

По итогам 2018г. CAO ЭРГО вошла в топ-3 самых ярких информационных поводов в страховании. Аналитики агентства «Медиалогия» совместно с издательским домом «Коммерсантъ» отобрали 12 наиболее ярких и успешных инфоповодов года в финансовой отрасли, инициированных пресс-службами и вызвавшими наибольший резонанс в СМИ – лучшими стали 9 банков и 3 страховые компании.

ERGO вошла в рейтинг благодаря исследованию «Какая зарплата нужна для покупки полиса КАСКО в России?», опубликованном в июле 2018г. Эксперты проанализировали цены на КАСКО в разных регионах России для самой популярной иномарки KIA Rio и наиболее продаваемого отечественного автомобиля по версии autostat.ru — Lada Vesta, а для расчета средней заработной платы использовали данные Росстата за I квартал 2018 года. Ноу-хау стало изобретение «светофора КАСКО»: было посчитано, сколько средних зарплат в каждом регионе необходимо жителю для покупки автокаско, и составлена карта России, где зеленым, желтым и красным выделены, соответственно, наиболее и наименее доступные для приобретения страховки области. В итоге помимо Москвы и Санкт-Петербурга в «зеленую зону», где автовладельцу нужно потратить на КАСКО менее одной месячной заработной платы, вошли также Саратов (60%), Екатеринбург (50%), Казань (40%) и Тюмень (40%).

«Мы впервые делали столь масштабное исследование силами аналитиков ERGO. Материал получил широкий отклик в социальных сетях и значительный медиа-охват. Создание полезного контента и интересных инфоповодов – одна из основных PR-задач успешного бренда, вдвойне приятно получать признание от коллег и СМИ – это достижение всей команды маркетинга и коммуникаций», — прокомментировала руководитель направления PR и SMM CAO ЭРГО Ольга Жаркова.

Источник: Википедия страхования, 30.04.2019