

Вот и закончилась череда «гендерных» праздников. Портал «Википедия страхования» предлагает своим читателям оглянуться назад и посмотреть, какие акции запустили страховщики в этом году в связи с 8 Марта и 23 февраля.

Одной из первых, еще в середине февраля, о праздничной акции объявила компания «**ЮжУрал-АСКО**»

. Страховщик проводит льготную кампанию «Праздничное страхование», в период действия которой можно застраховать себя и своих близких от несчастных случаев по льготным тарифам. Клиенты могут сэкономить до 40% от стоимости полиса. Предложение по программе «Праздничное страхование» действует с 15 февраля до 31 марта 2012 г.

Страховая компания «**Северная казна**» поздравила мужчин с Днем защитника Отечества и предложила принять участие в акции «Сильная половина». При заключении договора страхования в период с 17 февраля по 1 марта 2012 г. с суммой взноса не менее 2500 рублей каждый клиент-мужчина получал в подарок специальные бонусы от партнеров акции: АЦ «Мускул Кар», ОАО «Школа защитного вождения» и клуба активного отдыха «56 Параллель». Условия акции распространялись на все виды страхования, кроме ОСАГО. Акция проходила только на территории Екатеринбурга и действовала для клиентов-мужчин как впервые заключавших договор по страхованию, так и пролонгировавших действующий договор.

Департамент ДМС ОАО «СК «**Гайде**» предложил организациям и предприятиям г. Санкт-Петербурга, Ленинградской области, Северо-Западного региона и г. Москвы преподнести ко Дню защитника Отечества в качестве подарка своим сотрудникам полис добровольного медицинского страхования. В период действия акции организации, которые воспользовались предложением, получили скидку на полисы ДМС для всех сотрудников. В качестве дополнительного бонуса для мужчин предлагался полис ДСАГО.

К Международному женскому дню СК «Гайде» также предложила скидку на полисы ДМС для всей семьи. На этот раз в качестве бонуса выступал полис страхования от

несчастливого случая.

Подробнее об этих и других акциях страховщиков читайте в свежем выпуске журнала «[Новые продукты в страховании](#)».

В целом в этом году страховщики на редкость скупко анонсировали связанные с праздниками маркетинговые ходы. Справедливости ради стоит отметить, что и банки на этот раз не отличались активностью – на рынок были выведены только «сезонные» вклады: «Весенняя капель», «Весеннее настроение», «Весна-красна», «Весенний букет», «Дыхание весны», «МДМ-Весенний» и проч.

Источник: www.wiki-ins.ru, 11.03.12