



СТРАХОВОЙ БРОКЕР

«Страховые брокеры АСТ» провели ребрендинг. Изменения отразились в логотипе, фирменных цветах, появился незатейливый паттерн. Помимо нового фирменного стиля «Страховые брокеры АСТ» обновляют сайт. Ребрендинг – логичный этап преобразований, которые проводятся в соответствии с планом стратегического развития компании на рынке.

«Страховые брокеры АСТ» провели ребрендинг. Компания работает на рынке страхования с 2004 года и оказывает услуги как юридическим, так и физическим лицам. Новый фирменный стиль компании создан в соответствии с последними рыночными тенденциями. Изменения затронули также и сайт страховых брокеров, который будет направлен на создание нового уровня коммуникаций прежде всего с физическими лицами.

К работе над визуальной концепцией бренда была привлечена одна из ведущих компаний в этой области – Notamedia. Существенные изменения коснулись формы и цвета логотипа. Теперь вместо привычных красных оттенков «Страховые брокеры АСТ» представлены голубым и черным цветами. Появился новый символ – прицел, что символизирует фокус на защите интересов клиентов компании.

Вместе с новым фирменным стилем в компании грядут и другие качественные изменения. Сайт компании будет оснащен новейшими технологическими возможностями для продажи страховых полисов через Интернет, что позволит реализовать возможности как заполнения форм заявлений по различным видам страхования для получения индивидуальных условий, так и приобретения стандартных коробочных продуктов в режиме online.

«За 2012 год мы разместили 216 млн руб. страховых премий по имущественным видам

страхования, что на 30% больше, чем в прошлом году. Портфель клиентов физических лиц за год вырос в полтора раза, – рассказывает генеральный директор «Страховых брокеров АСТ» Ирина Лукьянова. – В следующем году планируем развивать продажи имущественных видов страхования через Интернет, и проведение ребрендинга выгодно подчеркнет новый масштаб нашей работы».

Источник: www.wiki-ins.ru, 15.01.13