



*За 12 месяцев 2013 года «БИН Страхование» в пять раз улучшило индекс информационного благоприятствования.*

Коммуникационная служба «БИН Страхования» в преддверии новогодних каникул подвела итоги PR-активности в средствах массовой информации. По отношению к 2012 г. компания в два с половиной раза увеличила свою коммуникационную активность в количественном выражении – с 1729 до 4449 упоминаний, поднявшись по данному показателю на 12 позиций вверх и войдя в топ-10 наиболее информационно активных страховщиков (согласно данным ИАС «Медиалогия»). Следствием интенсивной PR-работы стал пятикратный рост индекса информационного благоприятствования, характеризующего качество информационного фона, измеряемого ИАС «Медиалогия». По итогам 2013 г. «БИН Страхование» заняло 12-е место среди ведущих страховщиков по данному показателю – медиаиндекс поднялся с 552,3 пункта до 2607,4.

«В первой половине 2012 г. информационный фон, сформировавшийся вокруг компании, стал базисом для запуска комплексной коммуникационной программы, целью которой являлось формирование ее качественно нового образа в СМИ. Реализованные шаги, в рамках коммуникационной программы ребрендинга, позволили компании создать платформу для дальнейшего позитивного движения в данном направлении. Поэтому неслучайно, что на 2013 г. перед службой внешних связей были поставлены достаточно амбициозные задачи вхождения в топ-20 ведущих коммуникационных игроков отрасли как по количеству упоминаний, так и по качеству информационного фона. Отрадно, что обе эти цели были достигнуты. В этой связи, кроме лестных слов в адрес непосредственных исполнителей, хотелось бы поблагодарить руководителей филиалов и подразделений Центрального офиса Общества, без активного участия и экспертной позиции которых указанные высоты стали бы недостижимыми», – заявил, подводя итоги работы PR-блока в 2013 году, директор департамента маркетинга и коммуникаций ООО «БИН Страхование» Андрей Коженков.

Источник: [Википедия страхования](#) , 27.12.13