

ИНГОССТРАХ

Тендерное задание SUPPORT AGENCY ↗

Варианты презентации:



Итоговая презентация:



Цели, задачи, боли

Коммуникационные цели

- Донести аудитории позиционирование бренда на территории уверенности.
- Донести ключевые сообщения и УТП бренда.

Задачи в рамках работы в социальных сетях

- Сформировать узнаваемый TOV, интересный выбранной целевой аудитории
- Увеличить количество точек касания для существующих и потенциальных клиентов, завлекать контентом, коллаборациями и интеграциями.

Что нужно бренд-команде по итогам дебрифа:

- Целевая интересная концепция, привлекающая людей
- Быстрая реакция на ситуативные инфоповоды и повестку
- Постоянная работа над расширением аудитории: коллаборации, посевы, кросс-постинг, работа с KOL
- Генерация видеоконтента

Маркетинговые цели

- ✦ Увеличить вовлеченность;
- ✦ Увеличить долю молодой аудитории (25-44 до 70%), сохранить лояльность возрастной аудитории;
- ✦ Увеличить интерес к страхованию у аудитории социальных сетей;
- ✦ Увеличить интерес к бренду у аудитории социальных сетей;

Сформировать ассоциации с атрибутами «Современная и инновационная компания», «В этой компании можно быстро оформить страховку», «Компания, с которой легко и удобно взаимодействовать», «Компания, которая даёт мне уверенность».

- ✦ По перечисленным атрибутам входить в ТОП-3 по страховому рынку на уровне с АльфаСтрахование;
- ✦ Быть ТОП-3 по SOV и знанию бренда на страховом рынке среди широкой аудитории 25-65;
- ✦ Увеличить знание Экосистемы Ингосстраха и программы кэшбека Ингосстрах Бонус.

Какие точки роста мы видим при первичном анализе

01

Создание уникального tone of voice, формирование образа, которому пользователь сможет довериться

02

Формирование удобной навигационной системы в группах с ответами на все вопросы потенциальных клиентов и массовой аудитории

03

Наращивание видеоактивностей и коллаборационных активностей с блогерами, медийными личностями, брендами

04

Снижение брендового контента в пользу полезного, развлекательного для повышения осознанности и лояльности

05

Создание собственных спецпроектов в сети с посевами

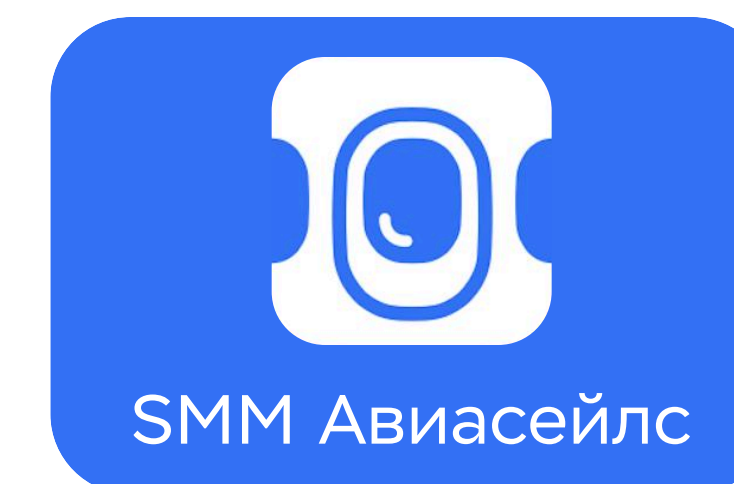
06

Активная комментарийная работа

07

Работа с UGC, историями клиентов

*Примеры доверительных образов



Что нужно аудитории?



Поддержка бренда, сопровождение в сложных и простых вопросах страхования, полное информирование



Поддержка эмоциональная и практическая



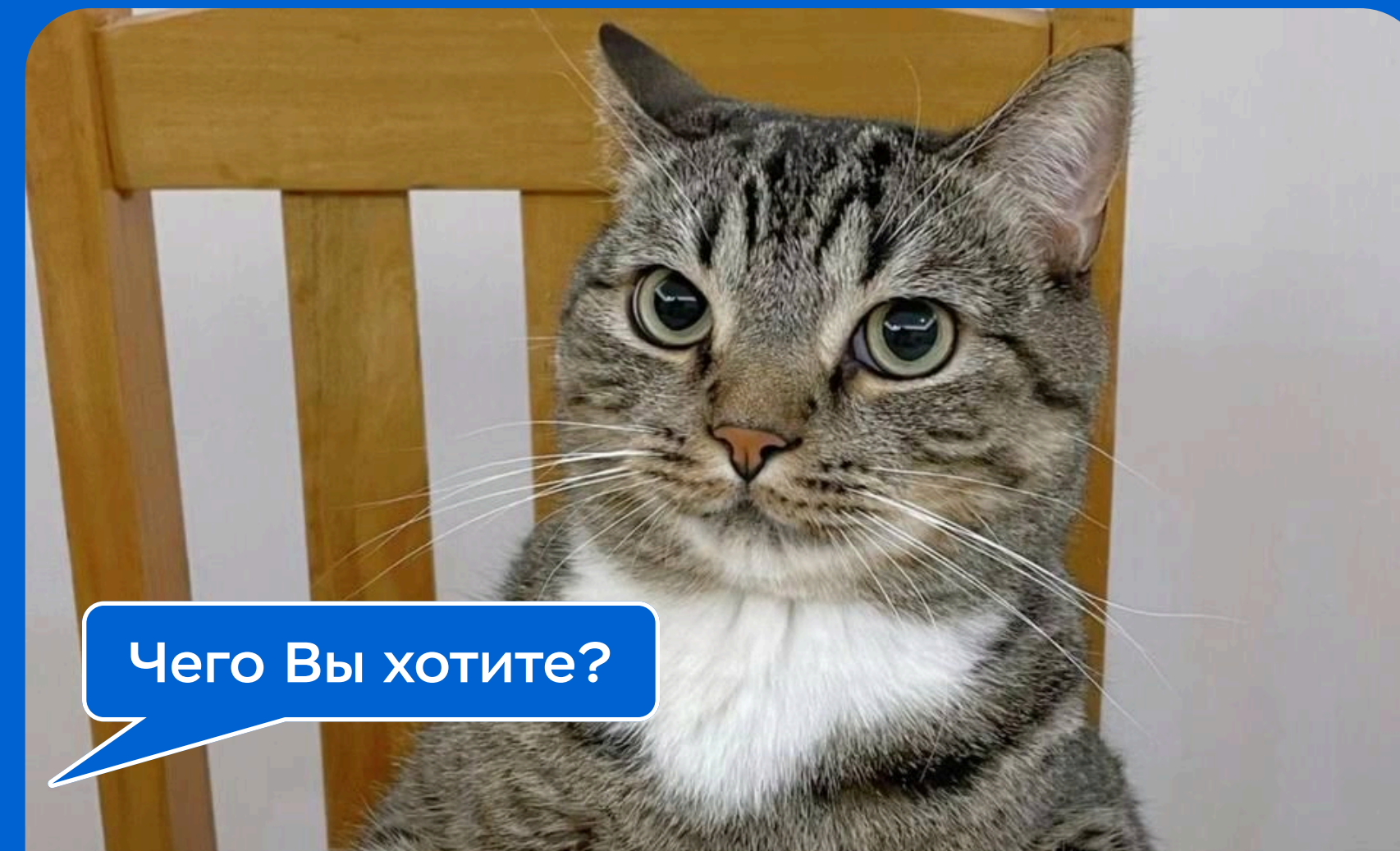
Объяснение на опыте других людей



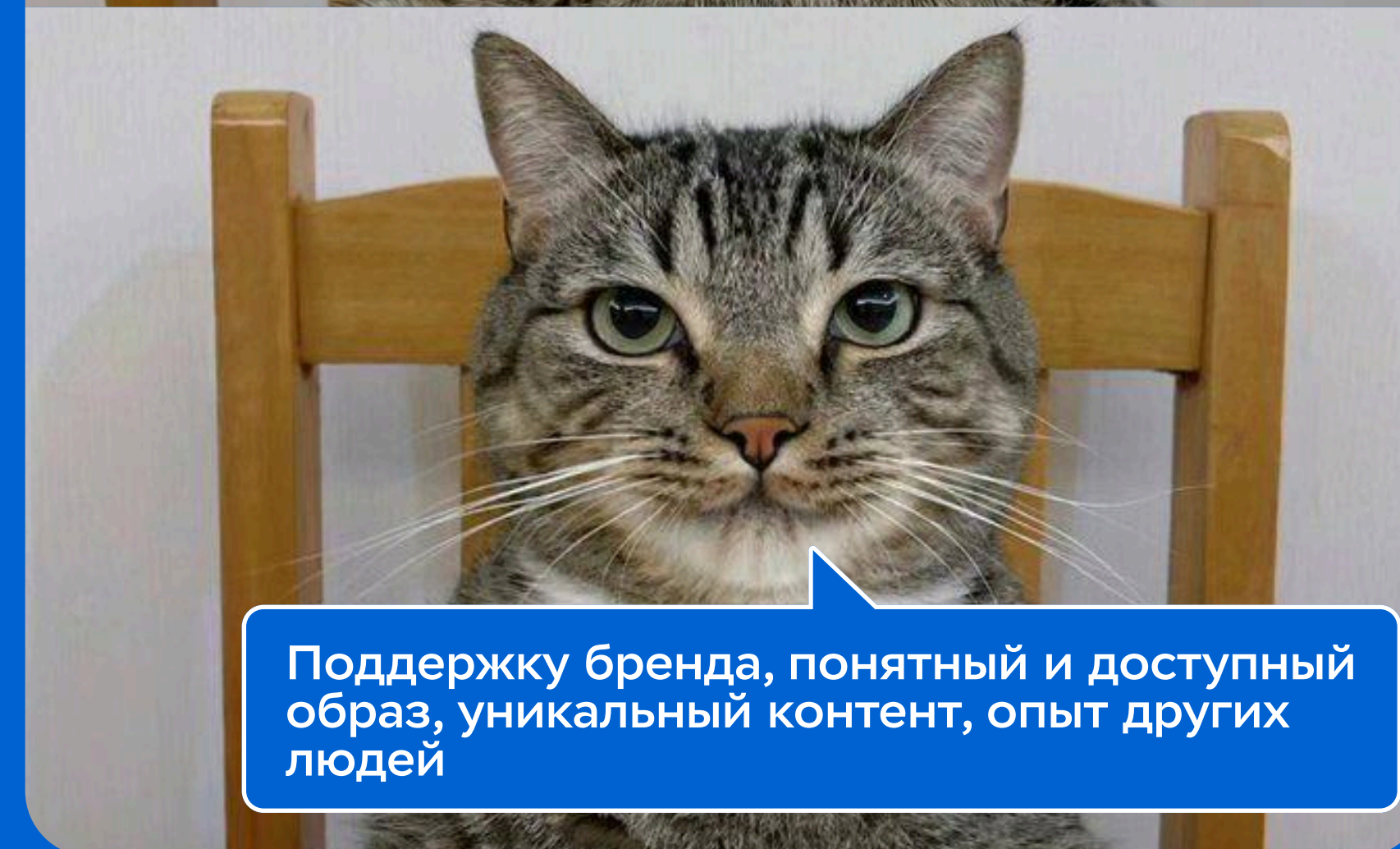
Понятный и доступный образ бренда: визуальный, эмоциональный, текстовый, вызывающий доверие



Интересный уникальный контент: информационный, развлекательный – которым можно делиться с семьей и друзьями



Чего Вы хотите?



Поддержку бренда, понятный и доступный образ, уникальный контент, опыт других людей

Работа с KPI

Выставленные KPI предполагают использование значимых объемов бюджета: и для Вконтакте, и для Телеграм.

Для реализации поставленных числовых целей мы предлагаем использование комплекса инструментов, включающих не только таргет, посеы, интеграции и коллаборации.

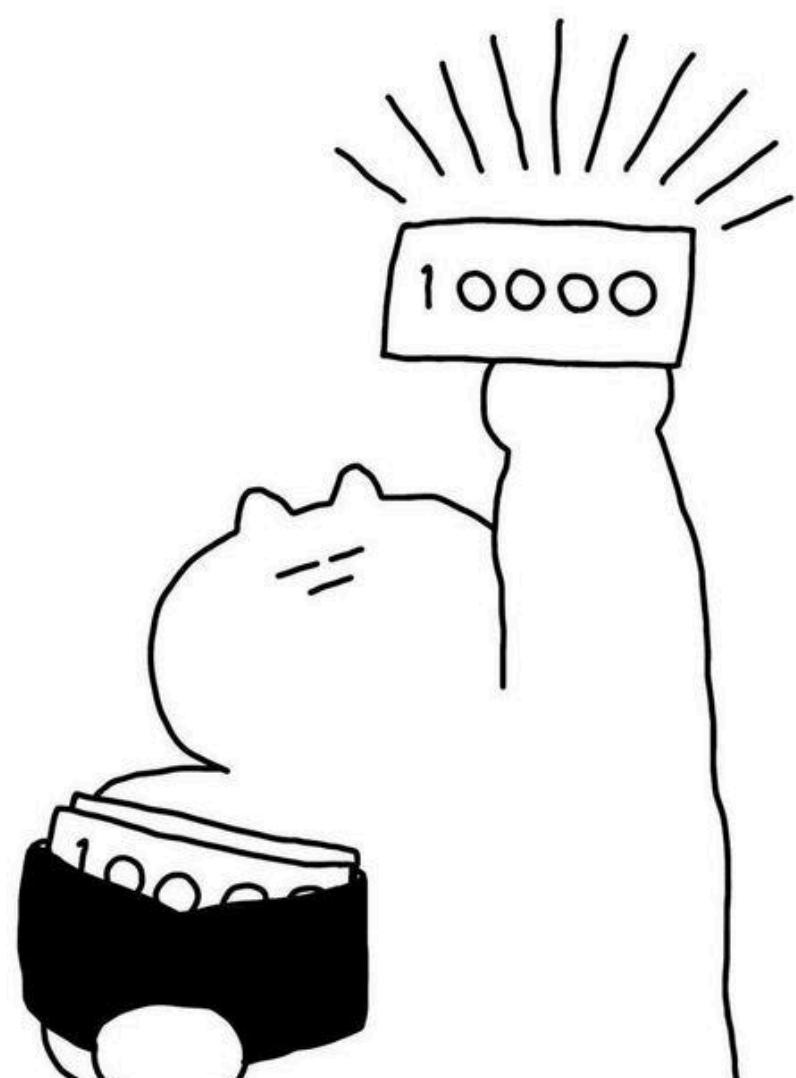
Креативные спецпроекты в онлайн-пространстве

Таргетированная реклама и посеы

Коллаборации с блогерами, артистами, медийными личностями

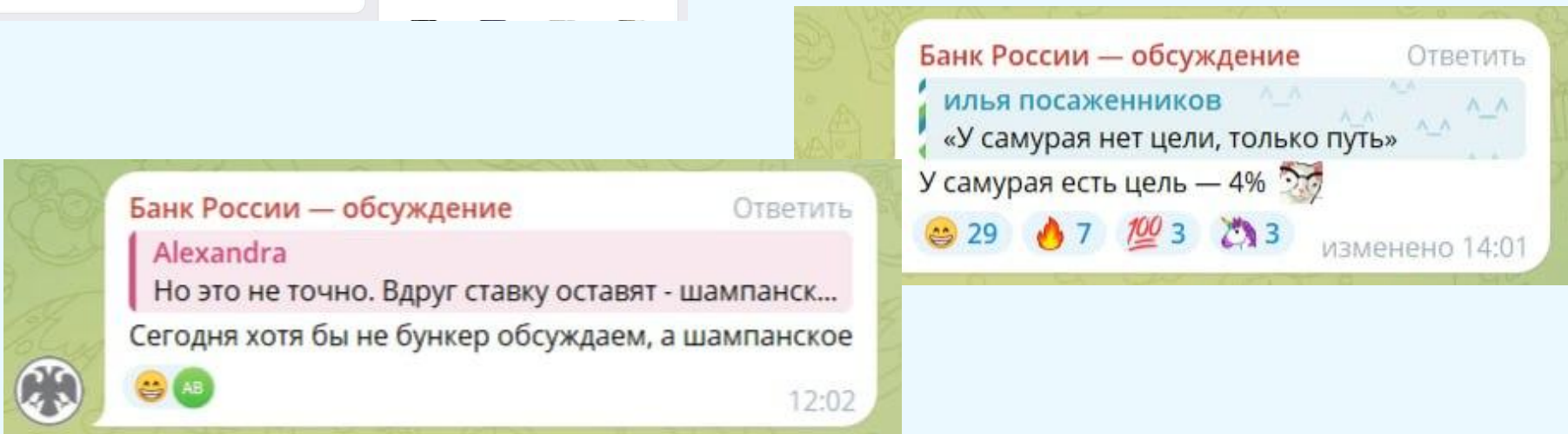
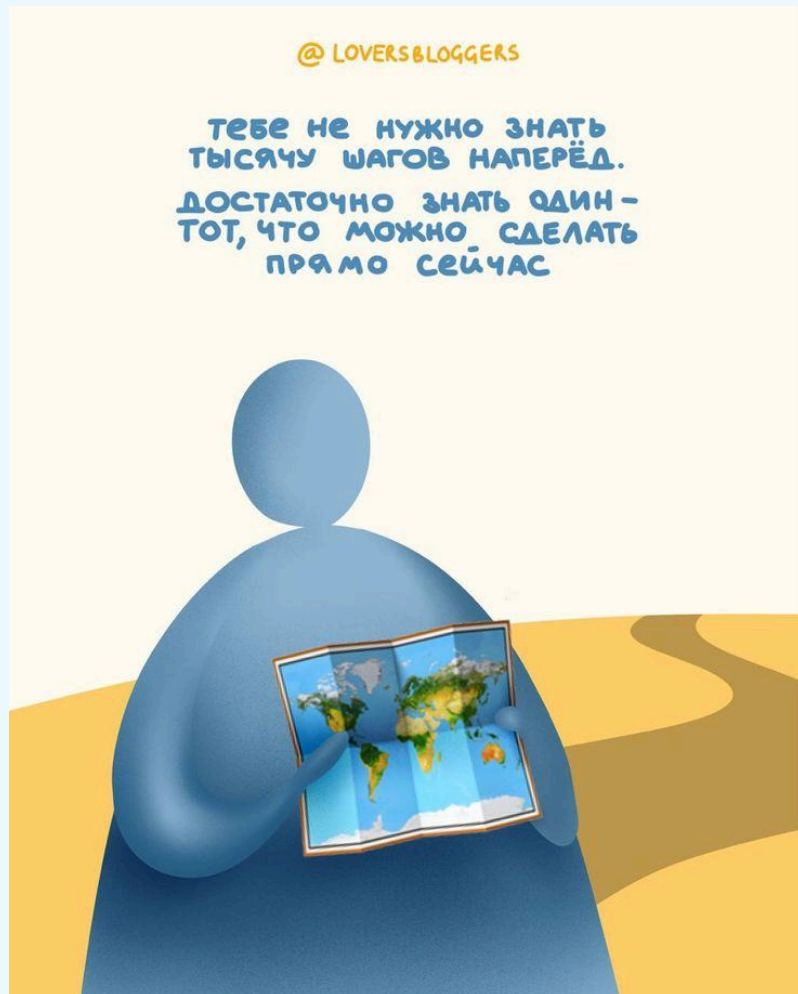
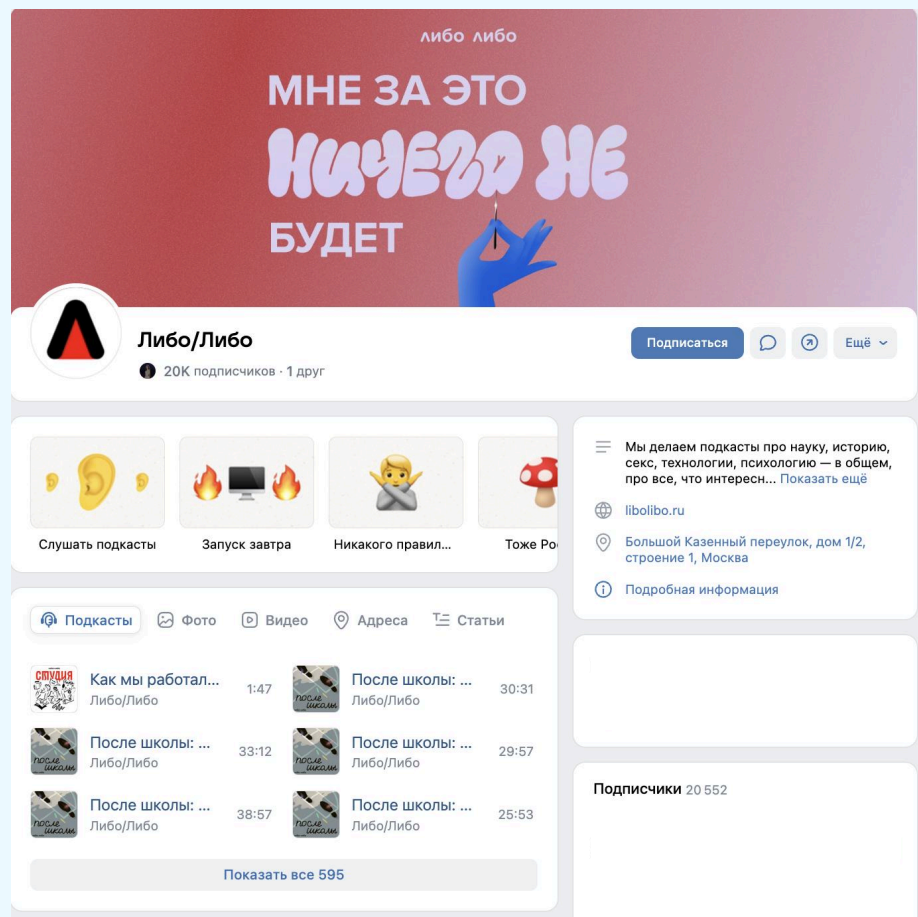
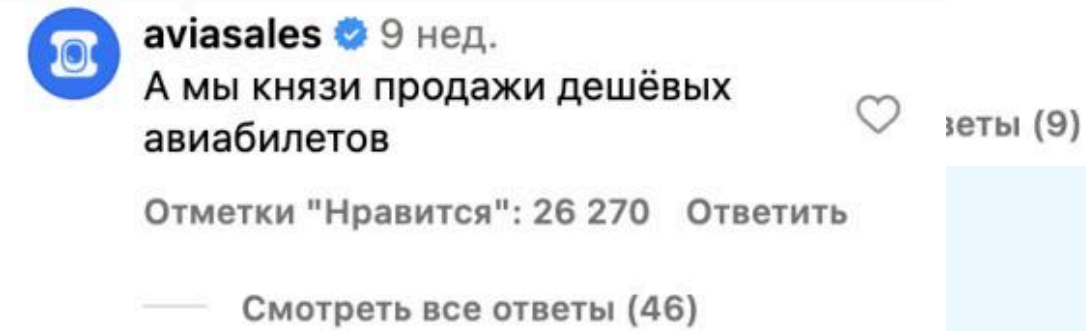
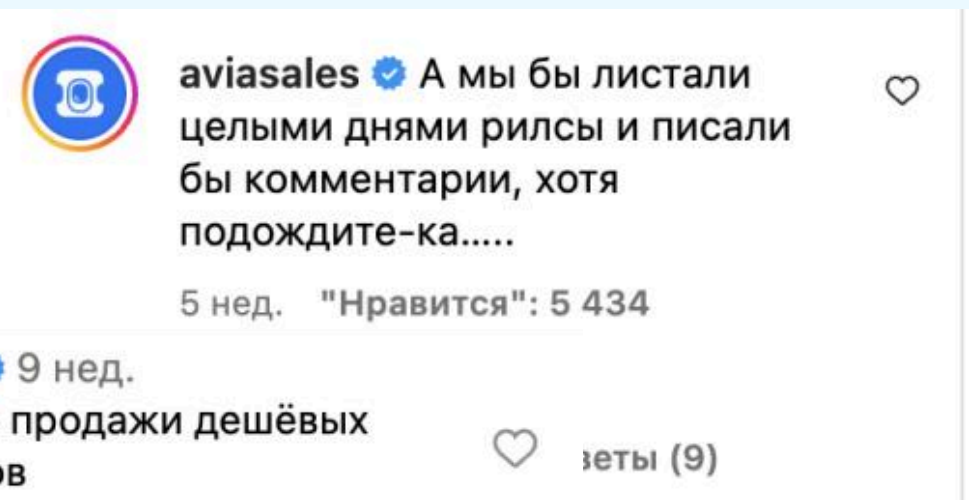
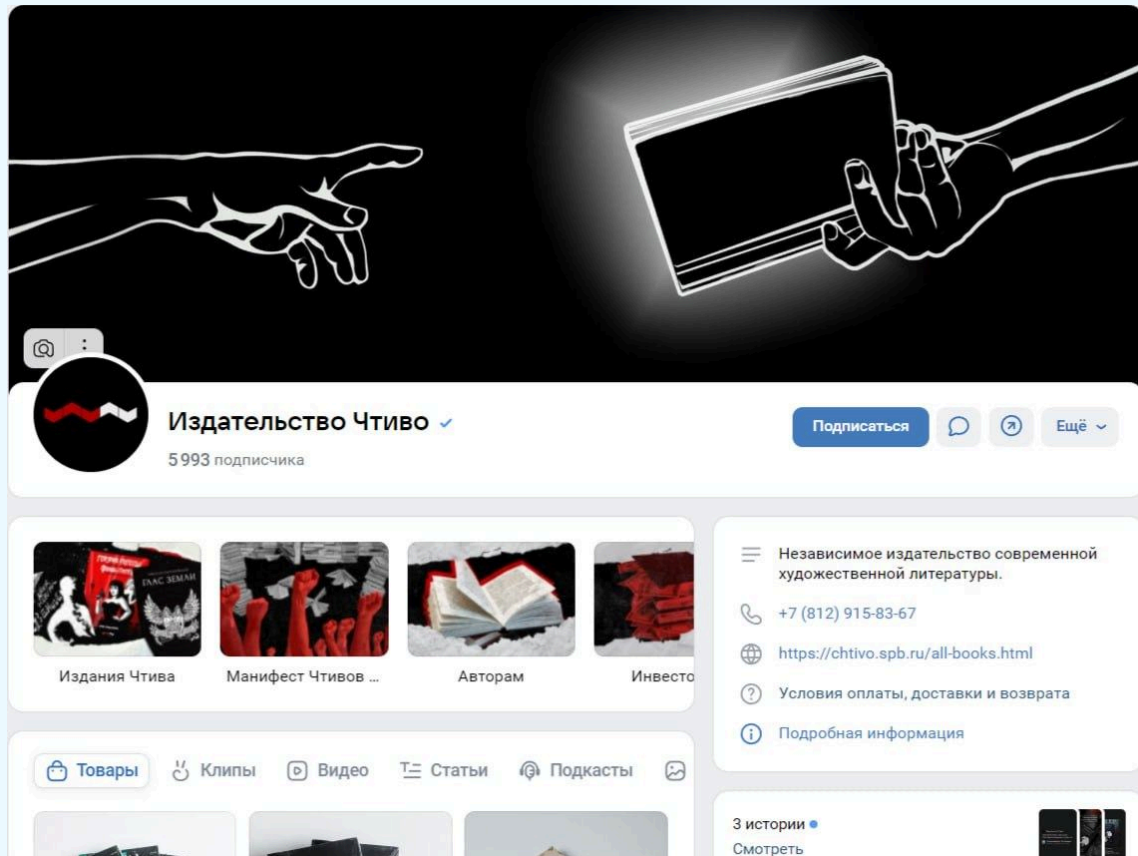
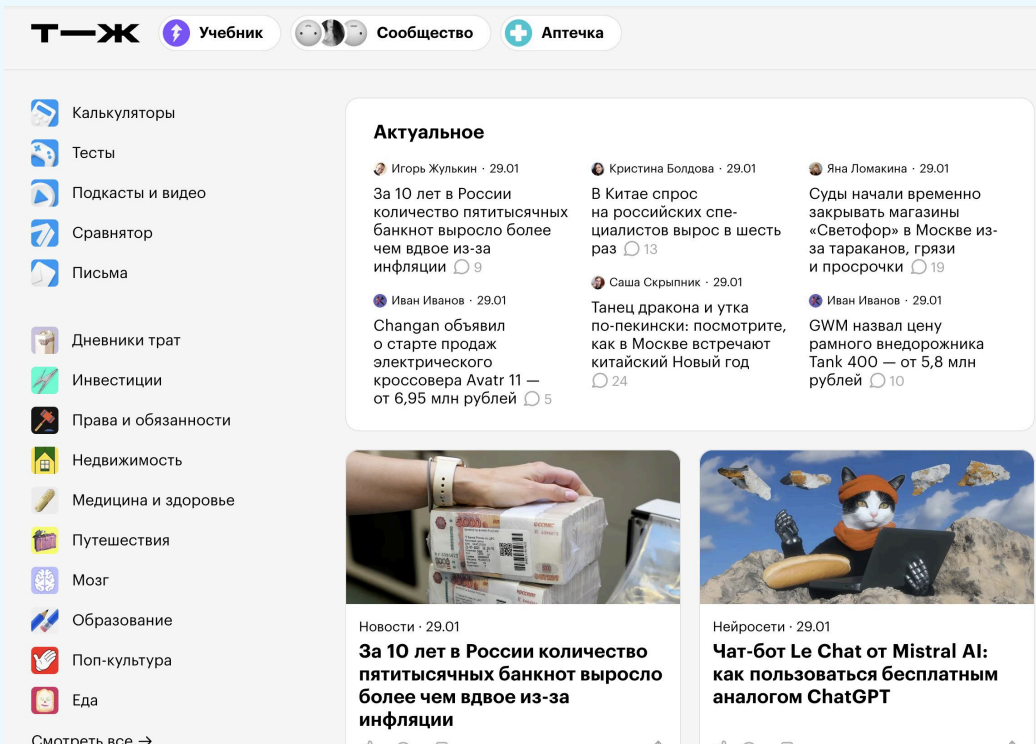
Комментинг и работа с ситуативным контентом

Работа в связке с PR и маркетинговым департаментами компании для усиления инфоповодов и коллабораций



Ядро идей

Чем мы вдохновлялись



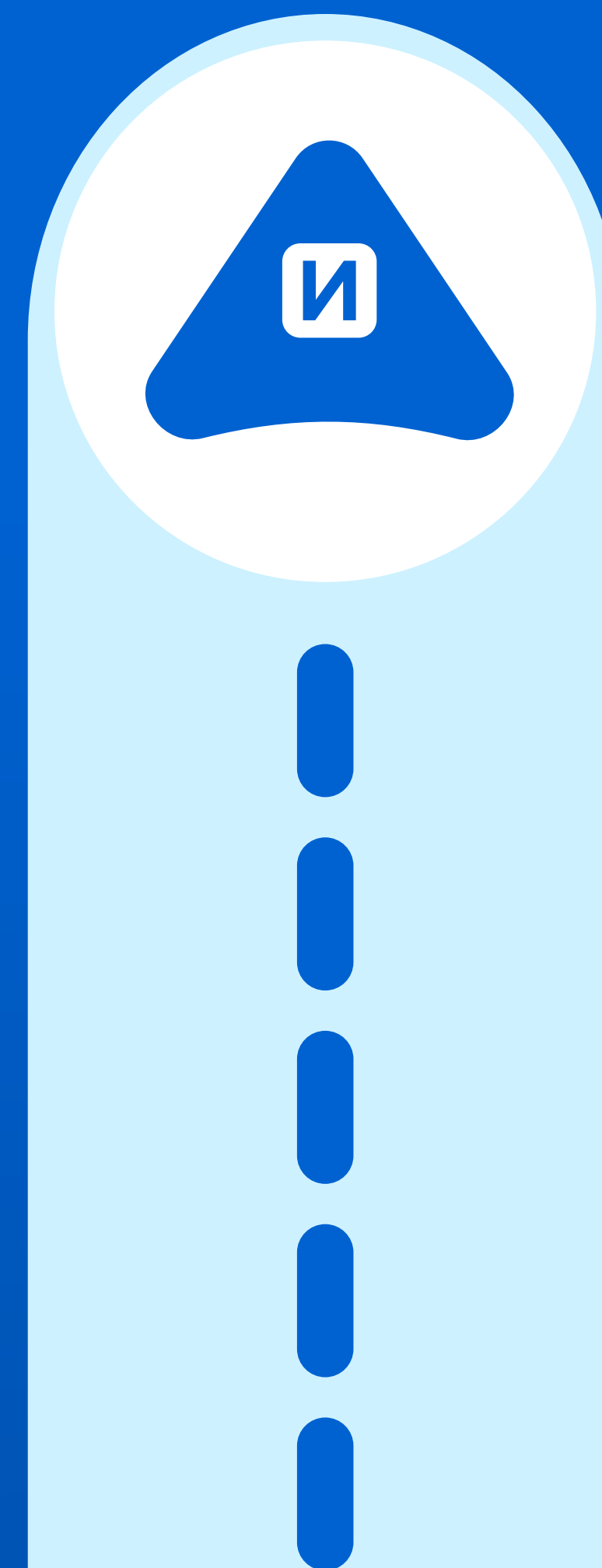
Легенда и биг идея проекта

Аудитория 25-44, которую мы хотим привлечь – это миллениалы и ранние зумеры, проблемы которых зачастую:

- инфантилизм, несамостоятельность в сложных вопросах, касающихся здоровья, юридических тем, страхования и т.д.;
- тревожность, чувство упущенной возможности;
- жизнь одним днем, отсутствие финансовой грамотности.

При этом это поколение очень осознанное, тянется к новым знаниям и легко обучается. Молодым людям свойственно вступление в комьюнити, они будут верны выбранному сервису или продукту при ощущении эмпатии и высоком уровне доверия.

Ингосстрах хочет играть на территории уверенности, быть гидом, проводником, ментором, наставником



Легенда и биг идея проекта



Ингосстрах – про уверенность: в себе, в мире, в завтрашнем дне, в выбранной дороге, в выбранном пути. И мы поможем обрести уверенность во всех вопросах нашим целевым аудиториям.

Мы предлагаем стать навигатором для молодого поколения в вопросах 10 сфер благополучия человека: еда, имущество, авто, здоровье, семья, финансы, мобильность, досуг и развлечения, карьера, путешествия.

Навигатор – устройство, которое помогает построить верный маршрут для достижения нашей цели, какой бы далекой или сложной, многосоставной она ни была. Быть уверенным, что не сойдешь с пути, быть уверенным в действиях. Этот образ поможет нам лучше доносить УТП и рассказывать о продуктах нативно.

Интерпретация концепции

Мы предлагаем отойти от типичного продуктового контента. Уйти от открытых продаж в социальных сетях даже через призму пользы.

Мы предлагаем говорить прямо и четко:

Мы рядом

Мы поможем

Вы справитесь вместе С НАМИ

Вы станете уверенными

Делиться полезным экспертным контентом по темам сфер благополучия, давать информацию, интересную всем аудиториям, информацию, которой можно и нужно делиться с близкими и друзьями, участвовать в жизнях подписчиков советами и подсказками. Давать “чит-коды” для жизни.

Мы – эксперты: информационные посты по темам сфер благополучия, интервью с экспертами, видеоподкасты, подкасты

Нам можно доверять: удобная навигация, эмпатичная служба поддержки, UGC-контент, стена жалоб и предложений, работа с кризисными ситуациями

У нас есть продукты для каждого: инструкции по использованию страховых услуг, объяснение, удобная навигация









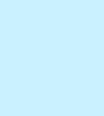
Мы в теме последних трендов: ситуативный контент, мемы, тренды

Мы открыты к новому: коллаборации с другими брендами

Нас выбирают: коллаборации с блогерами, UGC-контент

ИНГОПОЛИС



-  Финансы
-  Досуг
-  Имущество
-  Здоровье
-  Карьера
-  Мобильность
-  Еда
-  Авто
-  Путешествия
-  Семья

Общий рубрикатор

Сферы благополучия

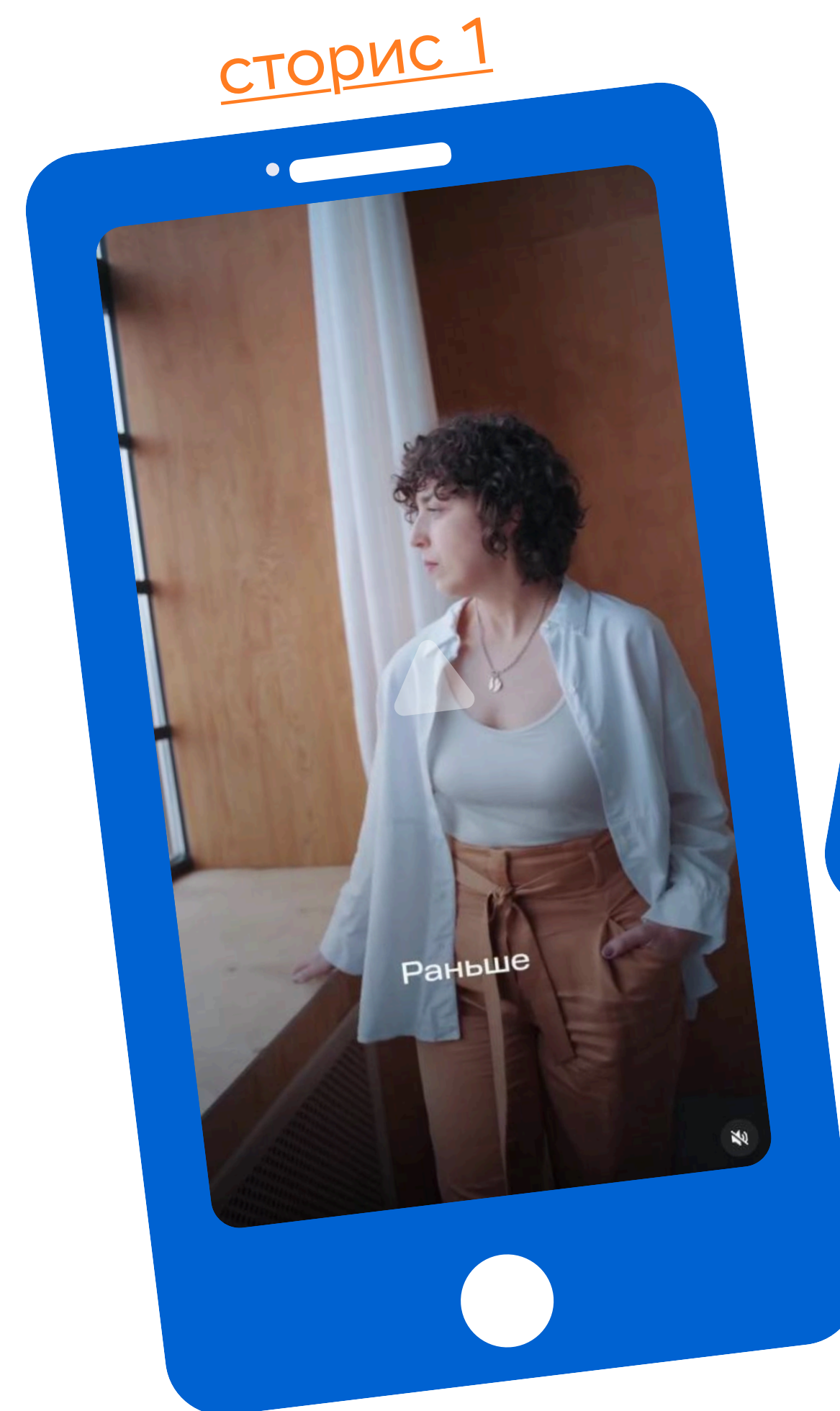
- Еда
- Имущество
- Авто
- Здоровье
- Семья
- Финансы
- Досуг
- Карьера
- Путешествия
- Мобильность

Рубрики	Темы
Экспертное мнение (подкасты и посты с экспертами в сферах благополучия)	<ul style="list-style-type: none">• Пузырь новостроек: что это, правда ли• Риски здоровья для разных возрастов: на что обращать внимание, что лечить в первую очередь• Инвестиции: как определиться с пакетом
Ингогид (гайды, инструкции, лайфхаки)	<ul style="list-style-type: none">• Как противостоять мошеннику• Как накопить на квартиру
Просто о страховании	<ul style="list-style-type: none">• Страхование здоровья: как выбрать подходящее, что включить, кому нужно• Комикс с героем, который живёт свою насыщенную жизнь, путешествует, покупает машину, лечит зубы и сталкивается с событиями, в которых ему помогает страховка• Страхование в кино и книгах
Антитревожность (советы и решения о том, как минимизировать риски в обычной жизни самостоятельно, работа с бытовыми страхами)	<ul style="list-style-type: none">• Как подготовить дом/квартиру к долгому отъезду• Надежная водопроводная система: как проверить работу сантехника• Проверка квартиры после покупки
UGC (интервью с клиентами с интересными историями)	<ul style="list-style-type: none">• Кейс-стори о правильной страховке: интересные истории о том, как клиент застраховал что-то и это ему помогло
Ситуативные посты (связка инфоповод-страхование-совет)	

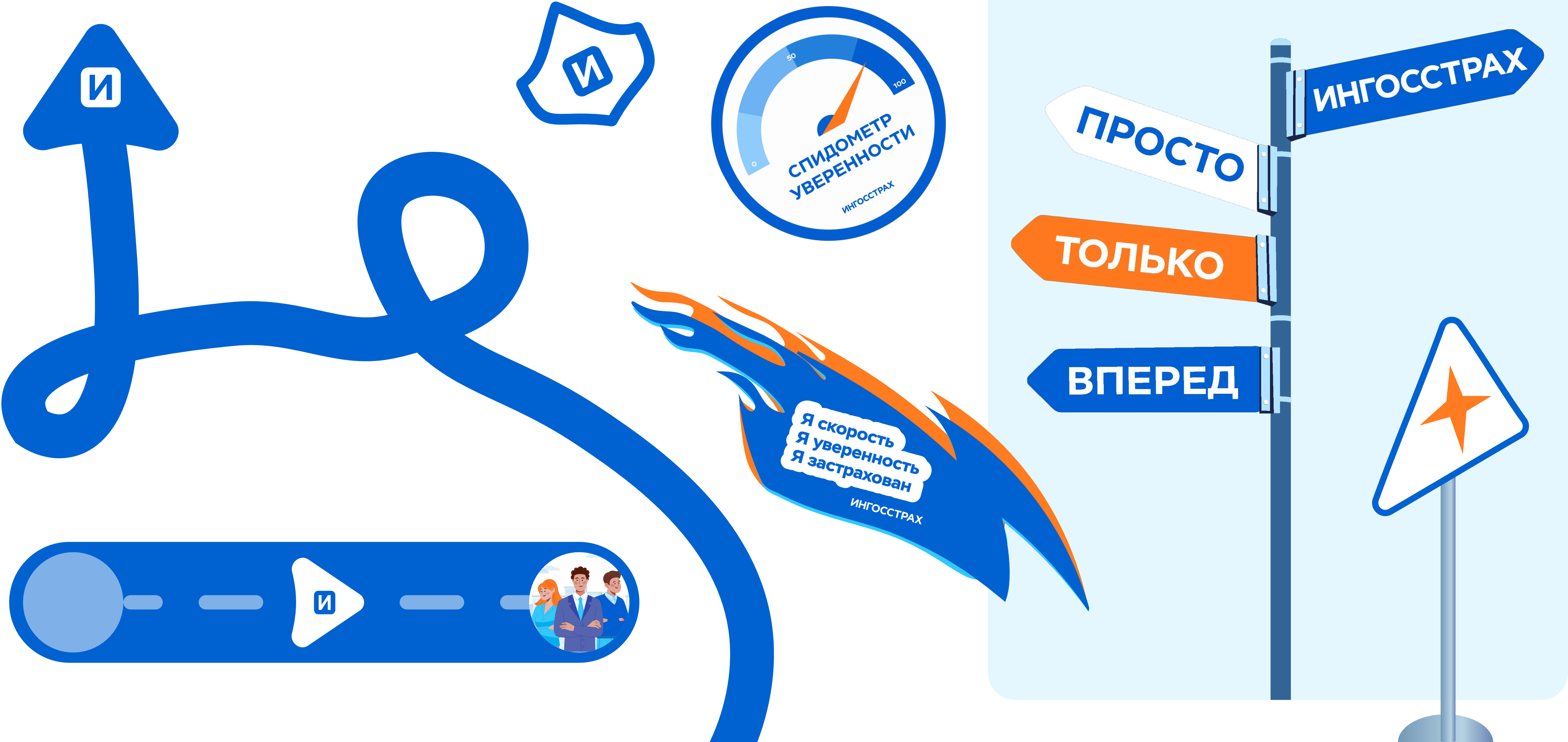
UGC-контент

Мы видим решение задачи по генерации UGC в глубоких интервьюированиях и custdev существующих клиентов для определения интересных историй, которыми можно делиться на страницах компании •

Формат кейс-стори в видео мы реализовывали в рамках поддержки Фонда «Онкологика»



Набор символов и дополнение визуальной концепции



**Ведение и продвижение
официального аккаунта
компании во «ВКонтакте»**

Анализ ВК Ингосстрах

Основные показатели

Подписчиков:

72K

ERViews:

0.253 %

Ср. комментариев на пост:

9

Регулярность постинга:

3-4 поста/нед

ER:

0.081 %

Ср. лайков на пост:

44

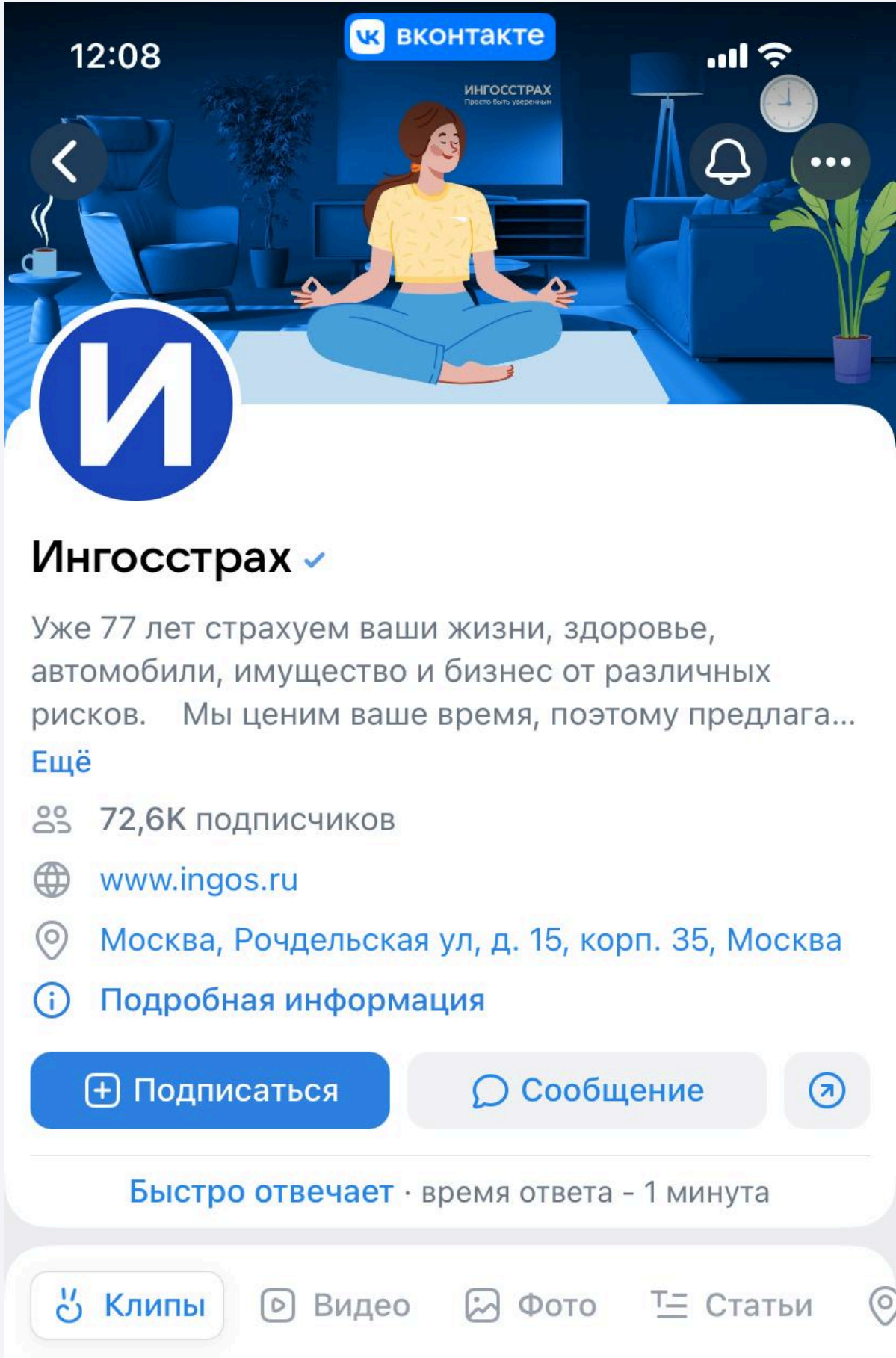
Ср. репостов на пост:

6

Навигация в группе:

отсутствует

Позиционирование: группа, в которой можно найти советы о страховании и решения для безопасной жизни, изучить азы финансовой грамотности и познакомиться с продуктами компании










*Средние показатели за 2024 год

Анализ ВК Ингосстрах | Контент и модерация

Контент		Модерация	
Что хорошо	<ul style="list-style-type: none">Наличие видеоконтента: формат способствует продвижению страницы внутри площадкиКачество контента и наличие фирменного стиля формирует положительное впечатление о брендеШирокий круг тем: страница освещает все сферы, на которых специализируется компания, что помогает передать специфику ее деятельности через соцсетиНаличие развлекательного контента способствует привлечению молодой аудитории		<ul style="list-style-type: none">Обрабатываются все обращения пользователейПри ответе компания придерживается выбранного TOV и предлагает клиентам инструкцию с дальнейшим планом действий: куда обратиться и кто поможет решить проблему
	<ul style="list-style-type: none">Каждая единица контента посвящена продукту компании, из-за чего интерес пользователей к странице может снижаться, а отписки - расти. Можно сделать упор на потребности пользователя в информации и развлечении и публиковать продуктовый пост раз в 3-4 постаРазграничить тематику контента, публиковать разные форматы и темы для разных возрастных аудиторий: чем уже тема отдельной единицы, тем больше целевых подписчиков она сможет привлечь		<ul style="list-style-type: none">Внедрить персонализированный подход при работе с обращениями, поскольку скрипты вызывают больше негатива у пользователейОпубликовать FAQ для создания положительного опыта взаимодействия пользователей с компанией (пример вопроса: Как вызвать оператора вместо бота?)

Анализ ВК Ингосстрах

*лучшие посты

Превью	Текст	Тип	Лайков	Коммент.	Репостов	Голосов	VR	Просмотр.	ER
	Мы всегда рядом. Это не просто слова, а философия Ингосстраха. Стараемся проявлять заботу в...	▶	105	31	21	0	40.88%	29,591	0.22%
	Станьте страховым агентом Ингосстраха ❤️ Оформите заявку на сайте:...	▶	60	25	6	0	8.17%	5,917	0.13%
	Вновь в числе лучших: Ингосстрах вошёл в топ ESG-рейтинга. Мы получили высокие баллы от...	🖼️	65	13	6	0	82.97%	60,057	0.12%
	Ну кто из нас не начинал новую жизнь с нового года? Признаёмся, у нас такой тоже было. И одним из...	▶	53	7	8	0	11.97%	8,663	0.09%
	Вот и подходит к концу 2024-й — это был яркий и богатый на события год. Мы стремились...	🖼️	46	10	9	0	6.84%	4,954	0.09%
	Работа в Ингосстрахе намного интереснее, чем многие думают 😊 Убедитесь в этом сами 📄 ...	▶	44	12	4	0	8.70%	6,297	0.08%
	Правильно! Их нет.	🖼️	41	12	5	0	186.33%	134,879	0.08%

Анализ конкурентов | Основные показатели

	Подписчиков	ER	ERViews	Ср. просмотров на пост	Ср. лайков на пост	Ср. коммент. на пост	Ср. репостов на пост	Регулярность постинга	Навигация в группе
АльфаСтрахование	76K	0.068 %	0.456 %	11K	22	8	2	2-3 поста/нед	По категориям услуг и разделам группы
Ренессанс страхование	7,4K	0.047 %	0.412 %	849	3	0	0	2-3 поста/нед	По категориям услуг
Страховая группа "СОГАЗ"	63K	0.077 %	0.106 %	46K	40	4	4	5-6 постов/нед	По категориям услуг
Страхование РЕСО-Гарантия	15K	0.391 %	2.589 %	2K	42	1	17	4-5 постов/нед	По категориям услуг (в посте) и разделам группы
ВСК Страховой дом	98K	0.405 %	1.188 %	33K	317	63	10	Ежедневно	По категориям услуг и разделам группы
Страховая Группа Совкомбанка	39K	0.022 %	1.364 %	623	7	1	1	2-3 поста/нед	Отсутствует

Анализ конкурентов | Позиционирование и Коммуникация

	Позиционирование	Модерация
<u>АльфаСтрахование</u>	Группа, содержащая полезную информацию о страховании и финансовой грамотности. Помогают клиентам сделать свою жизнь проще, удобнее, безопаснее и спокойнее.	Обрабатываются все клиентские запросы, в том числе негативные обращения. TOV нейтральный, официальный.
<u>Ренессанс страхование</u>	Не просто устраняют последствия неприятностей, а предотвращают их. Первыми на рынке страхования придумали использовать превентивный подход к неприятностям. Стремятся делать мир безопасным местом.	Обрабатываются не все обращения, некоторые комментарии остаются без ответа. TOV компании создает напряженную и недружелюбную атмосферу.
<u>Страховая группа "СОГАЗ"</u>	Группа с полезными советами о защите себя и своих близких при возникновении страхового случая, актуальной информацией о страховых продуктах и сервисах, регулярными акциями и скидками для клиентов, информацией о цифровых сервисах компании.	Обрабатываются практически все комментарии, но некоторые остаются без ответа. TOV нейтральный, дружелюбный.
<u>Страхование РЕСО-Гарантия</u>	Один из крупнейших в стране универсальных страховщиков.	Комментарии практически не обрабатываются.
<u>ВСК Страховой домСтраховая</u>	Группа с лучшими страховыми решениями и жизненными мемами.	Обрабатывается большинство комментариев и обращений пользователей. TOV нейтральный, официальный. Присутствуют однотипные комментарии от ботов, что может снижать виральный охват.
<u>Группа Совкомбанка</u>	Помогают своим клиентам жить полной жизнью, предупреждая ненужные траты и опасности, рассказывая о том, что может быть полезно каждому клиенту, напоминают о важных лайфхаках и опциях, делятся продуктовыми новинками и достижениями. Открыты для общения с каждым и готовы помочь с оперативным решением проблем самого разного масштаба.	Обрабатывается большинство комментариев и обращений пользователей. TOV нейтральный, официальный.

Анализ конкурентов | Сильные и слабые стороны

Что хорошо

Что можно улучшить

АльфаСтрахование

- Разнообразие форматов контента
- Разнообразие тематик: развлекательные, продуктовые, интерактивные посты

- Регулярно публиковать видеоконтент для продвижения внутри площадки

Ренессанс страхование

- Активное использование аудио- и видеоформатов с целью продвижения и повышения охвата
- Коллаборации с инфлюенсерами и активное распространение инфоповода
- Разнообразие тематик: развлекательные, продуктовые, интерактивные посты

- Публиковать контент с одинаковой регулярностью: слишком большое количество постов за день или долгое их отсутствие может снижать интерес аудитории и охват

Страховая группа "СОГАЗ"

- Разнообразие тематик: развлекательные, информационные, продуктовые посты
- Контент повышает комментарийную активность пользователей

- Добавить видеоконтент для продвижения внутри площадки

Страхование РЕСО-Гарантия

- Глубина контента: наличие подробных объяснений, в каких случаях пользователю необходим продукт компании

- Разнообразить тематику и публикуемые форматы контента

ВСК | Страховой домСтраховая

- Разнообразие форматов
- Продуктовая информация интегрируется в посты на различные темы
- Контент повышает комментарийную активность пользователей и привлекает их к взаимодействию

- Регулярно публиковать видеоконтент для продвижения внутри площадки

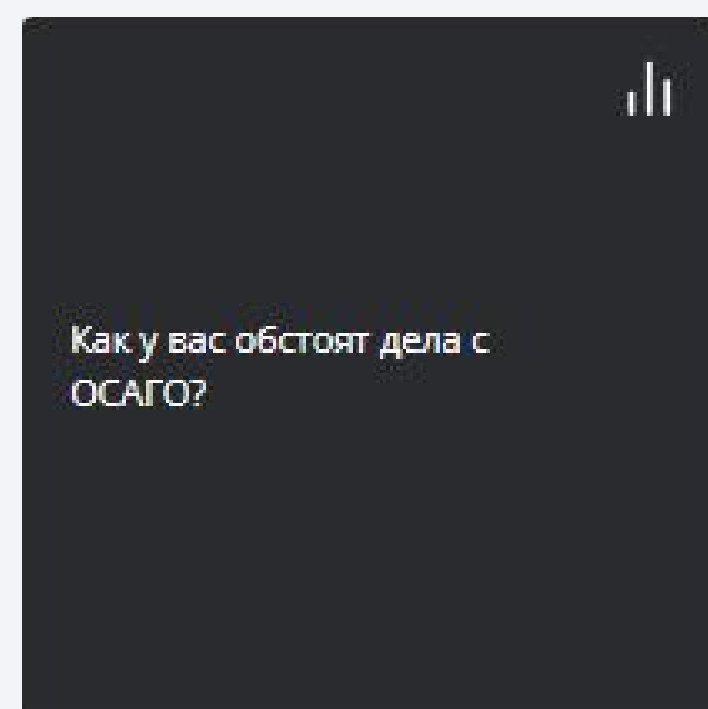
Группа Совкомбанка

- Наличие уникальной рубрики “Страховка от мамы”
- Разнообразие тематик: развлекательные, продуктовые, интерактивные посты

- Регулярно публиковать видеоконтент для продвижения внутри площадки
- Повышать комментарийную активность с помощью контента, публиковать интерактивные посты

Анализ конкурентов

*лучшие посты по вовлеченности



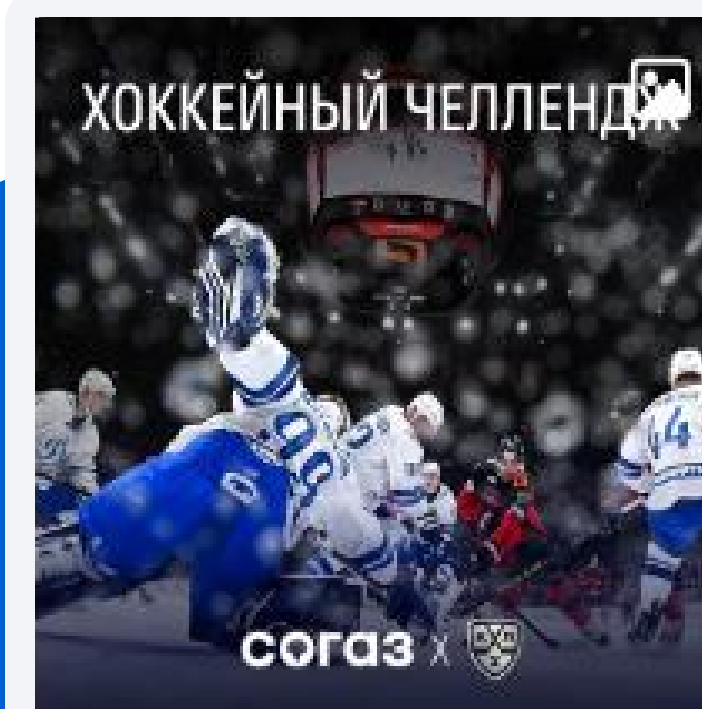
20 1 8 150 0.23%

АльфаСтрахование
(опрос)



6 0 1 0 0.09%

Ренессанс
Страхование



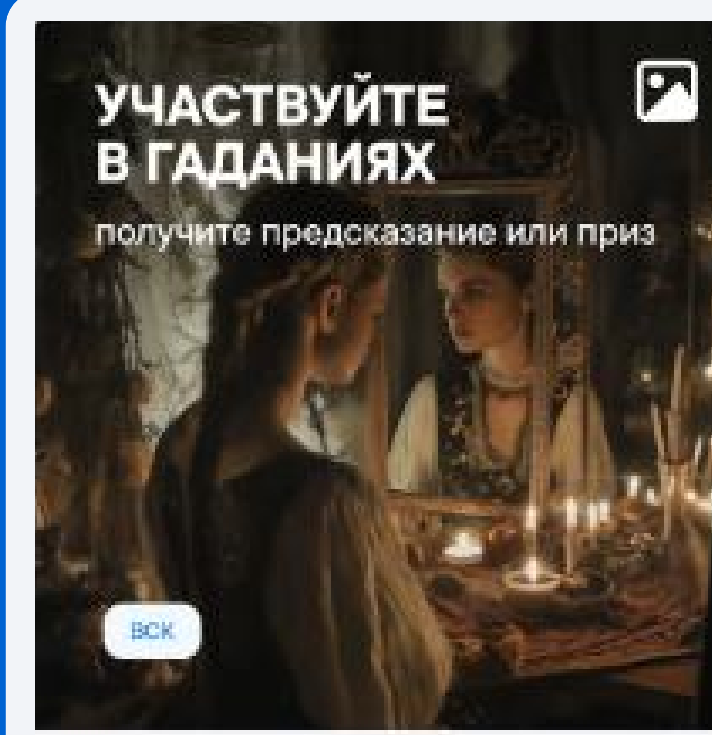
170 40 23 0 0.37%

Страховая группа
"СОГАЗ"



127 0 88 0 1.35%

Страхование
РЕСО-Гарантия



470 1.2K 25 0 1.72%

ВСК | Страховой Дом



20 0 2 0 0.06%

Страховая Группа
Совкомбанка

Аналитический блок | Выводы и рекомендации

Наибольшее вовлечение получает интерактивный или содержащий СТА контент: опросы, геймификация, предложение поделиться чем-то в комментариях (напр. опытом в конкретном вопросе или фото питомцев). Такой подход формирует положительный опыт взаимодействия пользователя с компанией

Видео контент на интересные аудитории темы повышает виральный охват и способствует продвижению внутри площадки

Для сохранения интереса пользователей необходимо использование различных форматов площадки и публикация постов на разные темы помимо продуктовых

Оформление навигации по группе позволяет аудитории легче ориентироваться на странице, что делает ее функциональным инструментом

Для повышения лояльности пользователей необходим персонализированный подход при работе с обращениями и создание FAQ для потенциальных и действующих клиентов

Для привлечения клиентов из разных поколений необходимо создавать контент для каждой из возрастных категорий отдельно



Пример поста

В2С Рубрика «Антитревожность»

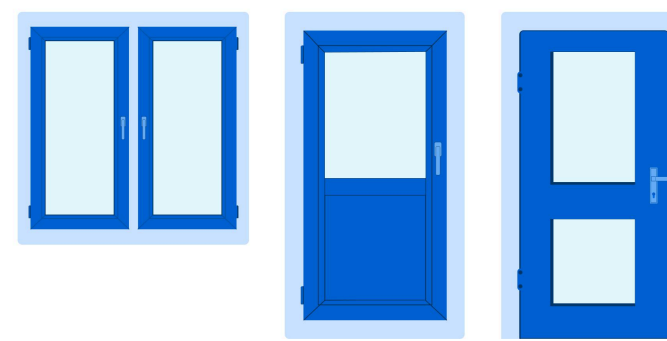
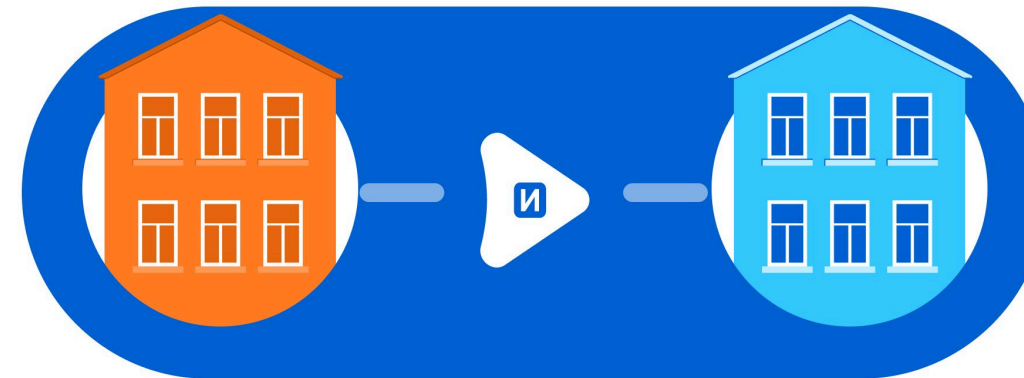
Собираетесь в путешествие?

Не забудьте подготовить любимый дом к вашему отсутствию: чтобы проживать яркие и приятные моменты без тревожных мыслей в голове.

Подготовили для вас чек-лист, с которым вы будете расслабляться на пляже или гулять по новому городу – и все. Без беспокойств о том, как там поживает ваша квартира 🧘

ИНГОССТРАХ

Как подготовить любимый дом к вашему отсутствию?

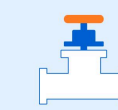


А еще – не забудьте закрыть перед отъездом все форточки, окна и балконные двери.

Для тех, кто не доверяет даже себе, хорошим вариантом может быть установка камеры слежения: устройства стоят недорого, и дают возможность следить за квартирой удаленно в любое время дня и ночи.

Профилактируйте коммунальные аварии и бытовые неприятности

Перекрываем все краны (вода, газ) и вынимаем из розеток всю технику, кроме холодильника.

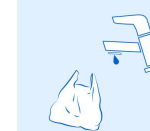


Убираем из холодильника все скоропортящиеся продукты, чтобы не пришлось отмывать технику от неприятных запахов по возвращении.

Если отпуск длительный, а холодильник требует регулярных разморозок – стоит сделать это и оставить дверцу приоткрытой.



Если есть время, перед отъездом можно провести влажную уборку и вынести весь мусор.



Не упоминайте о предстоящем путешествии в соцсетях



Социальные сети – находка для злоумышленников.

Если вы публикуете фото из аэропорта или отмечаете геолокацию, это сигнал: «Квартира пустует». Лучше делиться воспоминаниями, когда путешествие подошло к концу и вы уже дома.

Оформите страхование имущества



Заливы от соседей и пожары – это то, к чему невозможно подготовиться, как ни старайся. Но страховка поможет избежать всех финансовых потерь: если что-то случится, страховая компенсирует ущерб, и вам не придется заново вкладываться в ремонт и восстановление имущества.

Полный комплекс мер обеспечит вам спокойный отдых и уверенность, что по возвращении все будет так же хорошо, как и до отъезда.

Работа модератора

Как оптимизировать модерацию:

Синхронизировать и «оживить» ответы в комментариях, создать человеческие скрипты, которые помогут выиграть время — чтобы дать эффективные ответы на вопросы аудитории.

Через «живой» стиль общения показывать, что на стороне компании с аудиторией общается реальный человек, который построит самый быстрый маршрут к решению проблемы и ответит на волнующий вопрос. Интегрируем биг идею в язык коммуникации в комментариях: делаем ненавязчивые отсылки к навигатору, дороге, маршрутам, пробкам и картам.

Главный принцип: «Если у клиента проблема — ему помогает реальный человек из компании».

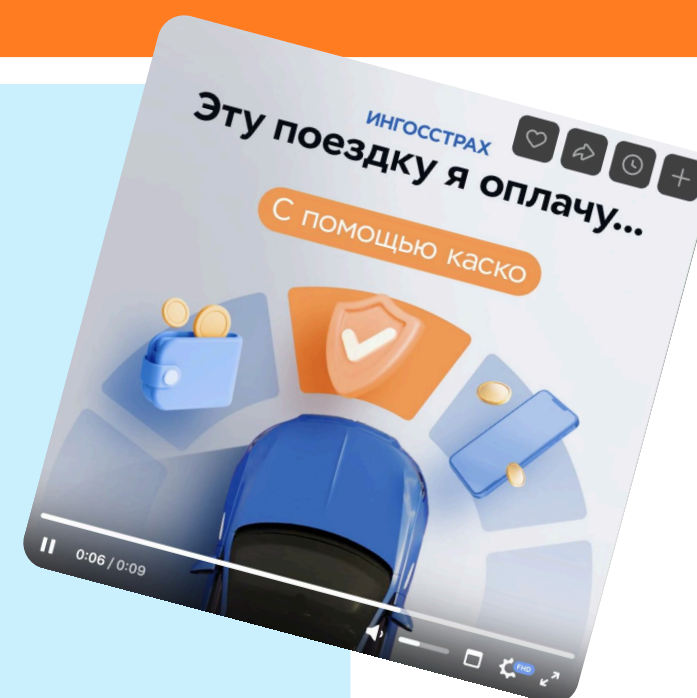
Комментарий 1

«Ужас, я ваш клиент и имею полис, а чтобы дозвониться до вашего офиса в спб по страховому случаю я два часа вешу на телефоне»

Отработка

Возможно, на линии оператора образовалась пробка – но мы скоро ее устраним. Предлагаем перестроить маршрут, чтобы решить проблему быстрее: напишите, пожалуйста, в личные сообщения сообщества или заполните форму обратной связи.

Специалисты уже спешат к вам, чтобы разобраться в ситуации.



Комментарий 1

Почему до вас невозможно достучаться? Ни в чате, ни по телефону не отвечаете. Кругом тупые боты!

Отработка

Кажется, на линии возник затор из-за большого количества обращений. Боты помогают его устранить – если вы получили сообщение от нашего киберпомощника, значит, наши сотрудники уже обрабатывают ваш запрос.

Если ответ не придет в течение часа, пожалуйста, напишите нам еще раз. Просим прощения за замедление движения.



Telegram

Анализ ТГ Ингосстрах

Основные показатели

Подписчиков:

23,3K

ERViews:

1.73 %

Ср. комментариев на пост:

–

Регулярность постинга:

ежедневно

ER:

0.57 %

Ср. лайков на пост:

90

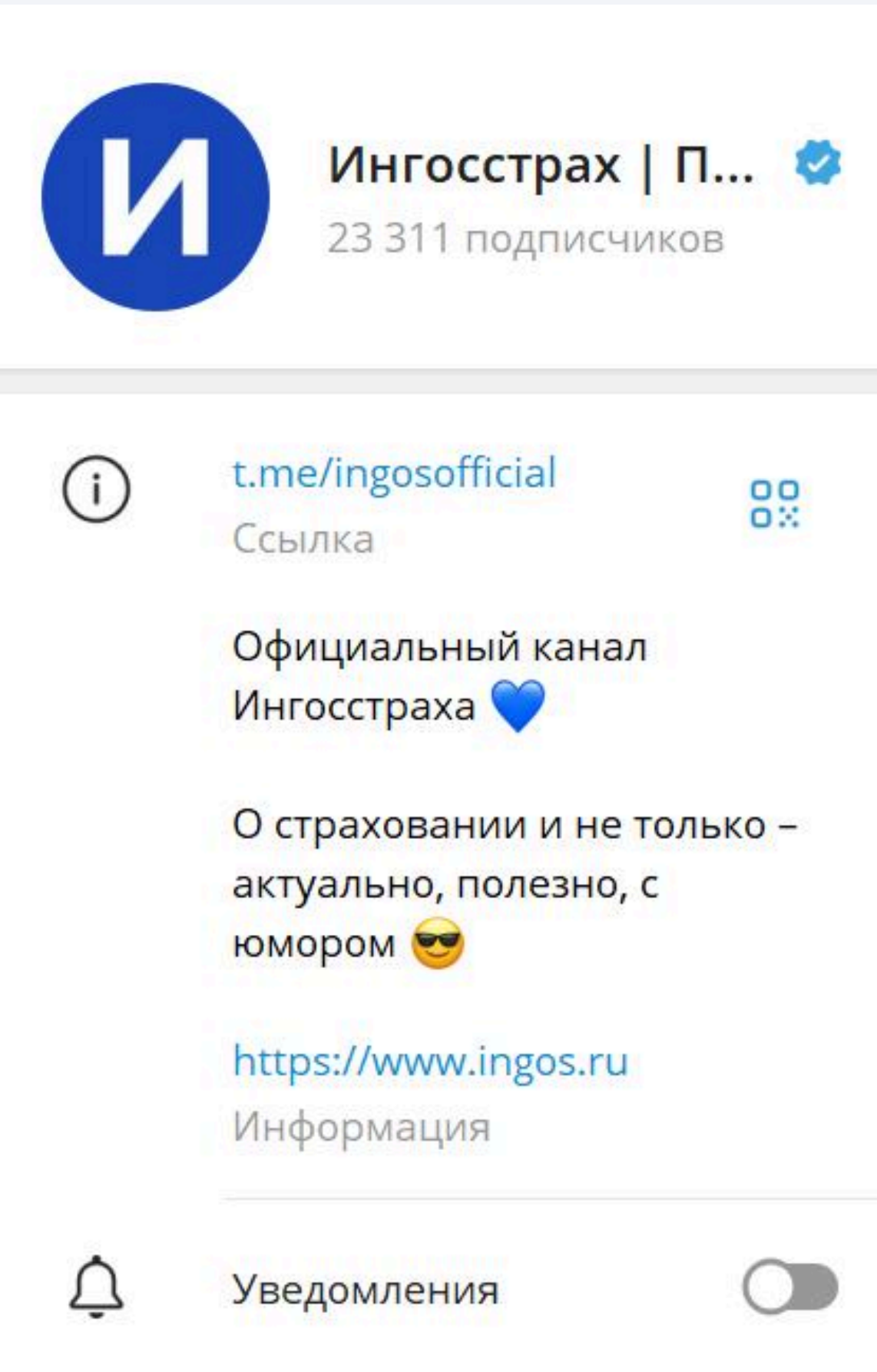
Ср. репостов на пост:

20

Навигация в группе:

отсутствует

Позиционирование: группа, в которой можно найти актуальные новости о страховании, полезные клиентам инфоповоды по направлениям продуктовой деятельности компании






























*Средние показатели за 2024 год

Анализ ТГ Ингосстрах | Контент и модерация

Контент		Модерация	
Что хорошо	<ul style="list-style-type: none">Наличие видеоконтента: формат способствует продвижению страницы внутри площадкиКачество контента и наличие фирменного стиля формирует положительное впечатление о брендеШирокий круг тем: страница освещает все сферы, на которых специализируется компания, что помогает передать специфику ее деятельности через соцсетиНаличие развлекательного контента способствует привлечению молодой аудиторииИнтересные спецпроекты с брендами и блогерами		
	<ul style="list-style-type: none">Практически каждая единица контента посвящена продукту компании, из-за чего интерес пользователей к странице может снижаться, а отписки - расти. Можно сделать упор на потребности пользователя в информации и развлечении и публиковать продуктовый пост раз в 3-4 постаПубликуемые новости сложно воспринимать целостно в рамках концепцииОпределить рубрикатор в рамках концепции и придерживаться егоКоллаборационные проекты можно освещать шире, (как проект с Blueprint) для повышения охватаРаботу с ситуативными постами и упоминание других брендов можно делать обоюдными, чтобы повышать охват и привлекать подписчиков	<ul style="list-style-type: none">Открыть комментарии для коммуникации, чтобы поддерживать дружественный настрой сообщества, можно включить доступ по разрешению администратора для блокировки ботов	

Анализ ТГ Ингосстрах

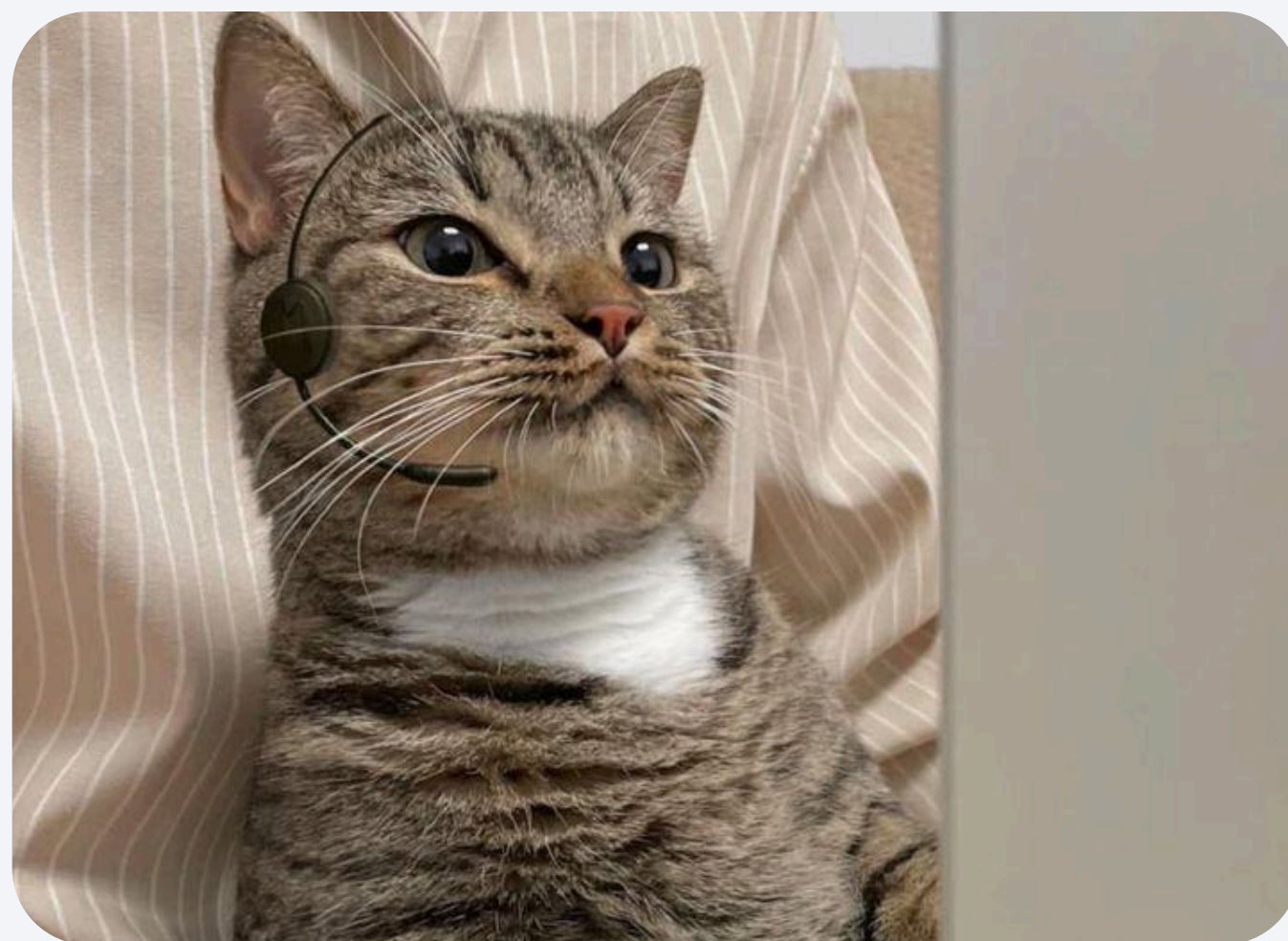
*лучшие посты

 <div></div>	Подарки для наших подписчиков 🎁 Хороших гаджетов...		4,339	0	1,643	40,008	24.86%	15 июля 2024 г. 11:00	>
 <div></div>	У нас скоро день рождения! Ингосстраху...		1,512	0	781	23,067	9.53%	11 ноября 2024 г. 11:00	>
 <div></div>	😅 Конечно, простите за маленькость, но м...		650	0	12	5,996	2.75%	1 июня 2024 г. 11:01	>
 <div></div>	😅 Дыня или арбуз – вот в чём вопрос... Почти половина...		432	0	20	8,783	1.88%	29 августа 2024 г. 13:01	>
 <div></div>	Поздравляем победителей розыгрыша! 🎉...		380	0	13	14,217	1.63%	15 августа 2024 г. 12:00	>
 <div></div>	Сегодня в «Крокус Сити Холле» произошла ужасна...		277	0	11	6,963	1.20%	22 марта 2024 г. 22:14	>
 <div></div>	С 1 сентября 2025 года порядок выдачи...		277	0	74	7,767	1.46%	6 декабря 2024 г. 12:00	>
 <div></div>	Вчера показали новый iPhone 📱 Внутри отличается...		270	0	42	9,221	1.30%	10 сентября 2024 г. 17:12	>
 <div></div>	Держите подарок в честь нашего дня рождения 🎁 С 14...		265	0	31	12,907	1.23%	14 ноября 2024 г. 17:00	>

Телеграм: предложения по улучшению стратегии

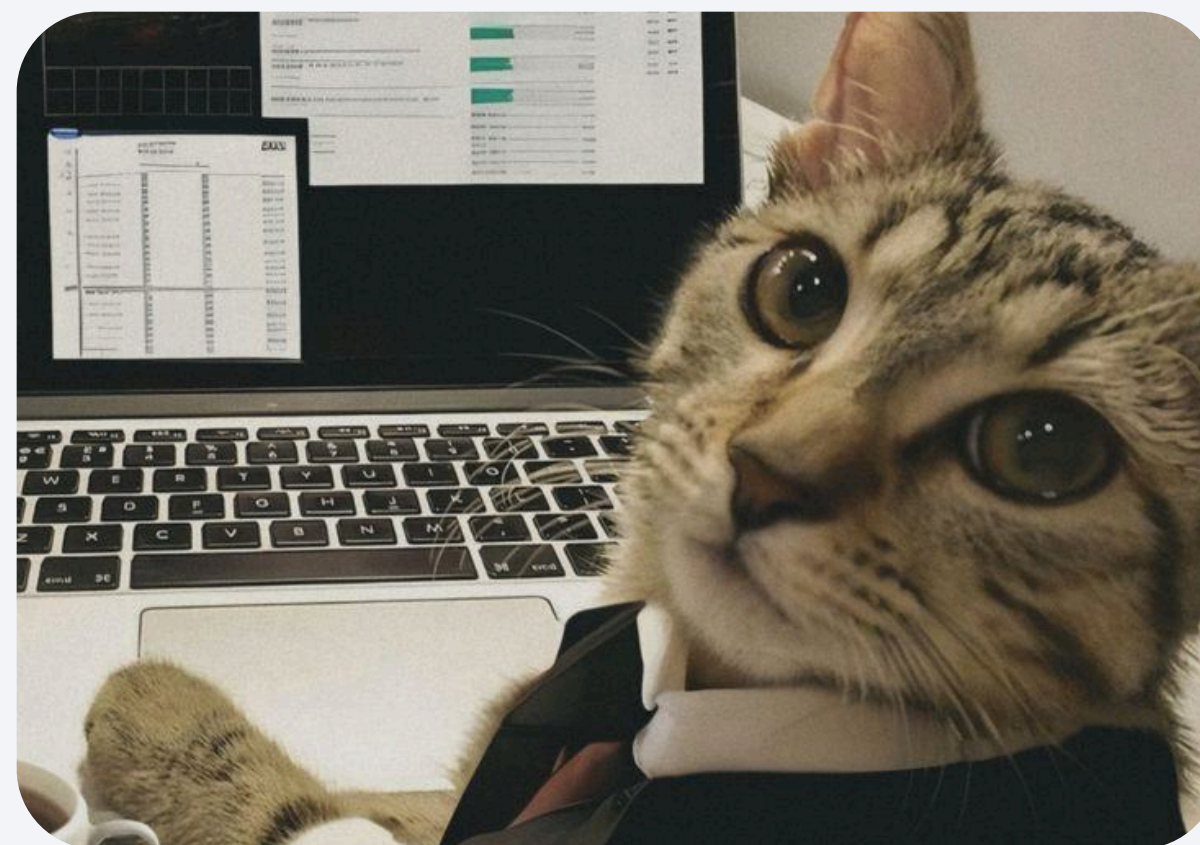
Вариант 1:

мы развиваем телеграм-канал по предложенной нами стратегии, так как она частично перекликается с текущей, но отличается позиционированием и структурированием



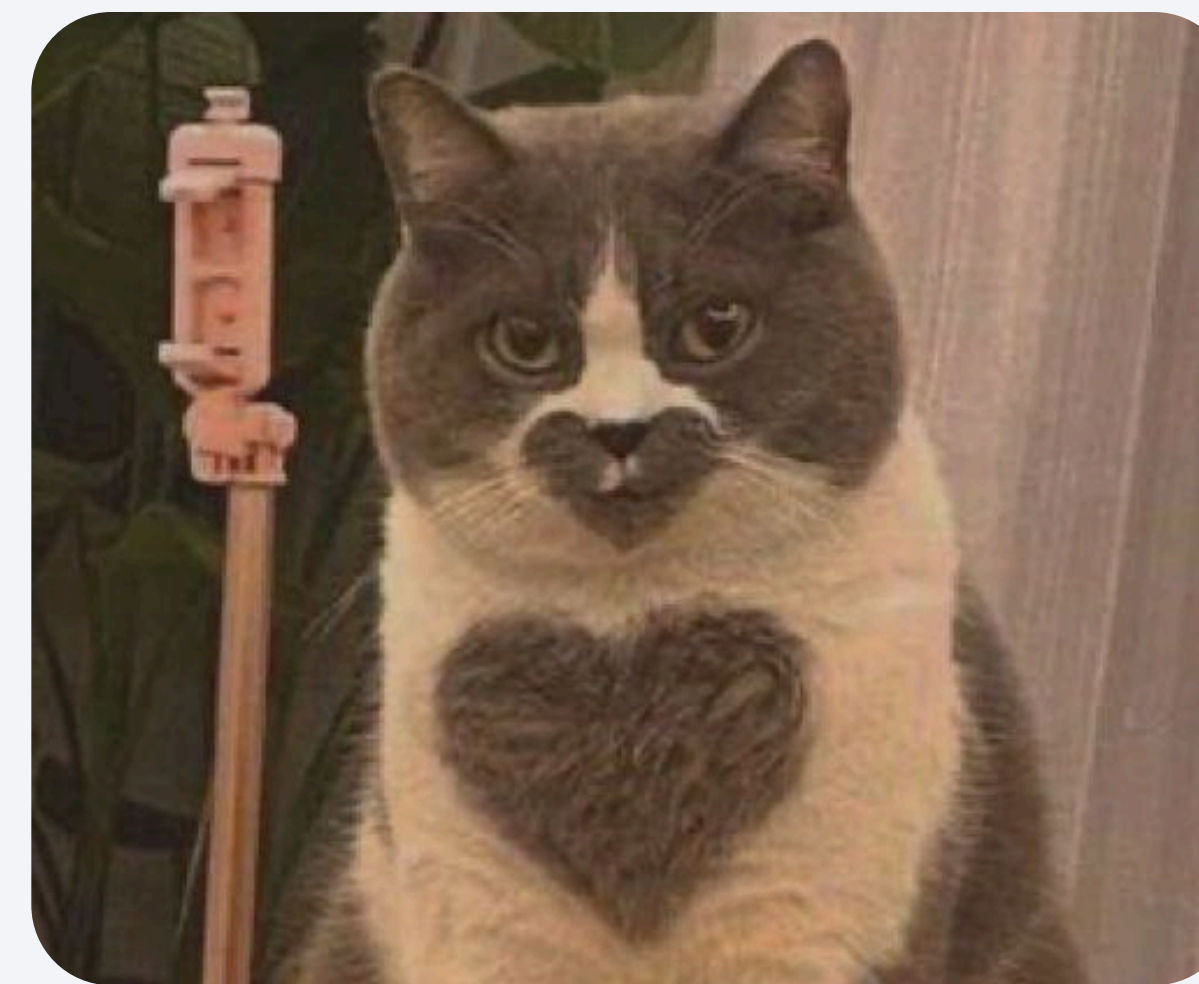
Вариант 2 (гипотеза):

телеграм-канал эксперта по страхованию с лайфхаками, советами, короткими экспертными роликами, разъяснением ситуативок и новостей, связанных со страховыми случаями, рекомендации по всем сферам благополучия + UGC-кейсы



Вариант 3 (гипотеза):

телеграм-канал «Все переживем», только про страховые случаи со всего мира с позиции – будь уверен вместе с Ингосстрах + UGC-контент про клиентов Ингосстрах



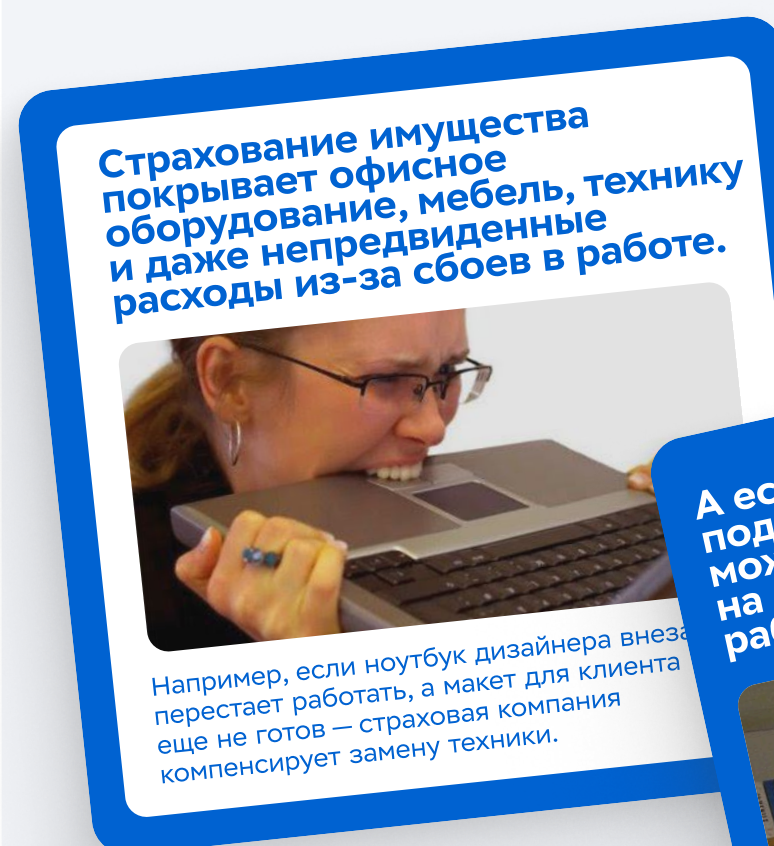
Примеры постов

Ингобизнес: рубрика «Ингогид»

Работа компании — это процесс, в который часто вмешиваются новые переменные: например, стоящая слишком близко к ноутбуку чашка кофе.

Это офисный «кот Шредингера»: беды может и не произойти, но если кофе вдруг прольется – процессы встанут. Кто-то скажет, что от неопределенности застраховаться невозможно: а мы с этим поспорим!

В карточках рассказали, какой страховой инструмент поможет бизнесу оставаться уверенным в любой ситуации. Заинтриговали? Листайте ↓



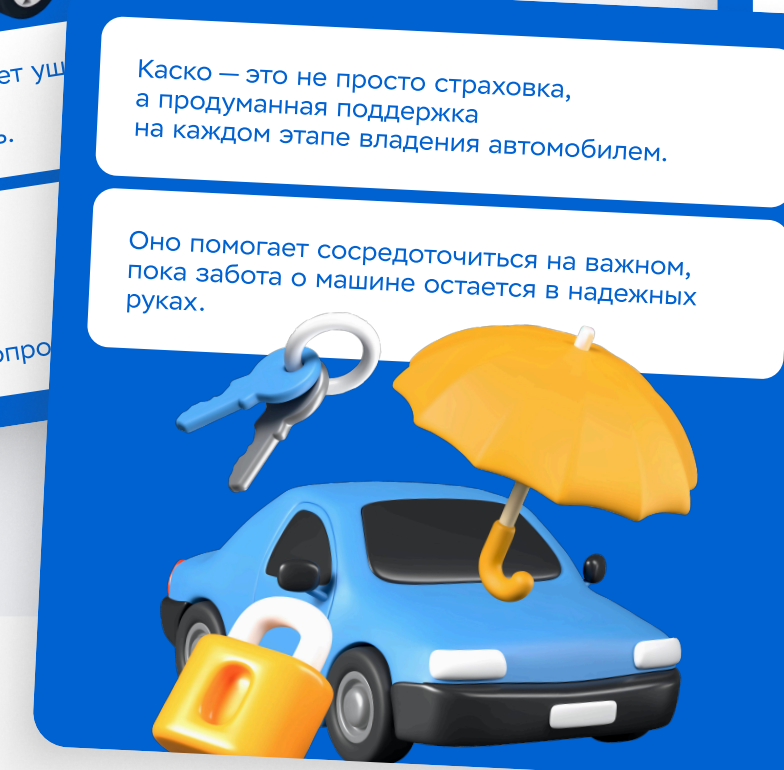
Каско: рубрика «Просто о страховании»

Каско: рубрика «Просто о страховании»

Владельцы машин знают, что главные ресурсы любого водителя — это время и безопасность. И мы говорим не только про время в пути, но и про часы, которые тратятся на улаживание возникающих на дороге неожиданных ситуаций.

Авто — это большая часть повседневной жизни, а каско — это страховка, которая каждый день берет на себя заботу о вашем авто и вас, помогая избежать бьющих по карману трат и сохранять спокойствие.

Почему с каско реально проще жить и чем в двух словах эта страховка отличается от других — разобрались в карточках.



**Продвижение
Телеграм**

Стратегия продвижения Телеграм | Анализ канала-ориентира | Яндекс

Позиционирование: Канал о технологиях будущего и сервисах, которые делают жизнь лучше уже сегодня

Форматы:

- Посты с карточками
- Посты с иллюстрацией
- Видео
- Истории

Примеры тем:

- Функции, помогающие пользоваться Лавкой на профессиональном уровне
- Как PR-менеджер Алисы настроила себе умный дом
- Экскурсия по кухне Лавки
- Как дети используют Станцию Лайт 2
- Что значит «Ощущается как» в Яндекс Погоде

TOV: Нейтральный, но дружелюбный и располагающий. Официальный стиль речи не используется.



Стратегия продвижения Телеграм| Анализ канала-ориентира | Яндекс

Как это использовать в стратегии:

1. Продумать позиционирование и TOV, которые будут работать на создание заинтересованного комьюнити и повышение доверия пользователей к компании

2. Внедрить контент о том, как продукты компании облегчают повседневную жизнь, и раскрыть неочевидные способы их использования для усиления интереса аудитории

3. Запланировать посты с ответами на распространенные вопросы и обращения, чтобы сделать взаимодействие с компанией более понятным в глазах потенциальных и действующих клиентов

4. Включить контент о внутренних процессах компании и реальном опыте использования продуктов клиентами для повышения доверия аудитории (видеоформат)

5. Определить наиболее подходящие форматы для каждой рубрики и чередовать форматы между собой для привлечения внимания разных возрастных аудиторий

Стратегия продвижения телеграм-канала: планы интеграций

Целевая аудитория: 25-44

Цель: 1 млн просмотров, охват

vkus_voyage	Средний охват: 120 000 Посыл: Уверенность в путешествии, антитревожность в поездке
aslan_best_blog	Средний охват: 120 000 Посыл: Уверенность в путешествии, антитревожность в поездке
tudaback	Средний охват: 32 000 Посыл: Уверенность в путешествии, антитревожность в поездке
travelnews	Средний охват: 11 600 Посыл: Уверенность в путешествии, антитревожность в поездке
ranarod	Средний охват: 22 800 Посыл: Уверенность в путешествии, антитревожность в поездке
moscowtinderr	Средний охват: 114 000 Посыл: Уверенность – это не только про внутреннее состояние, это образ жизни

avverarsiaa	Средний охват: 190 000 Посыл: Уверенность, что завтра все будет хорошо – защита семьи
makarskayababsovet	Средний охват: 53 000 Посыл: Уверенность, что завтра все будет хорошо – защита семьи
sergeeva_official	Средний охват: 154 000 Посыл: Уверенность, что завтра все будет хорошо – защита семьи
lifekarina	Средний охват: 108 000 Посыл: Уверенность, что завтра все будет хорошо – защита семьи
valentinablор	Средний охват: 25 000 Посыл: Уверенность, что завтра все будет хорошо – защита семьи
dancing_mom	Средний охват: 123 000 Посыл: Уверенность, что завтра все будет хорошо – защита семьи

Стратегия продвижения телеграм-канала: планы интеграций

Целевая аудитория: 45-65

Цель: 1 млн просмотров, охват

banksta	Средний охват: 23 000 Посыл: Лайфхак со страхованием
multievan	Средний охват: 250 000 Посыл: Лайфхак со страхованием
bankrollo	Средний охват: 70 000 Посыл: Лайфхак со страхованием
i_stroyu_i_poyu	Средний охват: 80 000 Посыл: Страховка недвижимости
tolstihina_invest	Средний охват: 10 000 Посыл: Страховка недвижимости
advokatzhorin	Средний охват: 40 000 Посыл: Лайфхак со страхованием

ostorozhno_novosti	Средний охват: 292 000 Посыл: Лайфхак со страхованием
helenkornilova	Средний охват: 73 000 Посыл: Уверенность в здоровье
mikeryna_sashaa	Средний охват: 53 000 Посыл: Уверенность, что завтра все будет хорошо – защита семьи
vasilkova_maria	Средний охват: 35 000 Посыл: Уверенность, что завтра все будет хорошо – защита семьи
FatCat18	Средний охват: 21 000 Посыл: Лайфхак со страхованием

Стратегия продвижения телеграм-канала: планы интеграций

Целевая аудитория: 25-44

Путешествия

Целевая аудитория: 45-65

Блог про здоровье, блог врача



✓✓ 15:57

ИНГОССТРАХ

Когда в 2025 покупаешь квартиру, машину, рождаешь ребенка, планируешь отпуск на год вперед, несмотря на обстановочку вокруг.



Когда мне говорят, что мир такой же, как и был 10-20-30 лет назад, я показываю этот мем от [Ингосстраха](#) 😊 (ссылка на канал).

Блин, сейчас правда нет ничего стабильного, но ты просто должен продолжать идти, предпринимать какие-то действия, чтобы оставаться уверенным в завтрашнем дне и вообще быть уверенным.

 По жизни уверенным.

💙 Чего всем очень желаю.

✓✓ 16:03



У вас ничего не болит?

Это здорово, но профилактика всегда дешевле и проще лечения.

Поэтому всем пациентам рекомендую начинать год с чек-апа. Минимальный список анализов и обследований, которые помогут держать здоровье под контролем:

- ✓ Общий анализ крови и мочи — базовые показатели организма
- ✓ Глюкоза и холестерин — контроль риска развития диабета и сосудистых проблем
- ✓ Витамины D и B12 — особенно важны зимой
- ✓ Флюорография — раз в год для здоровья лёгких
- ✓ УЗИ брюшной полости и щитовидной железы — если давно не проверяли
- ✓ Женщинам — посещение гинеколога и УЗИ молочных желез
- ✓ Мужчинам — проверка уровня тестостерона и консультация уролога

В канале Ингосстраха вышел чек-лист от Инголаба по референсам лабораторных анализов. Скачивайте обязательно.

Продвижение: видеоинтеграции

План видеоинтеграций: стратегия

Мы предлагаем рассмотреть варианты интеграций в формате сериалов – длительное сотрудничество с одним или несколькими крупными блогерами.

А также продуктовые интеграции в небольшие блоги до 200 000 подписчиков для привлечения внимания молодой аудитории к страхованию и продуктам бренда.



Идея длительной видеоинтеграции 1

Сериал с блогером-путешественником: “Мне не страшно”

Сериал в формате рилс и коротких видео с блогером-путешественником, который пробует разные экстремальные развлечения в России: прыжок банджи в Дагестане, серфинг в Ладожском озере, флоатинг в Мурманске. Посыл – я не боюсь, потому что застрахован, живу на 100%.

Цель: повысить виральность контента в ВК, узнаваемость бренда

Примеры блогеров для реализации:

Алексей Столяров, Богдан Булычев,
Стас Натанзон



Идея длительной видеоинтеграции 2

Сериал с автоблогером: “Краш”

Сериал в формате рилс и коротких видео с автоблогером: краш-тесты популярных автомобилей в стиле бытовых стандартных и нестандартных ситуаций. Ингосстрах выступает спонсором, блогер упоминает компанию как продукт: КАСКО, ОСАГО, страхование жизни

Цель: повысить виральность контента в ВК, узнаваемость бренда

Примеры блогеров для реализации:

Ильдар Авто-подбор, Стас Асафьев, Академик



Варианты блогов для продуктовых и контентных интеграций

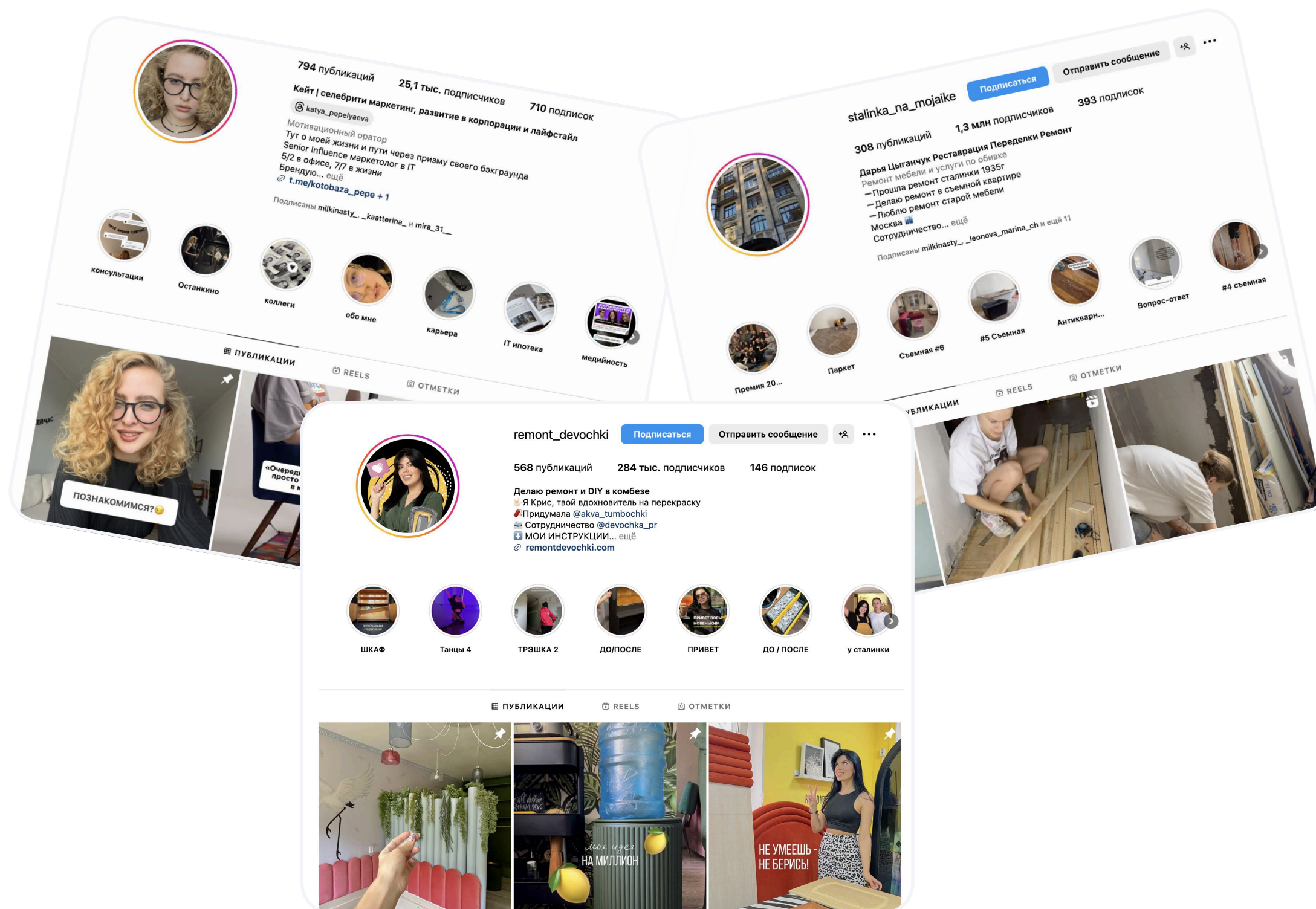
Блоги про ремонт квартир: посыл – я много сделал для этой квартиры, я не хочу переживать, что что-то произойдет

Работающие молодые люди: упор на то, что результат работы нужно страховать

- https://www.instagram.com/katya_pepelyaeva?igsh=NmN4eGg5ZmR2aG9n
- <https://www.instagram.com/comme.irene>

Семейные блоги: комплексное страхование: здоровье, жилье, авто

- https://www.instagram.com/meow_teacher_meow
- <https://www.instagram.com/nadezda.alisia>
- https://www.instagram.com/ola_korobitsyna
- <https://vk.com/svetik.nosik>
- https://vk.com/lebedevy_27
- https://vk.com/chef_dmitriy_official
- <https://vk.com/arhipovabeauty>



Пример сценариев для интеграции

«Идеальный отпуск» (Для тревел-блогеров)

Концепция: Показываем реальную динамику путешествия — ожидания vs. реальность.

Хронометраж: 20-25 секунд

Раскадровка:

0-5 сек: Блогер дает нарезку из отпуска ярких моментов

5-10 сек: Быстрая нарезка: задержка рейса, потерянный багаж, сломанный чемодан.

10-15 сек: Голос за кадром: «Главное — сохранять спокойствие». Блогер в пляжной одежде стоит на стойке выдачи багажа.

15-20 секунд: Смена кадра: уже расслабленно потягивая коктейль у бассейна.
«Ну, на крайний случай всегда есть страховка».

Финал: Текст: «Всё решаемо! Главное — отдыхать».

Информацию про Ингосстрах прячем в пост

«Кашляющий друг» (для семейных или лайфстайл-блогеров)

Концепция: простая сцена, которую все переживали: когда друг или партнёр кашляет рядом, а ты уже мысленно ставишь себе диагноз.

Хронометраж: 15-20 секунд

Раскадровка:

0-5 сек: Блогер сидит с другом/партнером

5-10 сек: Друг делает один кашель.

10-12 секунд: Блогер замирает, медленно поворачивает голову, его глаза расширяются

12-15 сек: Внутренний монолог (текст на экране): «Так. Горло першит? Температуру не мерил? Вообще, у меня есть страховка?»

Информацию про Ингосстрах прячем в пост

Концепция: Бабушки учат экономить, но у них своя логика.

Хронометраж: 15-20 секунд

Раскадровка:

0-5 сек: «Бабушка всегда учила меня экономить...»

5-10 секунд: Кадры с закадровым голосом бабушки:

-«Не выбрасывай пакетики из-под чая, они ещё крепкие!»

-«Сметана закончилась? Добавь воды, и её хватит ещё на два дня!»

-«Не ходи в кафе, борщ дома вкуснее!»

10-15 сек: Блогер кивает: «Логично...», но тут бабушка добавляет:

-«А вот на страховке не экономь!»

15-20 секунд: Блогер удивленно моргает, затем улыбается и делает жест “обоюдно”

Спецпроекты и коллаборации

Спецпроект

Рейтинг: лучший водитель

Даем премию + стикеры на авто водителям – клиентам Ингосстрах, которые меньше всего попадали в аварии в течение 3-5 лет.

Цель: повысить узнаваемость и получить UGC-контент



Варианты брендов для коллабораций

Отелло

Идея для ролика: путешествие без пауз. Показать, как человек отдыхает в отпуске, но картинка каждую секунду останавливается – отсылка на переживания о здоровье, деньгах и т.д., сложно расслабиться и отдохнуть.

Макрокосм

Бренд делает много контента про путешествия. Можно сделать какой-то предмет одежды в эстетичном стиле или же какой-то обвес на сумку и рассказать о страховке в путешествиях.

Генотек

Спецпроект о здоровье и прогнозировании рисков – серия полезных роликов от экспертов или в стиле инфографики.

Суточно.ру

Идея для креатива: чтобы не нервничать, пока ты вдали от дома. Если взять продолжение идеи «без пауз», то можно продлить тему: когда ты в командировке, появляются мысли о том, не залил ли ты соседей или выключил ли плиту.

Сервисы грузоперевозок. Например, Яндекс

Коллаб с сервисами грузоперевозок. Например, Яндекс. Мой дом – место силы и безопасности. Переезд – стресс.


Как перевести безопасность в свой новый дом?

Просто быть уверенным

S
UP
PORT 

Константин Снегов

seo агентства SUPPORT

 +7 (911) 382-81-66

 Info@we-support.ru

