

گزارش عملکرد شش ماهه روابط عمومی بیمه رازی منتشر شد؛

افزایش ۱۸۰۰ درصدی تولیدات رسانه ای و تبلیغاتی بیمه رازی

روابط عمومی شرکت بیمه رازی گزارش عملکرد شش ماهه خود را منتشر کرد. این گزارش از زمان تصدی علی جباری مدیریت عامل شرکت بیمه رازی تنظیم و تهیه شده است و شامل ۸ بخش: تدوین استراتژی، رسانه، فضای مجازی، تبلیغات، مراسم ها، مرکز ارتباط با مشتریان، امور بین الملل و کسب افتخارات روابط عمومی و امور بین الملل بیمه رازی می باشد.

به گزارش سایت خبری پرسون، روابط عمومی بیمه رازی در حالی توانسته آمار اخبار منتشر شده مربوط به این بنگاه بزرگ اقتصادی در رسانه ها را طی نیمه نخست امسال بیش از ۱۷۰۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش دهد که هزینه صرف شده برای این مهم، تنها ۴ درصد رقم هزینه شده در مدت مشابه طی سال گذشته است.

همچنین بر اساس این گزارش ارزیابی های صورت گرفته حاکی از آن است که تولید اخبار و محتوای رسانه ای مرتبط با این شرکت در رسانه های عمومی نیز طی شش ماه نخست سال جاری، ۱۸۰۰ درصد نسبت به دوره مشابه سال گذشته افزایش یافته است.

تولید بیش از ۵۰۰ گزارش، خبر و محتوای رسانه ای در این مدت، باعث شده است که عملکرد بیمه رازی در رسانه های دیداری و شنیداری به خوبی بازتاب داشته باشد. بررسی ها حاکی از آن است که در شش ماه گذشته این شرکت در رسانه های مکتوب و مجازی بیش از ۳۸۰ میلیون بار دیده شده است که این رکوردی جدید در صنعت بیمه محسوب می شود.

راه اندازی استودیو خبر بیمه رازی بعنوان مجموعه حرفه ای تولید اخبار و محتوا و مکانی اختصاصی برای خبرنگاران حوزه بیمه، ایجاد تلوزیون رازی که همه محتواهای چند رسانه ای تولیدی در آن جمع شده است، صفر شدن اخبار منفی با برگزاری نشست های رسانه ای پیاپی، انتشار دو شماره ماهنامه هوشمند و ۶۰ شماره روزنامه رازی و انعکاس اخبار و رویدادهای شرکت در آن به صورت چند رسانه ای از دیگر اقدامات روابط عمومی شرکت در دوره جدید فعالیت است.

فضای مجازی نیز پذیرای حجم زیادی از محتواهای رسانه ای تولید شده از سوی بیمه رازی بوده است به طوریکه اکنون صفحه اینستاگرام بیمه رازی پرمخاطب ترین صفحه صنعت بیمه است و بدیهی است که برگزاری ۵۰ نشست آنلاین و مستمر در صفحه این پلتفرم، سه شنبه های پاسخگویی و جشن ضیافت نور تاثیر بسزایی در این دستاورد داشته است.

در حال حاضر صفحه اینستاگرام بیمه رازی بیش از ۳۰ هزار نفر و کانال تلگرام شرکت بیش از ۲۰ هزار نفر دنبال کننده دارند در حالیکه پیش از این تعداد اعضا به زحمت به چهار هزار نفر می رسید.

در این حال انجام اقدامات فوق و همچنین استفاده از پتانسیل مجری باسابقه و شناخته شده رسانه ملی، محمد رضا حیاتی در ایجاد یک رویداد چالشی میان مخاطبان، تولید استیکرهای منقوش به لوگوی بیمه رازی و نیز تهیه و انتشار بیش از ۱۵۰ کلیپ و محتوای ویدئویی و تولید بیش از ۲۰۰ عنوان پوستر و محتوای گرافیکی در طرح های مناسبی و طرح های بیمه ای ، طراحی و چاپ ۵ عنوان جنرال کاتالوگ دو زبانه و هوشمند تنها با ۴ درصد هزینه های سال گذشته، گام بزرگی در راستای پیاده سازی اهداف استراتژیک بیمه رازی به شمار می آیند.

برگزاری هجدهمین سالگرد بیمه رازی در آسایشگاه ثارالله جانبازان تهران با حضور مدیرعامل و اعضای هیات مدیره نیز اقدامی مبتکرانه محسوب شده و نشان از اعتقاد راستین ایشان به ارزشها و آرمانهای انقلاب اسلامی دارد.

تهیه دو تمبر اختصاصی مناسبی بیمه رازی ، طراحی بیمه هنرمندان ، اصحاب رسانه و مدال آوران المپیک از دیگر اقدامات ابتکاری روابط عمومی بیمه رازی میباشند.

راه اندازی مرکز ارتباط با مشتریان و تعریف شماره ۴ رقمی ۸۲۸۷ با پاسخگویی شبانه روزی با ابزارهای نوین نظرسنجی به صورت برخط و سامانه پیامکی از دیگر اقدامات این مدیریت است که رضایتمندی مشتریان را در پی داشته است.

روابط عمومی بیمه رازی در مدت تصدی مدیرعاملی علی جباری و با حضور ناصرالدین اسلامی فرد توانسته است عنوان روابط عمومی برتر صنعت بیمه را از آن خود کند و تقدیرنامه عملکرد از رییس کل بیمه مرکزی، دبیرکل سندیکای بیمه گران کشور، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت ورزش و جوانان کسب نماید.

روابط عمومی و امور بین الملل بیمه رازی در شش ماهه نخست فعالیت خود، حضوری پرشور در صنعت بیمه داشته و رکوردهای جدیدی در این صنعت اثر گذار به ثبت رسانده است. باید دید در شش ماهه دوم چه برنامه ای را برای رشد و تعالی این شرکت خوشنام پیاده خواهد کرد.

