



*«Ингосстрах» признан самым ценным страховым брендом в России в 2013 году по версии исследовательской группы Interbrand. Эксперты агентства оценили стоимость бренда в 4,074 млрд рублей.*

«Ингосстрах» – единственная страховая компания, которая в 2013 году вошла в рейтинг Interbrand «Самые ценные российские бренды». Как отмечено в отчете исследовательской группы, бренд «Ингосстрах» активно использует digital-каналы продвижения (полнофункциональный сайт, мобильное приложение и т.д.), стимулирует интерес к отрасли страхования путем проведения специальных студенческих олимпиад. Это формирует образ прогрессивного и открытого бренда. Поддержанию высокого статуса бренда «Ингосстрах» также способствуют спонсорство и партнерство крупнейших событий в мире спорта и культуры: Зимних Олимпийских и Паралимпийских игр 2014 года в Сочи, постановки Zarkana™ от Cirque du Soleil и т.д., запуск суббренда «Ингосстрах Exclusive», предлагающего клиентам услуги премиального сегмента, и др.

Рейтинг из 40 самых ценных российских брендов опубликовал московский офис международной консалтинговой группы Interbrand. Рейтинг 2013 года существенно отличается от версий прошлых лет. Впервые в него вошел целый ряд широко известных брендов, ранее не удовлетворявших критериям отбора.

При определении стоимости российских брендов во внимание принималось несколько факторов. Во-первых, бренд должен быть создан в России. Во-вторых, он должен продемонстрировать положительные финансовые результаты в рассматриваемом периоде. В-третьих, финансовые и маркетинговые показатели бренда должны находиться в открытом доступе и быть максимально полными. В целом, методология Interbrand рассматривает бренд как финансовый актив и позволяет выявить его вклад в итоговые результаты деятельности компании. Данная методология объединяет в себе знания непосредственно о бренде и его финансовых результатах, о рынке и конкурентах.

Источник: [Википедия страхования](#) , 31.10.13