

Новость о том, что сотрудник Страхового Дома ВСК в одиночку пересек Атлантику на гребной лодке, признана одним из лучших инфоповодов 2023 года. Событие победило в номинации «Финансы» Ежегодного исследования PR-кейсов по данным Медиалогии.

Главным критерием конкурса является медийный вес инфоповода. Он оценивается на основе Медиainдекса – интегрального показателя, отражающего качественное состояние информационного поля вокруг персоны или события. Приоритет в отборе отдается ярким, инновационным, нестандартным новостям, создавшим резонанс в информационном поле и получившим наибольший отклик в СМИ.

В марте 2023 года Денис Горбылев, вице-президент дирекции по работе с крупными клиентами Страхового Дома ВСК, завершил переход Атлантического океана на океанской гребной лодке. Он прошел более 3,7 тыс. миль за 67 дней совершенно один. Новость об этом событии широко разошлась в прессе и соцсетях: ее охват составил около 25 млн человек, а медиainдекс – более 2,5 тыс ед.

«Почти три года назад мы поставили на поток генерацию необычных и интересных информационных поводов. Спасибо коллегам, которые ежедневно трудятся над их реализацией. С первых недель видим эффект от этой работы. Ежегодно Медиainдекс ВСК растет на 10-15% относительно прошлогодних показателей. Добиться такого успеха было бы невозможно без сотен профессиональных, ярких и разносторонне развитых личностей, работающих в ВСК. Без них нереально было бы генерировать интересные и полезные инфоповоды, создавать новые технологии и повышать медийность компании», — отметил Иван Пучков, директор по связям с общественностью Страхового Дома ВСК.

«Инфоповод года» – ежегодный исследовательский проект Медиалогии по оценке главных PR-кейсов прошедшего года на основе данных системы по анализу СМИ. Цель проекта – поиск и награждение наиболее ярких и нестандартных PR-кейсов компаний, создающих резонанс в СМИ.

Википедия страхования