

Nieuw en succesvol: PENSIOEN-TV

De voornaamste resultaten....

Op donderdag 19 oktober 2017 was het zover: het eerste interactieve pensioen TV 'Bij RTL is je pensioen goed geregeld' is uitgezonden. De pilotuitzending was een samenwerking tussen PNO Media en RTL Z, was succesvol en smaakt naar meer. Van de ruim 800 werknemers van RTL voor wie de uitzending was georganiseerd, heeft ongeveer een kwart gekeken. Opvallend was ook dat meer dan een derde van de kijkers jonger dan 45 jaar was en dat de deelnemers zelf aangaven dat hun pensioenkennis was gestegen, van een 5,8 naar 7,6.

Enkele cijfers

- 801 werknemers: 95 direct gekeken en 125 uitgesteld in de twee weken na de uitzending.
- totaal aantal berichten (m.u.v. moderatorberichten): 47
- cijfer pensioenkennis stijgt van 5,8 naar 7,6
- enquête: 54% man / 45% vrouw
- 10% 25-35 jaar; 26% 35-45 jr; 41% 45-55 jr; 21% > 55 jaar
- waardering pensioenregeling: 7,8
- waardering PNO Media: 7,9

Zelf kijken?

Het seminar is vanaf nu ook zonder inlog te bekijken via:
<https://www.onlineseminar.nl/pno/webinar/19349/bij-rtl-is-je-pensioen-goed-geregeld/#watch>

Uitleg filmpje per mythe

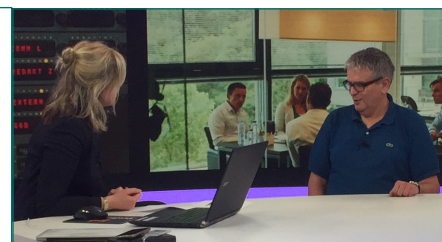
In de uitzending komen vier pensioenmythes aan bod. Per mythe is door RTL een uitlegfilmpje gemaakt dat straks ook voor de andere PNO-pensioenregelingen te gebruiken zijn. De mythes zijn:

1. "Ik krijg minder terug dan ik betaal"
2. "Ik betaal voor de gepensioneerden van nu"
3. "Veel pensioen gaat op aan kosten"
4. "Kan ik niet beter zelf mijn pensioen regelen"

Reacties

'Het was top. Ik vond 't interessant en ga snel de pensioenplanner bekijken!'

'Ik vond de inhoud duidelijk, en goed om te horen. Ik denk dat dit soort dingen erg nuttig zijn vooral als je net gaat werken.'



Conclusies

- RTL is enthousiast over de pilot. Alle doelstellingen zijn ruimschoots gehaald.
- Meer dan een kwart van de RTL-deelnemers, heeft de uitzending gezien.
- Bij RTL is er nog nooit zoveel over pensioen gepraat als in de drie weken rondom de uitzending.
- De band tussen PNO en RTL-klant (werkgever en deelnemers) is versterkt door deze co-creatie.
- Door het pilotkarakter zijn er wel de nodige verbeterpunten die intern en extern zijn geëvalueerd.
- De evaluatie wordt binnenkort met het bestuur gedeeld. Ook zal dan een voorstel worden gedaan voor een vervolg van interactieve pensioentelevisie voor PNO Media.
- Al met al een geslaagd en waardevol nieuw communicatie instrument om de pensioenkennis te verbeteren die smaakt naar meer.

Marketing- en activatiecampagne

Voornaamste onderdelen....

Voor de eerste uitzending van pensioentelevisie is een intensieve, multimediale marketingcampagne gevoerd om RTL-deelnemers te activeren. Deze bestond uit onder meer uit een oproep van Sven Sauvé, CEO RTL Nederland per video, een oproep op de schermen, een aankondiging op het intranet, een emailcampagne en het flyeren in de kantine.

Oproep

De volgende oproep stond op de RTL-schermen:



Video CEO en emailcampagne

De aftrap van de campagne was een video-boodschap van RTL. Werknemers kregen een persoonlijke uitnodiging van Sven Sauvé om te gaan kijken. Later gevolgd door herinneringsemails - onder andere vanuit Human Resources.



Gangmakers

Er zijn twee grappige video's gemaakt door RTL Gangmakers.



Flyeren

Om de campagne nog een extra impuls te geven, zijn de laatste twee dagen voor de uitzending flyers uitgedeeld in de kantine van RTL tijdens de lunch, onder het thema: 'Pas op, val niet in het pensioengat.'

