

ВСК открыла новый канал коммуникации с аудиторией. На издательской платформе «Яндекс.Дзен» запущен информационный канал «Случай Media» (<https://zen.yandex.ru/id/5cf7af7d34ace300afb30b97>

), где эксперты Страхового Дома делятся профессиональным мнением и помогают советами.

Основной темой канала стала безопасность. В удобной нативной форме авторы разбирают жизненные ситуации и подсказывают верный путь выхода из них.

«Каждый материал это отдельная история, жизненная ситуация, которая может случиться с каждым из нас, — рассказал директор по развитию медипроект Александр Охрименко. – Наша задача – рассказать, как правильно действовать в данной ситуации, чтобы сохранить свое время, здоровье и имущество. Для этого, мы делаем ставку на небольшие авторские статьи и наглядные нарративы, наполненные полезной информацией».

Темы для материалов подсказывают сами клиенты ВСК. Для составления тематического плана анализируются запросы граждан, поступающие на горячую линию ВСК и через сообщения в официальных аккаунтов Страхового Дома в социальных сетях, а также через форму обратной связи на сайте.

«Яндекс.Дзен» открывает для ВСК новые возможности общения с аудиторией, — считает руководитель Департамента маркетинговых коммуникаций и PR ВСК Элеонора Марталлер. – Мы уверены, что выбранный формат взаимодействия позволит привлечь внимание молодежи, прогрессивного поколения, а нативный формат и выраженная польза привлечет к бренду ВСК дополнительное внимание».

Яндекс.Дзен это персональная лента публикаций и платформа для авторов. Публикации в ленте подбираются по интересам пользователей при помощи технологий искусственного интеллекта. Ежемесячная активная аудитория платформы в мае составила более 44 млн человек. Ежедневная активная аудитория – более 10 млн человек.

Источник: Википедия страхования, 24.06.2019