


forinsurer.com


будь подкован в страховании!

тираж
50 000
в месяц

специализированный
интернет-журнал
о страховании

о проекте

 **forinsurer.com** – ведущий интернет–журнал по страхованию, который ежедневно публикует специализированную информацию, представляющую интерес не только для Украины и России, но и для других стран СНГ и иностранных инвесторов Европы, Америки, Азии и других частей мира.

 **forinsurer.com** объединяет в себе информационный страховой концентрат и является независимым специализированным средством массовой информации, которое уже зарекомендовало себя на финансовом рынке как издание, которым пользуются профессионалы каждый день.

На нас ссылаются ведущие информационные агентства и финансовые мониторы новостей Украины и СНГ, а также органы государственной власти (Государственная комиссия по регулированию рынков финансовых услуг Украины, Министерство статистики, Государственная Налоговая Администрация Украины, Министерство финансов Украины, Мировой банк).

Наш слоган – «**Будь подкован в страховании!**» – говорит сам за себя.

трафик

Узкоспециализированный трафик генерируется поисковыми системами [Google.com](https://www.google.com), [Rambler.ru](https://www.rambler.ru), [Yandex.ru](https://www.yandex.ru), [Meta.ua](https://www.meta.ua), а также новостными экспортерами и авторитетными форумами, а также постоянно растущим ядром аудитории.

Сайт не участвует в системе обмена тизерной рекламой и других способах искусственной «накрутки» посещаемости.


Политика сайта направлена на чистоту и оперативность информации, а также на качество и эксклюзивность публикуемого контента.

Основные запросы посетителей, которые приходят с поисковых систем, включают такие ключевые слова, как «рейтинг страховых компаний», «страхование», «страховая компания», «новости по страхованию», «страхование жизни», «страховой рынок», «медицинское страхование», «автострахование», что объясняет специализацию и страховой интерес аудитории.

Наиболее посещаемыми разделами являются «Новости страхования», «Рейтинг страховых компаний», а также «Консультации» и «Полезные советы».

Среди наиболее популярных тем – автострахование, страхование жизни, медицинское страхование, страхование имущества и страховое мошенничество.

аудитория

 **forinsurer.com** – на сегодня имеет в Украине наибольшую таргетированную страховую аудиторию среди финансовых СМИ Украины и входит в **ТОП 5** страховых интернет–проектов СНГ¹.

Ежемесячная аудитория журнала превышает **50 тыс.** человек (уникальных посетителей)², среди которых **35 тыс.** человек (70%) – жители Украины, в том числе **23 тыс.** человек (65%) – жители Киева. Ежедневно журнал читает более **2,5 тыс.** посетителей. Емкость показов в месяц составляет более **180 тыс.**²

Как правило, постоянными посетителями нашего журнала являются страховые агенты и брокеры, страхователи, страховые компании, банки, крупные консалтеры, инвестиционные компании и КУА, иностранные инвесторы, перестраховщики, а также крупные национальные предприятия (риск–менеджеры СКМ, Укрнафта, Укравто, Интерпайп, АрселорМиттал, Метинвест, Транснефть, Азовсталь, тяжелая металлургия и промышленность, которых в первую очередь интересует выбор страховой компании в роли партнера по защите рисков).

Аудитория сайта, интересующаяся темой страхования, динамично растет.

¹ Согласно данных рейтинга **LiveInternet** в рабочий сезон.

² Согласно данных рейтинга **bigmir)net** в рабочий сезон.

география

География представлена следующей структурой по странам:

Украина (70–75%), Россия (15–20%), Казахстан (1–2%) и другие.

По городам Украины:

Киев (65–70%) (Киев является центром скопления крупнейшего капитала и кадров), Одесса, Донецк, Днепропетровск, Харьков, Львов, Крым, Винница, Запорожье, Полтава и др.



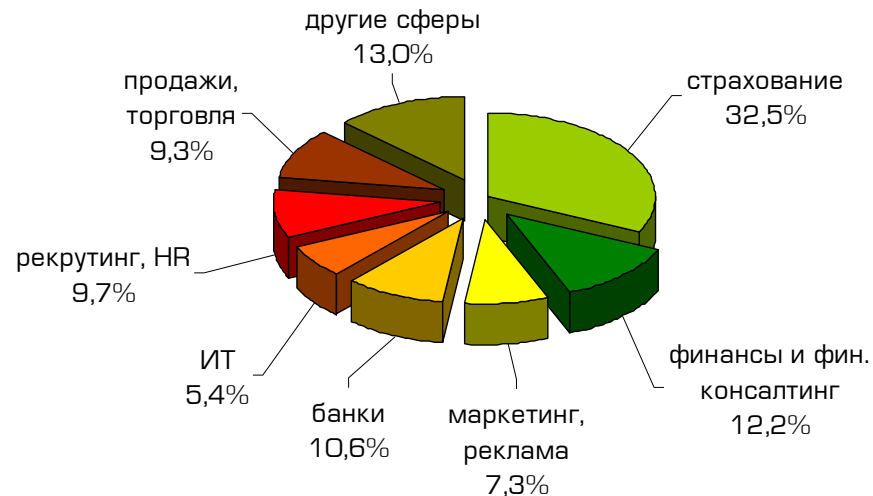
портрет читателя

Согласно исследования читательской аудитории интернет-журнала forinsurer.com, проведенного в конце апреля 2008 года в рамках исследовательского проекта “research.forinsurer”, основная доля аудитории представляет сферу страхования (38,5%), финансы и консалтинг (12,2%) и банки (10,6%). Другая нефинансовая аудитория (38,7%): IT, рекрутинг, реклама, маркетинг, СМИ, строительство, промышленность, FMCG, производство, торговля и продажи, туризм.

Структура представителей страховой сферы: 67% – сотрудники рискованных компаний, 33% – представители рынка страхования жизни.

Целевая аудитория журнала – финансисты – составляют более 61,3%.

Сферы деятельности

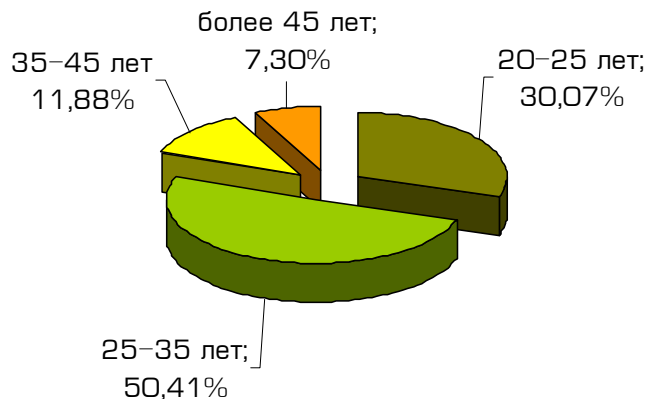


портрет читателя

Распределение специалистов по полу почти равномерное: мужчины – 53,54%, женщины – 46,23%. Большинство читателей (75,7%) имеет профильное образование в своей сфере. Большинство читателей (50,41%) в возрасте 25–35 лет, молодых специалистов (20–25 лет) – 30,03%.

Аудитория в возрасте до 35 лет составляет более 80% и является наиболее лояльной к финансовым продуктам и привлекательной с точки зрения рекламы и потребления.

Распределение аудитории по возрасту




Структура профильного опыта работы выглядит следующим образом: 42,64% – до 3 лет, 20,73% – от 3 до 5 лет, 15,25% – от 5 до 7 лет и 21,38% – более 7 лет.

Большинство читателей имеет опыт работы до 5 лет (63,37%).

Представители компаний, в штате которых работает более 100 сотрудников, представляют 46,85% аудитории журнала (в т.ч. 35,77% – более 200 человек), до 50 чел. – 25,44%, от 51 до 100 чел. – 27,71%.


портрет читателя









Портрет среднестатистического работника финансовой сферы – читателя

 forinsurer.com, лояльного к теме страхования и инвестирования своих средств.

- Возраст – 25–35 лет, имеет профильное образование.
- Профильный опыт работы – до 5 лет.
- Работа для него – самореализация и заработок денег.
- 92% читателей – работа нравится.
- Особого значения принадлежности капитала компании не имеет.
- Основные мотивы – нематериальные: перспективы кадрового роста, престижность бренда работодателя, климат в коллективе, наличие корпоративного страхования (ДМС, от несчастного случая).
- Фактор смены работы – из-за отсутствия перспектив роста и непрофессиональность топ-менеджмента.
- Рабочий день – нормированный, ЗП – официальная, форма оплаты – ставка + %.
- Размер ЗП – выше \$1000–1500.
- Доволен работодателем, неудовлетворен уровнем своей ЗП, но работу менять в ближайшей перспективе не собирается.

эффективность

 forinsurer.com – эффективная рекламная площадка:

-  при запуске нового страхового продукта или программы для населения
-  для утверждения имиджа среди участников финансового рынка
-  при поиске новых специалистов
-  при наборе страховых агентов и их обучении
-  при поиске новых партнеров и клиентов
-  при продвижении IT-продуктов и автоматизации финансовых компаний
-  при ребрендинге
-  при продвижении продуктов КУА, инвестиционных компаний и ПИФов

рекламные площади

На страницах нашего интернет-журнала мы можем предложить размещение как графической рекламы (банерные места **F1**, **F2**, **F3** и **F4**), так и имиджевой (**F5** и **F6**)

forinsurer.com

будь подкован в страховании!

F1 (1000x90)

О проекте | Контакты | RSS | Реклама | Вход | Регистрация

forinsurer.com
будь подкован в страховании!

Быстрый выбор темы: Поиск по сайту:

НОВОСТИ | СТАТЬИ | РЕЙТИНГИ | ВИДЕОРОЛИКИ | БИБЛИОТЕКА | КАТАЛОГ | РАБОТА | Поиск страховой компании | Регион | Город | Продукт | Найти

F2 (240x200)

F3 (468x60)

F4 (240x350)

F6 (имидж)

Точка зрения
О стратегии и демпинге
10 октября 2007

F5 (имидж)

Оксана Слюсаренко,
Заместитель Министра экономики Украины

Главная новость
Только 3 из 480 пострадавших в результате взрыва газа в Днепропетровске были застрахованы
25.10.2007
Во время заключения договора страхования владельцами квартир были учтены различные риски... кроме риска "взрыв бытового газа". Соответственно, зафиксировать наступление страхового случая не представляется возможным

24.10.2007
Данила Хачатурова хотят лишиться половины "Росгосстраха" и других активов
С начала бракоразводного процесса

23.10.2007
Для страховых компаний Украины предлагают повысить минимальный уставный фонд в 2 раза

Исследования

- 80% украинцев не интересуются страховыми специализированные веб-сайты эффект
- 80% украинцев не интересуются страховыми продуктами из-за недовольства к страховщикам

реклама (F1)

Площадь 1000x90 (F1). Современный премиум-формат, размер 1000x90 – один из самых популярных сегодня – широко используется ведущими интернет-СМИ. Размещается над шапкой на всех страницах сайта (сквозной), что дает рекламодателю возможность максимально широкого охвата аудитории и привлечения внимания читателя с первых секунд захода на сайт. Средний читатель проводит на страницах нашего сайта более 4-х минут, и на всех страницах он будет видеть этот баннер, что делает его уникальным по длительности активного воздействия.

Баннеры этого формата успешно использовали в рекламных кампаниях:
ПК «VAB RE», НАСК «Оранта».

Емкость: 45–50 тыс.* показов в неделю. Стоимость: 1600 евро в неделю.

Продажи осуществляются в статике понедельно.

* в рабочий сезон

Технические ограничения: вес не более 25 кБт, формат баннера: *.gif, *.swf (flash).

F1 (1000x90)

реклама (F2)

Площадь 240x200 (F2). Нестандартный формат, который благодаря своему расположению слева под меню привлекает внимание посетителя и эффективен для проведения акций и конкурсов. Размещается на всех страницах сайта (сквозной).

Баннер этого формата в своей кампании по поиску партнеров среди сетевых брокеров использовала страховая компания "Фортис Страхование Жизни Украина".

Емкость: 45–50 тыс.* показов в неделю.

Продажи осуществляются в статике понедельно. **Стоимость: 700 евро** в неделю.

* в рабочий сезон

Технические ограничения: вес не более 20 кБт, **формат баннера:** *.gif, *.swf (flash).

F2 (240x200)

реклама (F3)

Площадь 468x60 (F3). Наиболее популярный эконом-формат, который благодаря своему расположению непосредственно над материалом привлекает внимание посетителя. Размещается на всех страницах сайта (сквозной).

Баннеры этого формата успешно использовали в рекламных кампаниях:

Страховая группа «ТАС», УСК «Дженерали Гарант», СК «Континент», СК «Евразия», ПК «VAV RE», СК «ПЗУ Украина», «ComArch», «Центр Финансовых решений», СБ «Дедал».

Емкость: 45–50 тыс.* показов в неделю.

Продажи осуществляются в статике понедельно. **Стоимость: 900 евро** в неделю.

* в рабочий сезон

Технические ограничения: вес не более 16 кБт,

формат баннера: *.gif, *.swf (flash).

F3 (468x60)

реклама (F4)

Площадь 240x350 (F4). Наиболее популярный имиджевый формат, позволяющий максимально использовать возможности дизайна и эффективно воздействовать на целевую аудиторию, находясь в непосредственной близости с материалом и занимающий достаточную для восприятия рекламную площадь.

Размещается на всех страницах сайта (сквозной).

Баннеры этого формата успешно используют в рекламных кампаниях:

«АХА Страхование», ПК «VAB RE», НАСК «Оранта», УСГ «Жизнь», Hewlett Packard

Емкость: 45–50 тыс.* показов в неделю.

Стоимость: 1400 евро в неделю.

Продажи осуществляются в статике понедельно.

* в рабочий сезон

Технические ограничения: вес не более 25 кБт,

формат баннера: *.gif, *.swf (flash).



F4 (240x350)

реклама (F5 и F6)

Площадь (F5). Это имиджевая статья, которая размещается в разделе «Точка зрения» и публикуется на всех страницах журнала (сквозная).

Статья в топ-формате находится минимум 3 (три) рабочих дня, потом переходит в архив <http://forinsurer.com/public/interview>.

Данная площадь предназначена для утверждения имиджа как топ-менеджмента, так и самой компании.

Стоимость: **400 евро**.

F5
(ИМИДЖ)

Площадь (F6). Это имиджевая топ-новость, которая размещается в разделе «Главные новости» (<http://forinsurer.com/hotnews>) и публикуется только на главной странице.

Топ-новость находится на главной странице минимум 3 (три) рабочих дня, потом переходит в архив <http://forinsurer.com/news>.

Данная площадь предназначена для утверждения имиджа компании.

Стоимость: **300 евро**.

F6
(ИМИДЖ)

рекламодатели

Мы гордимся нашими рекламодателями – ведущими страховыми, перестраховочными и IT-компаниями, и стараемся оправдывать их надежды и рекламные бюджеты.



результат

Статистика и эффективность ряда рекламных кампаний, проведенных на страницах нашего интернет-журнала:



Рекламная кампания Перестраховочной компании «VAB RE» (продуктовая реклама) – средний СТР = 1,37.



Рекламная кампания НАСК «Оранта» (продуктовая – ОСАГО) – средний СТР = 0,92.



Рекламная кампания УСК «Дженерали Гарант» (брендовая – о ребрендинге) – средний общий СТР = 0,88.



Рекламная кампания «АХА Украина» (брендово-продуктовая, ОСАГО) – средний СТР = 0,8.



Рекламная кампания «Фортис Страхование Жизни Украина» (конкурс для страховых брокеров) – средний СТР = 0,86.



Рекламная кампания СК «ПЗУ Украина» (работа в стабильной компании) – средний СТР = 1,32.

агентства-партнеры

Мы рады сотрудничеству с рекламными агентствами – нашими партнерами по продаже рекламных интернет-площадей. В своей работе мы стараемся предложить гибкие условия сотрудничества и увеличить эффективность проведения рекламных кампаний клиентов наших партнеров.

 **Mouse Internet Media**
тел.: +38 (044) 246-71-35
info@mousemedia.com.ua

 **mediaeffect**
тел.: +38 (044) 284-96-11
lkudlik@mediaeffect.biz

 **Raskrutka.kiev.ua**
тел.: +38 (044) 503-63-27
evgeniy@raskrutka.kiev.ua

 **AdWork**
тел.: +38 (044) 331-99-95
info@adwork.com.ua

 **mediacom**
тел.: +38 (044) 594-93-93
tberezovskaya@mediacom.com.ua

 **ITCG**
тел.: +38 (044) 459-31-13
adv@itcg.ua

КОНТАКТЫ

Вы всегда можете задать нам интересующий Вас вопрос или написать письмо, а мы постараемся на них оперативно ответить.



Главный редактор: Олег Паращак

E-mail: oleg@forinsurer.com



Отдел рейтингов: Наталья Лысенко

E-mail: nataly@forinsurer.com



Отдел рекламы: Татьяна Михайлова

E-mail: reclama@forinsurer.com



Адрес Редакции:

Украина, 02660, Киев, ул. М. Расковой, 11, оф. 508.

Тел./факс: **+38 (044) 51-685-60**

+38 (067) 50-433-50