«БИН Страхование» завершило обновление линейки рекламно-полиграфической продукции. В рамках проекта были созданы или переработаны более десяти позиций сопровождающей страховые продукты документации. Основной акцент в работе был сделан на приоритетных направлениях розничного страхования – продуктах по добровольному имущественному и личному страхованию. Необходимую информационную поддержку получили новые коробочные продукты «Без хлопот» и «Семейный».

«Весь портфель визуальных решений был выполнен ведущим дизайнером нашей компании – Олегом Мирошиным. Представленные материалы объединены сквозными визуальными атрибутами бренда и узнаваемыми атрибутами продвигаемых страховых продуктов. Мы рассчитываем, что направленные в сбытовую сеть материалы будут способствовать дальнейшему повышению эффективности процесса продаж страховых продуктов компании», – прокомментировал результаты работы курируемого дизайн-блока руководитель департамента маркетинга и коммуникаций «БИН Страхования» Андрей Коженков.

Источник: Википедия страхования , 17.10.13