



Для продвижения ценностей страхования, повышения узнаваемости бренда и привлечения клиентов «ВТБ Страхование» запустило онлайн-игру «Укроти стихию – Спаси свой дом».

«Укроти стихию» – аркада, в которой игроку необходимо как можно дольше оберегать дом от десятка напастей, среди которых как наиболее распространенные страховые случаи – стихийные бедствия, пожар, потоп и воры, так и такие экзотические угрозы, как инопланетяне и муравьи-мутанты. Кроме того, интернет-пользователи будут приятно удивлены, встретив в игре массу популярных героев интернет-мемов.

Поиграть в «Укроти стихию» можно как на специальном сайте (<http://vtbins-safethehouse.ru/>), так и в социальных сетях – Вконтакте (<http://vk.com/app3035210>) и Фейсбук (http://www.facebook.com/vtbins/app_339041779522013).

Это не первый подобный проект «ВТБ Страхования». В начале года компания запустила игру «Краш-тест», направленную на продвижение автострахования. Игроку предоставлялась возможность разбить одно из выбранных авто об стену и сравнить стоимость ремонта на восстановление машины с ценой полиса каско «ВТБ Страхования».

В краш-тесте от «ВТБ Страхования» приняло участие свыше 250 тысяч человек. Это сопоставимо с месячной аудиторией популярных приложений в социальных сетях. Новый проект, по прогнозам компании, должен привлечь большую аудиторию.

«Мы не просто рассказываем клиенту о продукте или наших преимуществах – мы

вовлекаем его в мир страхования, и делаем это самым интересным способом. Не пугаем, не сулим особых выгод – предлагаем изучить страховой продукт в увлекательной и непринужденной форме, – говорит начальник управления маркетинговых коммуникаций «ВТБ Страхования» Анастасия Щукина. – Будь то автокаско или страхование имущества – игрок на время становится нашим клиентом, видит риски и осознает преимущества наличия страхового полиса. Жизнь – игра, с этим уже не поспоришь. Сегодня эта фраза звучит особенно актуально – играют все, везде и с удовольствием. Понимать тенденции, настроения и потребности общества, использовать их для увеличения продаж – вот задача маркетологов. И мы справляемся с ней играючи».

В оформлении и разработке игры «ВТБ Страхование» помогало агентство Interactive boutique.

Источник: www.wiki-ins.ru, 07.09.12