



20 марта в рамках встреч «Школы эффективного коммуникатора» Светлана Бери, руководитель дирекции маркетинга страховой компании «Согласие», провела мастер-класс «Эксперименты в digital-коммуникациях страховой компании».

Прежде чем раскрывать секреты цифровых коммуникаций, она продемонстрировала фильм о том, как рождались и реализовывались идеи по продвижению одного из успешных проектов страховой компании «Согласие». Светлана рассказала, с помощью каких нестандартных инструментов и коммуникационных технологий был достигнут высокий интерес к продвигаемому продукту и, как следствие, успешные результаты продаж, превышающие плановые показатели. Кроме этого, фокус был сделан на том, как с помощью простых решений можно понятно представить сложную информацию о страховом продукте разным сегментам потребителей.

Особое внимание в мастер-классе было уделено одной из ключевых тем, о которых профи стараются умалчивать, – ошибках, с которыми столкнулись маркетологи «Согласия», найденных решениях и извлеченных уроках. Именно эта часть кейса вызвала оживленное обсуждение.

Резюмируя свое выступление, Светлана Бери заметила, что для продвижения любых услуг универсальной формулы нет, каждый проект уникален. Однако, реализуя его, можно натолкнуться на подводные камни, которые подчиняются тем, кто креативен, любит свое дело, не боится своих идей, а методом проб и ошибок идет к намеченной цели.

Источник: [Википедия страхования](#) , 22.03.13