

Формуляр за участие в конкурс
ЗАСТРАХОВАТЕЛИ ЗА ОБЩЕСТВОТО 2025

Краен срок за подаване на формуляра: 29.08.2025 г.

I. Контактна информация:	
Име на компанията	Алианц България
Сайт на компанията	https://www.allianz.bg
Контактно лице e-mail телефон	Райна Радкова – директор „Бранд и комуникации“ rayna.radkova@allianz.bg 0885 443 438 Ива Тодорова – главен специалист „Бранд и комуникации“ iva.todorova@allianz.bg 0886 421 106
Моля, посочете на коя асоциация сте член:	Асоциация на българските застрахователи

II. Информация за номинирания проект/инициатива	
1.	Име на проекта/инициативата, която номинирате за наградата: Време за теб. С грижа за теб.
2.	Период на реализация: (месец, година): октомври-ноември 2024 <i>Моля, отчетете, че активностите по проекта/инициатива следва да са реализирани през 2024 г., при необходимост, следваща логиката на проекта - до края на м. юни 2025 г.</i>
3.	Периодичност (ежегодно, еднократно, нерегулярно): ежегодно, регулярно
4.	Бюджет и способи за осъществяване на проекта/инициативата <i>Моля посочете способите за осъществяване му, като например: парични средства, доброволчески труд, предоставяне на активи, дарение на материали и други.</i>
5.	Описание на проекта/инициативата: цели, задачи, целеви групи Инициативата „Време за теб. С грижа за теб.“ обръща внимание на най-ценния ресурс – времето за собственото ни здраве. Тя представлява интегрирана програма за здравна култура и здравна профилактика сред екипа на Алианц България, и популяризиране на важността на превенцията и ранната диагностика на заболявания сред обществеността. Инициативата превръща корпоративната грижа в реално действие: съчетаваме експертна медицинска среща (Women’s & Men’s Health Days) с последващи малки навици и лесни стъпки – чеклист за профилактика, практични насоки по възраст и формати за бърза консултация.

Вместо абстрактни кампании, даваме конкретен повод и работно място, където разговорът за физическото и менталното здраве е достъпен и подкрепен от експертното мнение на медицински специалисти.

Онлайн съдържание (органично и платено) усилва посланието и го превръща в поведение – записани прегледи, извършени изследвания, създаване на устойчиви навици.

Фокусът е човекът.

Така инициативата повишава информираността, намалява предразсъдъците, изгражда култура на благополучие и показва как работодателят може смислено да подкрепи превенцията – не с думи, а с преживяване, инструменти и измерим ефект.

Цели

- Да повиши информираността и мотивацията за редовни профилактични прегледи при жените и мъжете в компанията.
- Да нормализира разговора за физическо и ментално здраве на работното място и да намали бариерите за действие (записване на прегледи, следване на препоръчани изследвания, здравословен начин на живот).
- Да осигури достъп до достоверна експертиза чрез лекари-специалисти и практични насоки (рутинни прегледи у дома/при специалист).
- Да укрепи културата на благополучие и имиджа на работодател, който се грижи за своите служители.
- Да популяризира сред клиентите и обществеността важността на превенцията и провеждането на медицински профилактични прегледи.

Партньорства

- Acibadem City Clinic
- УМБАЛ „Токуда“
- HeadHunters

6. Описание на дейностите, извършени по проекта/инициативата

Име на инициативата: „Време за теб. С грижа за теб.“ — интегрирана програма за здравна култура и профилактика сред екипа на Алианц България.

6.1 Подготовка и креативна рамка

Създаване на единна творческа концепция и ключов визуален елемент, базирани на идеята, че когато се грижим за себе си, имаме време за всичко.

6.2 Комуникация (органична и платена)

- Планиране и изпълнение на съдържание в социалните мрежи (статични постове, карусели, анимирани видеа, Reels/Stories) със специфични цели по фуния: Reach / Video Views / Landing Page Views. Активности в META и DV360 за максимално покритие и ефективност на формати по плейсмънт (feed + stories, видео).

6.3 Активности

Провеждане на две хибридни вътрешни събития с медицински експерти:

- **Women's Health Day (29.10)** — събитие с лектор д-р Гургана Георгиева (образна диагностика, Acibadem City Clinic): новости в областта на мамологията и образната диагностика, превенция и практични насоки за рутинни прегледи у дома и при специалист. Подготвено е и вътрешно видео-резюме.
- **Men's Health Day (19.11)** — събитие с лектор д-р Адриан Попов (началник Урология, УМБАЛ „Токуда“): теми за ментално и физическо здраве, ключови изследвания по възраст, практики за превенция; допълнителна активация с HeadHunters – комплимент от професионални бръснари – оформяне на мустак/брада на присъстващите.
- Създаване и разпространение на съдържание в социални мрежи: статични постове, карусели, анимирани и кратки видеа (Reels/Stories), кампании за Reach и Landing Page Views (META), както и DV360 активации.
- Подготовка на насоки и чеклист за профилактични изследвания по възраст и пол.
- Координация с HR/мениджъри за максимално участие и последваща обратна връзка за подобрения.

6.4 Материали и присъствено брандиране

- Производство и разпространение на постери и стикери за офисите, брандирани пинчета и картончета за участниците; допълнителни визуални елементи в централата. Целта е популяризиране на инициативата за важността на профилактичните прегледи.

6.5 Партньорства

- Координация с партньори - лечебни заведения - Acibadem City Clinic и УМБАЛ „Токуда“, за осигуряване на лектори – лекари в съответните области
- Координация с HeadHunters – професионални бръснари, оформяне на кът в офиса за грижа и поддръжка на външния вид – бради и мустаци на мъжете по време на събитието.

7 Постигнати резултати по проекта/инициативата

Резюме: Инициативата постигна широко покритие и ангажираност чрез съчетание на две хибридни вътрешни събития с лекари-специалисти и дигитални кампании (Reach / Video Views / LPV) в META и DV360.

Women's Health

- Reach: 827 747
- Кампания за Landing Page Views (3 креативи, feed + stories): 105 673 достигнати; 3 224 клика (спрямо планирани 2 300);

Men's Health

- Общо 376 332 импресии
- DV360: достигнати 73 556 души. META: достигнати 44 102
- Видео: 24 940 гледания

Заклучение: Комбинацията от експертни срещи и прецизно таргетирани дигитални формати доведе до мащабно покритие, измерима ангажираност и реални действия (LPV/видео гледания) – устойчива рамка за ежегодно надграждане.

Снимки (приложени в мейла към кандидатурата)

Women's Health Day



Men's Health Day



Благодарим Ви за участието в Застрахователи за обществото 2025!