvolle campagnes op te zetten voor een selecte groep gerenommeerde bedrijven. In diezelfde periode is het bureau gegroeid naar ruim 35 medewerkers verdeeld over drie pijlers: online marketing, creatie en IT. Marijn Maas: *“We merken dat de vraag naar effectieve online marketing toeneemt. Steeds meer*

*bedrijven zijn op zoek naar een goede manier om hun doelgroep via internet te bereiken.” Naast Ditzo behoren onder meer de merken Vodafone, ASR Verzekeringen en The Phonehouse tot de klantenkring van Blue Mango Interactive.*

---

***Noot voor de redactie***

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Pors|de Ridder PR. U kunt contact opnemen met Mirjam de Jong, PR adviseur via [mirjam@porsderidder.nl](mailto:mirjam@porsderidder.nl). Voor meer informatie over de organisatie kijkt u op [www.bluemango.nl](http://www.bluemango.nl).