



*В рамках комплекса работ по актуализации маркетинговой стратегии компании на период 2016–2018 годов в СК «Важно. Новое страхование» определены приоритеты ее коммуникационной политики.*

Ключевым направлением коммуникационной политики компании «Важно. Новое страхование» на горизонте 2016–2018 годов станет дальнейшее развитие форматов интернет-взаимодействия с потенциальными клиентами и страхователями. В течение трех лет на данный участок работы планируется направлять 60% маркетингового бюджета компании. Вторым приоритетным направлением продвижения станут коммуникационные программы по поддержке каналов продаж – 15% бюджета. А третьим по объему финансирования станет блок PR, который вместе с GR и спонсорингом составит десятую часть бюджета.

«В течение трех лет мы планируем последовательно увеличивать объем финансирования направления маркетинговых коммуникаций с 1,5% до 3% общего бюджета компании. Коммуникационная политика «Важно. Новое страхование» является продолжением выбранного нами позиционирования – первопроходца по развитию направления «умного страхования». Данная коммуникационная стратегия требует большей ориентированности на разъяснительную работу с аудиторией по всем нюансам использования телематического оборудования и развернутому представлению плюсов использования «умного страхования». Нашу целевую аудиторию в большей степени составляют новаторы, которые ориентированы на передовые форматы коммуникационного взаимодействия. По этой причине доля обычной прямой рекламы в нашем бюджете не столь велика, а вот развитию интернет-коммуникаций, в том числе и за счет интеграции работы нашей PR-службы в интернет-среду социального взаимодействия, мы планируем уделить пристальное внимание», – отметила генеральный директор СК «Важно. Новое страхование» Валерия Скороходова.

Источник: [Википедия страхования](#) , 21.03.16