

Meru Health & Cigna

"Personalized Mental Health Support"
Campanha de Direct Mail | EUA



O Desafio

Adquirir novos subscritores para o plano personalizado de saúde mental da Meru Health, alcançando membros Cigna elegíveis através de um canal físico que contornasse a saturação digital.

A Solução



Segmentação cirúrgica de membros Cigna elegíveis

Campanha dirigida a membros do plano Cigna com elegibilidade para o programa Meru Health (tinham seguro que cobria o serviço). Isto eliminou a principal barreira à subscrição: o custo percebido.



Carta co-branded Cigna x Meru Health endereçada nominalmente

Direct Mail endereçado, assinado conjuntamente pela Cigna e pela Meru Health. A seguradora já Early Detection conhecida deu credibilidade a uma marca de saúde mental ainda desconhecida para muitos.



QR Code + URL dedicado: o correio físico como canal mensurável

A peça incluía um QR Code personalizado que direcionava para a landing page de subscrição da Meru Health. Esta mecânica transformou o correio físico num canal tão rastreável quanto o digital.



Copy ancorado em evidência clínica e na facilidade de acesso

Evidência científica com o argumento "o teu plano já cobre isto" para fomentar a conversão. Terapeuta licenciado, programa validado por Stanford e Harvard, 89% dos participantes com alívio de sintomas.

Os Resultados



+40 mil

Peças de Direct Mail



1,5%

Taxa de conversão



100%

Dentro do prazo

Ligue grátis 808 201 800

Dias úteis das 8h30 às 19h30

Ou contacte o seu gestor comercial

Conheça as nossas [Histórias de Impacto](#)

ctt