

MetLife



Конкурс инновационных идей по теме «Менеджмент риска»

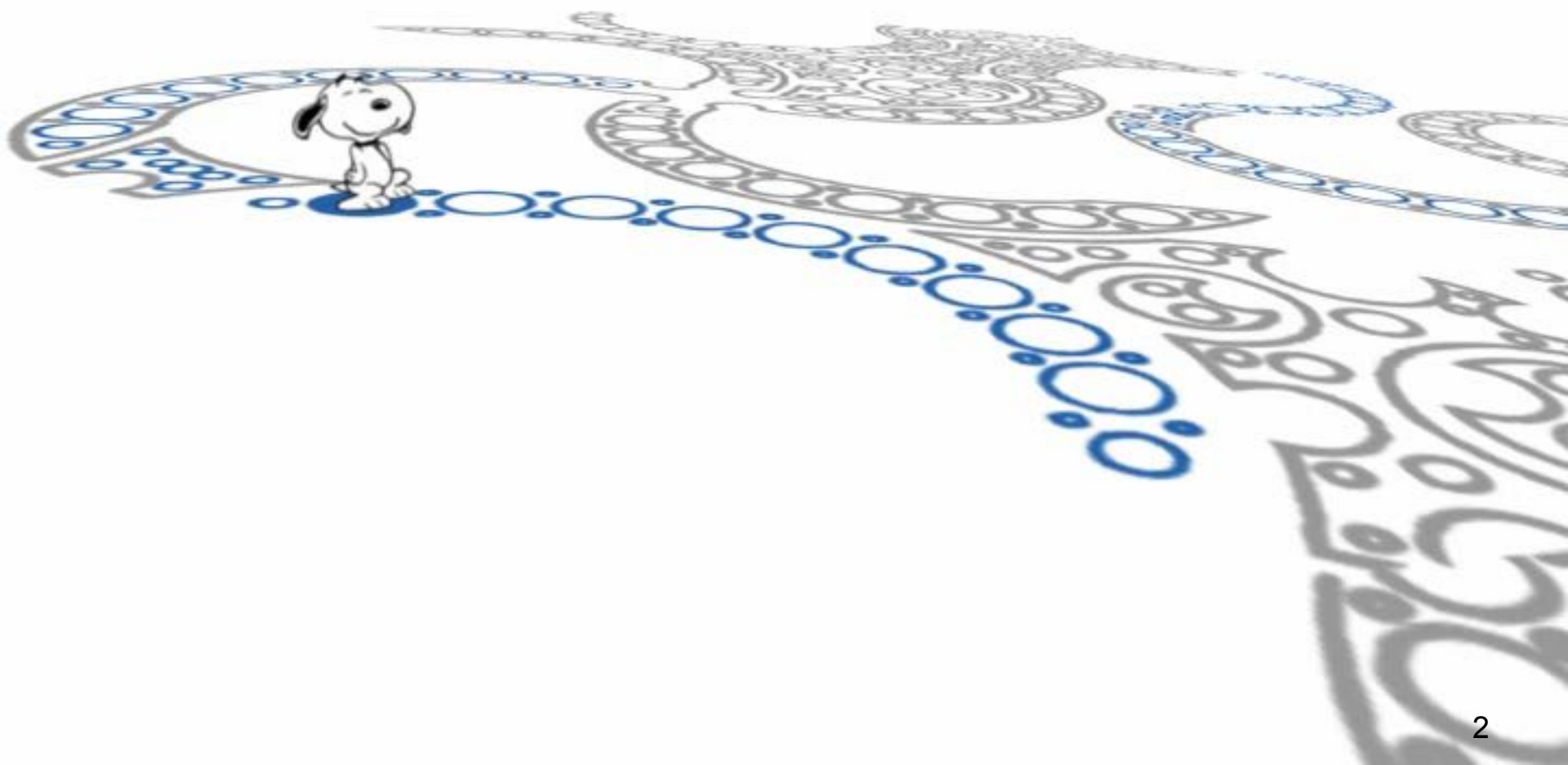
The logo for 'Life Changer' features the words 'life' and 'Changer' in a light blue, sans-serif font. A small, stylized yellow cartoon character is positioned between the two words. The background of the logo is white.

life
Changer

Октябрь, 2016

The logo for 'JA Russia' consists of a green triangle with a white stylized 'A' shape inside it. To the right of the triangle, the text 'JA Russia' is written in a green, serif font. Below this, in a smaller green font, is the text 'A Member of JA Worldwide'. The background of the logo is white.

JA Russia
A Member of JA Worldwide



MetLife

Страхование в нашей жизни:



- Жизнь и здоровье – самое важное из всего, чем владеет каждый человек.
- Но риск – это часть жизни, и поэтому люди должны разбираться в том, как защитить себя от неблагоприятных последствий внезапных событий, угрожающих их жизни и здоровью.
- Страхование можно сравнить с подушками безопасности, которыми оборудуются автомобили. Они предназначены для защиты водителей и пассажиров и снижения причиненного ущерба в случае аварии.

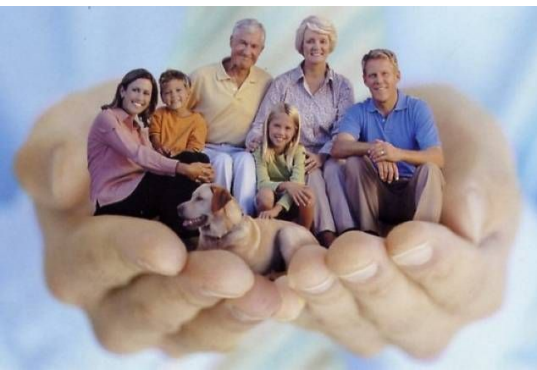


ТИ страховани Я:

Страхование помогает:

- подготовиться ко многим событиям, в том числе нежелательным;
- решить целый комплекс финансовых вопросов;
- защититься от крупных незапланированных потерь за счет регулярных относительно небольших выплат.

Страхование – это важный компонент управления личными финансами, которое помогает людям планировать свое будущее и обеспечивать безопасность и благополучие себе и своим близким.



ие в киберпрост

ранстве

Виртуальная реальность и жизнь в цифровом мире давно перестала быть фантастикой голливудских фильмов.

Человек настолько плотно связан с сетью, что мы не можем представить своё существование без использования интернет ресурсов и компьютерных новинок:

- социальные сети, лайки, репосты, фоловеры, ...
- оплата путешествий, услуг ЖКХ, ...
- покупки через интернет,
- онлайн шутеры,
- киберспорт и многое другое



Ваша задача



В киберпространстве, как и в реальной жизни, мы сталкиваемся с рисками.

Подумайте:

□ какие опасности поджидают нас в сети?

□ как они могут повлиять на здоровье, финансовое благополучие и другие аспекты реальной жизни человека?

□ что может сделать страховая компания, чтобы помочь уберечь себя и своих близких от ошибок в сети?

Ваша задача



Представьте что Вы – сотрудник продуктового центра страховой компании.

1. Разработайте концепцию продукта страхования, убедительно демонстрирующего, как создать «подушку безопасности» на случай внезапных неблагоприятных событий в киберпространстве.

- Придумайте яркое название продукта
- Определите цель продукта:
для чего нужен этот продукт,
какие риски он будет покрывать
- Определите, для кого создан продукт, кому он предназначен
- Определите финансовую рентабельность продукта
- Определите, кто и где будет продавать продукт

Ваша задача



2. Разработайте стратегию продвижения вашего продукта

□ Как будет рекламироваться продукт?

3. Подготовьте 3-х минутную презентацию концепции страхового продукта. Желательно смоделировать ситуацию, в которой продукт представляется (на ваш выбор):

- потенциальному потребителю**
- потенциальному инвестору**
- президенту страховой компании**

Критерии оценки

- Новизна и оригинальность идеи
- Логичность продукта, его применимость и возможность реализации в реальных условиях
- Проработанность и комплексность решения
- Емкость презентации и выразительность выступления





УДАЧИ!

