

Страховой Дом ВСК занял второе место среди страховых компаний России в рейтинге Reputation Awards. Рейтинг рассчитывается на основании исследования социальных сетей, поисковой выдачи, СМИ и демонстрирует качество работы с репутацией бренда.

Торжественное награждение лауреатов состоялось во время ежегодной конференции лидеров репутационного маркетинга ПЕКЛО. Исследование страховой отрасли провело агентство по работе с репутацией «Сидорин Лаб».

Эксперты проанализировали каждую страховую компанию по шести показателям, в том числе, по уровню работы бренда в социальных медиа. Также методология включает оценку индекса лояльности аудитории в СМИ и рейтингов бренда на

общетематических и профильных рекомендательных ресурсах.

«Репутация – это фундамент для бизнеса. Поэтому последовательное выстраивание репутации Страхового Дома — это часть единой маркетинговой стратегии компании. Мы знаем наших клиентов, общаемся в удобных клиентам коммуникационных каналах и, конечно, реагируем, меняемся. Такой подход, основанный на открытом и честном диалоге, позволяет формировать самую лояльную аудиторию», — отметил Александр Охрименко, руководитель Центра маркетинговых коммуникаций и PR Страхового Дома ВСК.

Википедия страхования