



1 октября 2013 года стартовала новая федеральная рекламная кампания ОАО «СК «Альянс», призванная завершить масштабный проект ребрендинга.

Кампания подводит итоги двухлетней работы по развитию бренда Allianz и формированию платформы для поддержания позитивного имиджа компании и укреплению знания о ней.

В основу осенней рекламной кампании легли жизненные истории реальных людей, рассказанные в современной, ироничной и легкой для восприятия манере – в формате SMS

-переписки. Темы историй – это страховые случаи, которые непременно заканчиваются благополучно: «Все ОК. Альянс помог».

Страховой случай может произойти с каждым, и главная задача Allianz – дать человеку уверенность в том, что он не останется один в трудный момент, его поддержит глобальная международная компания.

С 1 октября по 30 ноября 2013 года истории Allianz транслируются по основным медиаканалам.

Арташес Сивков, заместитель председателя Правления ОАО «СК «Альянс»:
«Ребрендинг – это глобальный процесс, охватывающий как внешнюю, так и внутреннюю деятельность компании. За прошедшие несколько лет с момента старта проекта мы сделали несколько значительных шагов на пути к достижению основных целей. Мы можем наблюдать, как постепенно у Allianz появляется своя история на российском рынке. Результаты переходного этапа видны уже сейчас – более 75% потребителей знают бренд Allianz и каждый четвертый называет компанию спонтанно. И это лишь начало. Мы планируем и дальше развивать бренд, став компанией первого выбора».

Источник: [Википедия страхования](#) , 02.10.13