

«АльфаСтрахование» запустила федеральную рекламную кампанию «Сервис будущего в мобильном приложении» при участии известного американского видео-блоггера Зака Кинга (Zach King) и Instagram-блоггеров. В эфире национального ТВ и на крупнейших видео-порталах появилась серия роликов, оригинальным образом рассказывающих об уникальных страховых сервисах в мобильном приложении «АльфаСтрахование Мобайл». Кампания началась 18 декабря и продлится до конца февраля 2018 г.

С 25 декабря в эфире крупнейших телеканалов (Первый, ТНТ, НТВ, Россия 24 и т.д.) и с 18 декабря на более чем 40 крупнейших интернет-порталах будут размещены 4 видеоролика и интернет-баннеры, оригинальным образом рассказывающие о возможностях мобильного приложения «АльфаСтрахование Мобайл».

«Новая рекламная кампания является логическим развитием стратегии позиционирования бренда «Сервис будущего в настоящем» с привлечением в бизнес широкой целевой аудитории (т.н. «массовый сегмент»), – рассказывает Татьяна Пучкова, заместитель генерального директора по маркетингу и развитию бизнеса АО «АльфаСтрахование». – В основе креативной концепции кампании уникальный для российского страхового рынка сервис для наших клиентов – мобильное приложение «АльфаСтрахование Мобайл», которое позволяет не только управлять страховой защитой, но и урегулировать страховые случаи онлайн, в том числе удаленно, получив с места ДТП направление на ремонт. Через приложение можно оформлять страховые случаи при задержке рейса или потере/порче багажа, получив 500 «приветственных» АльфаБаллов, принимать участие в программе лояльности, записываться в клинику или вызывать врача на дом. «АльфаСтрахование Мобайл» дает возможности для экстренной помощи в любой ситуации, том числе за рубежом, и содержит массу полезной справочной информации».

Посмотреть полную версию рекламного ролика можно в канале бренда в YouTube.

«В предновогодний период мы хотели сделать начальную стадию кампании как можно более яркой, чтобы она задала импульс основной её части, обратить на кампанию внимание, создать некий резонанс или, как теперь говорят, «поднять хайп», – говорит директор департамента маркетинговых коммуникаций «АльфаСтрахование» Антон Ставенко. – В начале декабря мы запустили небольшой Instagram-проект с шутливым названием «#АльфаSOS» в рамках которого 5 популярных в этой сети девушек-блоггеров (Анна Хилькевич, Виктория Лопырева, Наталья Рудова, Елена Летучая и Полина Максимова) «протестировали» 5 ключевых сервисов мобильного приложения. В первую неделю ролики набрали более 2 миллионов органических просмотров, а активность в соцсетях бренда увеличилась в разы. Посмотреть их можно в Instagram-канале бренда ([instagr.am/alfastrah_ru/](https://www.instagram.com/alfastrah_ru/)). Но самое интересное в этой кампании то, что мы смогли привлечь внимание самого известного в мире видео-блоггера и, пожалуй, основоположника «вайнов» («vine» – короткие видео ролики с эффектным монтажом) — Зака Кинга (Zach King), который решил предложить свой вариант одного из сюжетов нашего ролика и таким образом стать частью нашей рекламной кампании. В ближайшее время на странице бренда в Facebook ([fb.com/AlfaStrah.ru/](https://www.facebook.com/AlfaStrah.ru/)) мы запустим «вайн-баттл», в котором предложим нашим подписчикам проголосовать, чей «вайн» получился все-таки круче».

Источник: Википедия страхования, 19.12.2017