



*«ВТБ Страхование» знает каждый пятый россиянин. По данным TNS, в третьем квартале 2012 года знание бренда компании достигло 20%. Это на 4,6 процентных пункта больше, чем годом ранее, и соответствует пятой позиции в ренкинге всех страховщиков. При этом в отдельных категориях знание бренда «ВТБ Страхования» достигает почти 50%.*

В этом году «ВТБ Страхование» вошло в десятку лидеров рынка, заключило ряд крупных договоров, подтвердило наивысшие рейтинги надежности, а также значительно усилило присутствие в Интернете. Были запущены представительства компании в Facebook («ВТБ Страхование»), Вконтакте («Уверенность как стиль жизни»), Twitter («ВТБ Страхование»), Instagram (Vtbins) и Foursquare (Vtbins). Менее чем за год общее число подписчиков групп «ВТБ Страхования» в социальных сетях превысило 10000 человек. Это один из лучших показателей на рынке.

Также в рамках продвижения бренда и продуктовой линейки «ВТБ Страхования» в Интернете был успешно реализован ряд других проектов, в их числе две онлайн-игры – «Краш-тест от «ВТБ Страхования» и «Укроти стихию», в которые поиграли более 200000 человек.

По словам пресс-секретаря «ВТБ Страхования» Александра Кадушина, узнаваемость бренда напрямую влияет на объем продаж страховых услуг. «Для того чтобы достигнуть охвата в 50 миллионов пользователей, радио понадобилось 38 лет, телевидению – 13, Интернету – 4. Facebook привлек 100 миллионов пользователей всего за 9 месяцев. Медиа-среда стремительно меняется, как содержательно, так и технологически. Все большую роль в нашей жизни играет Интернет. Понимая это, мы не только стараемся предложить клиентам современные решения для защиты их рисков, но и используем для этого самые актуальные средства коммуникаций. Сегодня треть пользователей Рунета ищут информацию в социальных медиа, почти столько же полагаются на них перед покупкой. И число таких людей постоянно растет. Современные медиа позволяют потребителю взаимодействовать с компаниями так же близко, как он общается с родными и знакомыми, а «ВТБ Страхование» всегда стремится быть рядом с клиентом, став ему верным другом и надежным защитником», – отметил Александр Кадушин.

Положительное влияние на узнаваемость бренда «ВТБ Страхования» окажет и недавно запущенная рекламная кампания, которая пройдет в ноябре-декабре в Москве и четырнадцати других городах.

**Источник: [www.wiki-ins.ru](http://www.wiki-ins.ru), 08.11.12**