

Пиар-акция «Росгосстраха» по страхованию кота Бегемота из музея-театра «Булгаковский дом» признана одним из лучших инфоповодов 2022 года в финансовой сфере. Новость о том, что первый полис по программе страхования домашних животных «Зверьё моё» был выписан пятилетнему мейнкуну, живущему в музее и радующему посетителей сходством с известным литературным персонажем, широко разошлась в средствах массовой информации и соцсетях. Этот факт был отмечен в исследовании компании «Медиаалогия» — ведущего российского разработчика автоматической системы мониторинга и анализа информационного поля. Подведение итогов конкурса «Инфоповод 2022» и торжественная церемония награждения победителей состоялись в Москве 22 марта.

Отбор претендентов на попадание в финал конкурса проводился на основе анализа событий за год по 82 тыс. СМИ в системе «Медиаалогия». Одним из ключевых критериев было значение Медиаиндекса — интегрального показателя, отражающего качественное состояние информационного поля вокруг персоны или события. Также учитывалось и количество публикаций в СМИ по информационному поводу. За высокие значения по этим критериям и была отмечена пиар-акция «Росгосстраха». Ее успеху способствовало в том числе использование фрагментов из дневника Елены Булгаковой о встрече автора «Мастера и Маргариты» со страховым агентом осенью 1938 года. «Сейчас вы здоровы, а завтра вы достаете книги с этой вот верхней полки, падаете, разбиваете себе голову, и вот ваша супруга получает 20 тысяч! Или завтра вы идете по улице, попадаете под трамвай, — и вдова ваша получает 20 тысяч!» — уговаривал тот Михаила Булгакова застраховать свою жизнь и здоровье. И писатель согласился.

Напомним, что кот Бегемот стал первым застрахованным по программе «Зверьё моё», призванной помочь владельцам домашних животных заботиться о здоровье своих питомцев. Продукт предусматривает оперативную дистанционную поддержку опытными ветеринарами (почти 30 специальностей), также страховая компания компенсирует расходы на лечение животных в ветклинике (50 тысяч или 100 тысяч рублей в зависимости от выбранного варианта программы). Пока продукт предлагается в 9 российских регионах, где его приобрели уже несколько тысяч владельцев собак, кошек, хорьков и мини-пиггов, но в ближайшее время масштабные продажи полисов «Зверьё моё» начнутся по всей стране.

***Википедия страхования***