

тах или в вышеозначенном журнале? Нам кажется, ответ очевиден.

Страховые услуги могут понадобиться обывателю с гораздо большей вероятностью, чем «усеченные сопла Лаваля». И где, скажите, он должен почерпнуть знания для осуществления выбора? В общественно-политических изданиях или в «профессиональном»? Какому изданию будет больше доверия? Мотивированный, вдумчивый, настроенный на долговременное сотрудничество страхователь — мечта любого страховщика — конечно, обратится к изданию, которое досконально разбирается в интересующем его вопросе.

Теперь возьмем другую крайнюю ситуацию. Узкий специалист-страховщик планирует расширить сферу своих знаний. Сфера деятельности та же — страхование, но пред-

метная область совершенно другая. Что ему будет проще сделать — начать изучение нового для себя предмета с заумных учебников или предварительно ознакомиться с вопросом в специализированном популярном издании? Кстати, именно предварительное знакомство и может послужить побудительным мотивом к получению новых знаний. Кто-то из работодателей будет возражать против того, чтобы сотрудник совершенствовал свои профессиональные навыки? Только недалекий.

В интернете мы все уже давно преодолели «детскую болезнь» классификации — мы ищем необходимую нам информацию, а не нужные издания. Именно поэтому все номера «Страхового случая» доступны в сети в полном объеме. Мы стремимся, чтобы информация получали те,

кому она действительно нужна, то есть пресловутая целевая аудитория.

Резюмируя тему мифа о профессиональном издании, хотим заметить, что в «Страховом случае» намеренно собраны под одной обложкой материалы для профессионалов и для «чайников», и вот почему:

- страховой рынок России еще очень молод, и многие сотрудники страховых компаний зачастую также молоды и не обременены огромным багажом знаний; они наверняка найдут для себя что-нибудь интересное не только в «профессиональных» материалах, но и в популярных, «ликбезовских»;
- на крупных предприятиях и организациях, особенно с западной системой менеджмента, уже появились

серьезные риск-менеджеры, и в том числе занимающиеся вопросами страхования рисков предприятия; многие из них по уровню своих знаний дадут фору специалистам страховых компаний; им, несмотря на то что они представляют категорию потребителей страховых услуг, будут интересны материалы для профессионалов; то же можно сказать и о потенциальных инвесторах страховой отрасли;

- каждый руководитель или владелец предприятия является, прежде всего, человеком, у которого могут быть личные страховые интересы, поэтому нет смысла разделять информацию «для юридических лиц» и «для физических лиц» под обложки разных изданий;

РЕКЛАМА



Страхование по всем правилам

Санкт-Петербург, ул. Ленсовета, 88. Приемная: 382-66-00, 382-65-94, 382-65-86; отдел урегулирования убытков: 382-65-96.
Доп. офисы: ул. Благодатная, 43, тел./факс: 388-67-79, 373-46-26, пер. Бойцова, 7, оф. 414, тел.: 570-37-38. E-mail: spb@rkgarant.ru, www.rkgarant.ru

лиц. № 2905 77 от 28.02.2006 г.



РК ГАРАНТ
страховая компания