



«АльфаСтрахование» запустило рекламную кампанию, направленную на продвижение сервиса покупки и продления полиса каско онлайн на сайте Alfastrah.ru. Кампания стартовала 6 марта 2014 года в сетях кинотеатров «КАРО Фильм», «Формула Кино» и «Киностар De Luxe», с 10 марта – на сайтах Lenta.ru, Kommersant.ru, Bfm.ru, Rbcdaily.ru, Mail.ru и других.

В марте 2014 года «АльфаСтрахование» запустило рекламную кампанию, направленную на продвижение услуги по оформлению каско онлайн, которая позволяет купить или продлить полис каско без посещения офиса компании. В рамках кампании рекламный ролик «АльфаСтрахования» демонстрируется зрителям в кинотеатрах сетей «КАРО Фильм», «Формула Кино» и «Киностар De Luxe». По сюжету герой ролика попал в неприятную ситуацию: ведро с краской, случайно опрокинутое рабочими, летит прямо на капот авто. Но, вовремя вспомнив о возможности оформить страховку от «АльфаСтрахования» в режиме онлайн, он выходит из положения – до наступления страхового случая он успевает оплатить полис на сайте и получить его на электронную почту.

В Интернете на площадках Lenta.ru, Kommersant.ru, Bfm.ru, Rbcdaily.ru, Quote.rbc.ru, Rating.rbc.ru, Mail.ru, Auto.ru, Am.ru и «ВКонтакте» ротируются видео и флеш баннеры с тем же сюжетом, что и ролик в кинотеатрах. В рамках второй волны кампании запланирована реклама услуги на Snob.ru, бизнес-площадках Forbes.ru, Finanz.ru, Vedomosti.ru, на автомобильном сайте Quto.ru и в социальной сети Facebook.

«АльфаСтрахование» придает большое значение качеству сервиса, оказываемого клиентам. Именно поэтому создан удобный инструмент Alfastrah.ru. Покупка или продление полиса каско в «АльфаСтрахования» – это качественно новый уровень сервиса, оказываемый страховой компанией своему клиенту. Основная задача запущенной рекламной кампании – напомнить автовладельцам, что теперь они сами решают, когда и где им удобно купить или подлить свой полис каско – ночью, утром, днем, сидя в офисе, на даче, находясь в отпуске далеко от своего автомобиля. Главное – наличие компьютера или гаджета, подключенного к Интернету, – комментирует Светлана Бери, директор департамента маркетинговых коммуникаций компании «АльфаСтрахование». – Надо просто указать необходимые для заключения договора страхования данные, оплатить картой или удобной платежной системой и проверить e-mail, на который придет полис. А привлекательные цены – это дополнительный бонус к

экономии времени».

Сайт компании «АльфаСтрахование» Alfastrah.ru – первый ресурс на российском страховом рынке, предоставляющий возможность совершения полного цикла покупки и пролонгации каско в режиме онлайн без взаимодействия с представителями компании. В течение последнего года сайт «АльфаСтрахования» был отмечен профессиональными наградами и премиями. В конце мая 2013 года «АльфаСтрахование» стало обладателем премии RuStrahovka Awards в номинации «Самый удобный в пользовании сайт страховой компании», в августе сайт занял первое место в рейтинге эффективности сайтов страховых компаний Insurance Website Rank 2013, опубликованном аналитическим агентством Markswebb Rank&Report, в декабре того же года удостоился двух премий в области финансов: «Золотая Саламандра» и Retail Finance Awards.

Источник: [Википедия страхования](#) , 17.03.14