

Бренд-медиа и другие инструменты контент-маркетинга позволяет бизнесу решить целый ряд задач: от формирования спроса до повышения доверия клиентов. Успешными практиками в страховании поделился руководитель Центра маркетинговых коммуникаций и PR Страхового Дома ВСК Александр Охрименко на всероссийской конференции Baltic Digital Days 2023.

По словам Александра Охрименко, специфика страхования ставит перед маркетологами нетривиальные задачи: обеспечить не только постоянное взаимодействие с действующими клиентами, но и формировать потребительскую модель осознанного страхования, стимулировать и развивать потребность россиян в страховых продуктах и сервисах.

Для решения этих задач в ВСК создана коммуникационная система. В нее входят как стандартные инструменты: сайт, аккаунты в социальных сетях, мобильное приложение, так и уникальный для страхового рынка России канал — бренд-медиа «ВыИскали», имеющий свои аккаунты в социальных сетях и отдельные инструменты продвижения.

«Бренд-медиа позволяет ВСК выйти далеко за рамки только страхования и создавать полезный для потребителя контент, часто не связанный с наступлением страхового случая. Пользователи получают ответы на широкий круг актуальных вопросов, которые волнуют потребителей здесь и сейчас, вовлекаются в коммуникации и становятся частью большого сообщества лояльной аудитории ВСК. Мы, в свою очередь, тщательно анализируем информационные запросы наших читателей и оперативно реагируем: создаем актуальный и полезный контент. В итоге бренд выстраивает долгосрочные отношения с потребителем и формирует привычку взаимодействовать с нами регулярно. Наша конечная цель — вовлекая аудиторию, в обсуждение различных тем, в том числе страховых, повышать финансовую грамотность россиян и формировать в конечном итоге спрос на осознанное страхование», рассказал Александр Охрименко.

За счет использования различных маркетинговых инструментов база подписчиков аккаунтов ВСК динамично расширяется, растет индекс лояльности бренду (NPS), объём

брендовых запросов.

«Выстроенная система аналитики позволяет нам понять, как интернет-пользователи мигрируют между нашими каналами коммуникаций и интернет-магазином, какие продукты чаще выбирают и какие барьеры встают на их пути. Эти данные, а также постоянные эксперименты позволяют каналам развиваться и повышать качество коммуникаций с нашими действующими и потенциальными клиентами», заключил Александр Охрименко.

Всероссийская конференция по интернет-маркетингу Baltic Digital Days — ежегодное мероприятие, проходящее в Калининграде и собирающее ведущих экспертов и профессионалов в области цифрового маркетинга. Конференция проходит в течение 2 дней и состоит из шести тематических секций и одной мультиформатной. В 2023 году участники конференции прослушали 27 докладов и ряд мастер-классов.

«ВыИскали» — онлайн-журнал Страхового Дома ВСК. Авторы издания простым языком объясняют, как решить проблемы, связанные с авто, домом, путешествиями, здоровьем и спортом. Миссия издания — помочь читателю решить конкретную проблему не имея соответствующего опыта и без консультаций со специалистами. В 2022 году сайт издания посетило более миллиона уникальных пользователей.

Википедия страхования