



Презентация креативной концепции сайта «Сбербанк страхование»

Подготовлено 21.05.2015

Содержание:

1. Введение
2. Аудит текущего сайта «Сбербанк страхование»
3. Аудит ключевых страховых компаний РФ
4. Выводы по итогам аудита
5. Креативная концепция: описание
6. «Эмоциональная часть» (3 вида)
7. «Инженерная часть»

Введение

Перед началом работ над проектом нами был проведен аудит текущего сайта, задачи были таковы:

- сверить «систему координат» исполнителя и заказчика
- не повторять ошибок предыдущего сайта

Дополнительно был проведен аудит ключевых страховых компаний РФ, задачи:

- избежать ошибок остальных игроков рынка
- увидеть, за счет чего можно выглядеть наиболее выигрышно

После проведения соответствующих работ мы сгенерировали и отобрали некоторое количество идей, которые вы увидите в этой презентации в виде реализованных дизайн-концепций.

Аудит текущего сайта

Эмоциональные и ассоциативные критерии

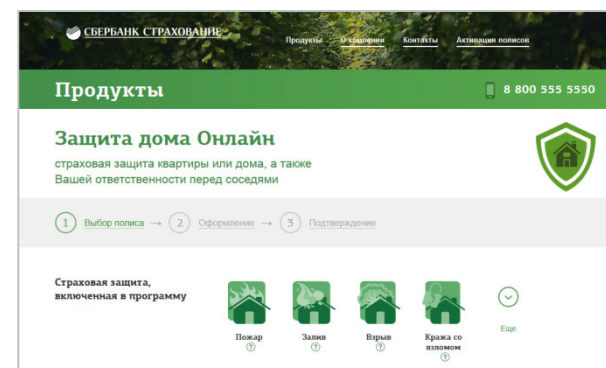
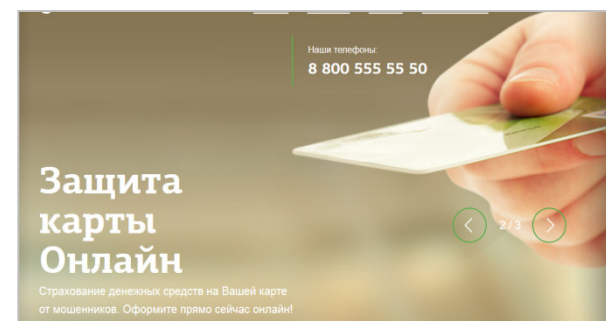
При анализе эмоциональных составляющих мы исходили из того, что целевая аудитория сайта это:

а) вся Россия

б) все социальные слои общества

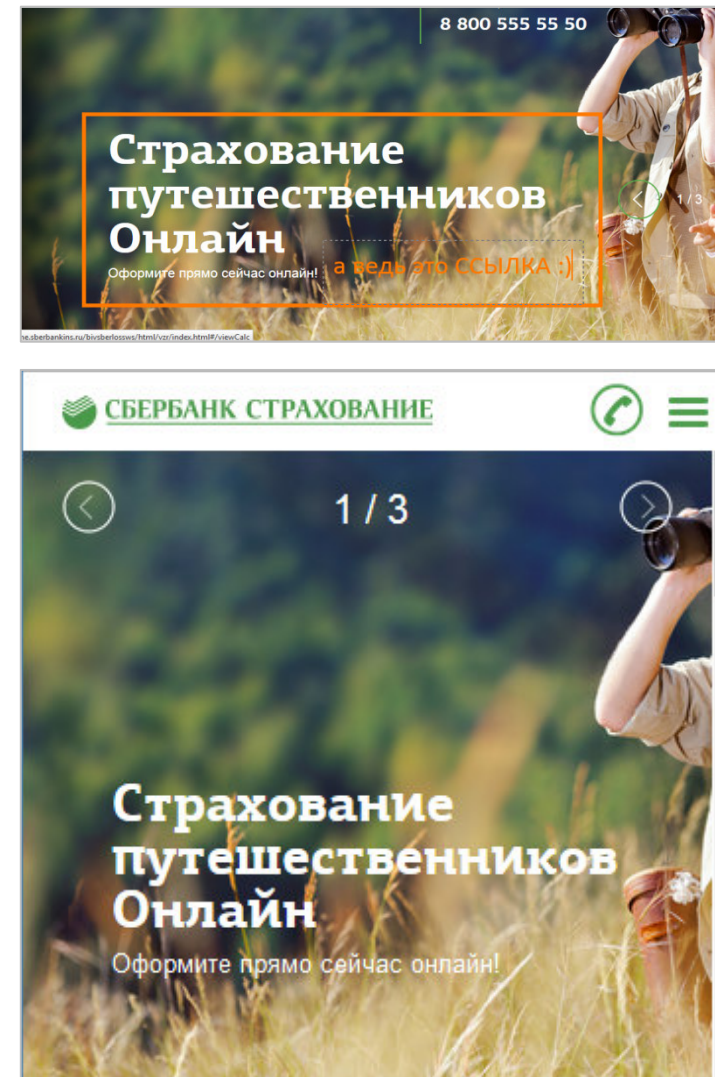
- Местами чужеродные ассоциации для ЦА
- В половине случаев – слишком абстрактные/нейтральные ассоциации с конкретным продуктом, не вызывающие никаких эмоций
- Странно, но именно **продуктовые страницы лишены каких бы то ни было образов**, хотя, казалось бы, это «последний рубеж» борьбы за клиента и здесь нужно задействовать все методы – особенно эмоциональные

В целом: все слишком спокойно, уныло, «привычно по-сбербанковски». Прорывом, инновациями, свежестью, оригинальностью – не пахнет, увы. Даже статическую концепцию можно было оформить дружелюбнее. Креатив «не ушел дальше главной страницы».

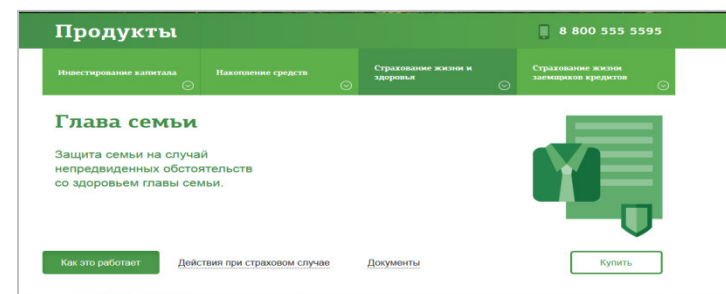
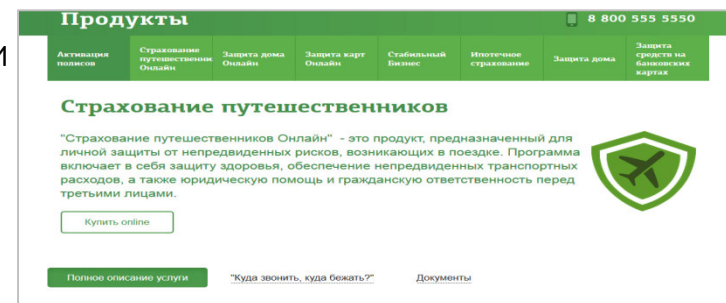
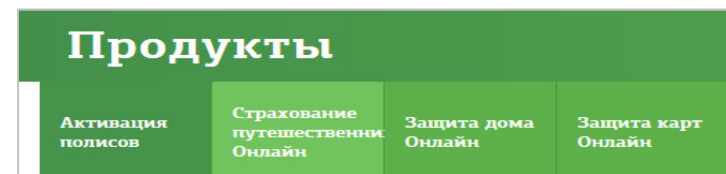
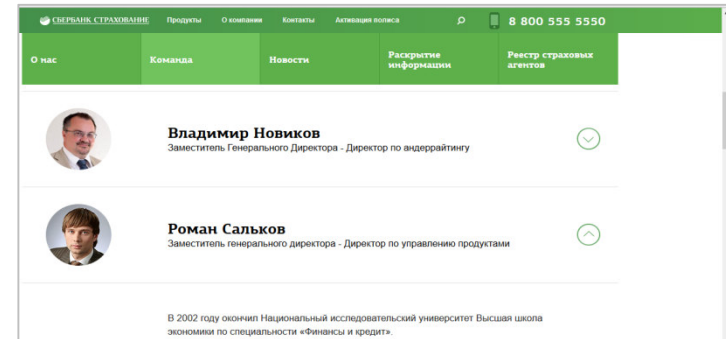


С точки зрения юзабилити

- На главной странице в «продуктовом слайдере» нет элементов СТА («призыв к действию»)
- Главная при адаптиве.
Теряется смысловая часть изображений и появляются странные элементы управления. Вообще, оставлять слайдер в адаптиве – странный ход, разумнее сразу кратко показать все предложения (как у Тинькова, например) – или не мешать смотреть осмысленную текстовую часть сайта (сейчас, по сути, весь экран занят картинкой). Вместо этого мы заставляем грузить пользователя картинки, эмоциональная ценность которых сомнительна при таком кадрировании



- Просто огромное верхнее прилипающее меню
- Негибкое решение в дизайне меню, некоторые пункты не помещаются целиком
- Элементы СТА на продуктовых страницах
 - а) выглядит менее заметно, чем вспомогательные элементы
 - б) вообще теряется на фоне общей цветовой композиции
 - в) вообще, расположены не единообразно от продукта к продукту
- Продуктовые страницы в целом: информации очень много, но подается она «вся сразу» (хоть и распределенная по таблицам, меню). Нет каких-то «шагов» - ощущение после просмотра остается «я один на один с массивом непонятной информации». И излишне большие отступы в тексте/таблицах тут скорее мешают, т.к. создают впечатление что информации больше, чем на самом деле («ого какая длинная страница, сколько читать»).



- Шрифты. Непоследовательное использование фирменного шрифта в контенте, особенно в малых кеглях сильно ухудшает разборчивость текста (особенно – на мобильных)
- Местами в контенте присутствуют странные неоправданные с логической точки зрения элементы

Ваш полис покрывает

- Медицинская помощь ?
- Солнечные ожоги ?
- Медицинская транспортировка ?
- Репатриация ?
- Возвращение детей и присмотр за ними ?
- Визит родственников ?
- Оплата срочных сообщений ?
- Транспортные расходы ?
- Стоматология ?
- Утеря/хищение документов ?
- Поисково-спасательные работы ?
- Проживание в отеле до транспортировки ?
- Переводчик ?

Выбер

Минимальная

Необходимый минимум для оплаты медицинской помощи за границей

€ 30 000

Вопросы и пожелания

По всем вопросам

Общество с ограниченной ответственностью Страховая компания «Сбербанк страхование»

Лицензия СИ №4331 от 08.10.2014 г.

Юридический адрес:
119049, г. Москва,
ул. Большая Якиманка, дом 42,
строение 1_2, офис 209
Фактический адрес:
[ул. Павловская, дом 7](#)



Срок страхования

Определяется страхователем



Аудит «Топ-10 страховых РФ»

В рамках данного аудита рассмотрены следующие страховые компании:

1. Тинькофф страхование
2. Альфа страхование
3. Альянс
4. ВСК
5. ВТБ страхование
6. Ингосстрах
7. Ренессанс страхование
8. РЕСО-гарантия
9. Росгосстрах
10. СОГАЗ
11. Согласие

Тинькофф Страхование

<https://www.tinkoffinsurance.ru/>

Первое впечатление: современно, здорово, но слегка «по-хипстерски»

Общий комментарий: общий концепт - хороший. Слайдер на главной - смотрится великовато. Очень хороший адаптив главной. Меню, свернутое всегда - спорное решение.

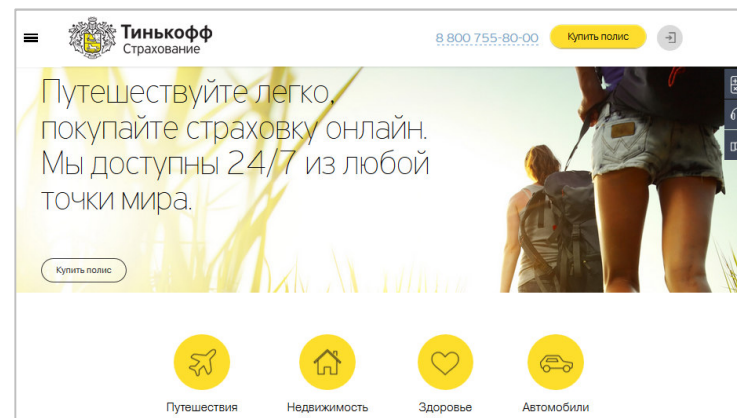
Продуктовые иллюстрации: используют и на главной, и на продуктовых. Образы подобраны идеально: идея + эмоциональная близость + «фото из России» (а не с западных фото-стоков). Анимации нет.

Продуктовая страница:

<https://www.tinkoffinsurance.ru/calculator/newvzr/#calculator/newvzr/flat/newvzr>

Хорошо, но слегка «рассредоточено». Раздел «как все устроено» будет слегка непривычен для пользователя «среднего уровня». Формы аккуратные, «пошаговые» - все отлично. Пояснения «Купите полис онлайн за 2 минуты» - великолепно!

Калькулятор на выходе генерирует сразу несколько вариантов (стандартный, расширенный, эконом) — относительно запроса пользователя. Также сайт запоминает расчеты пользователя.



Альфастрахование

<http://www.alfastrah.ru/>

Первое впечатление: строго, приятно, но «без огонька»

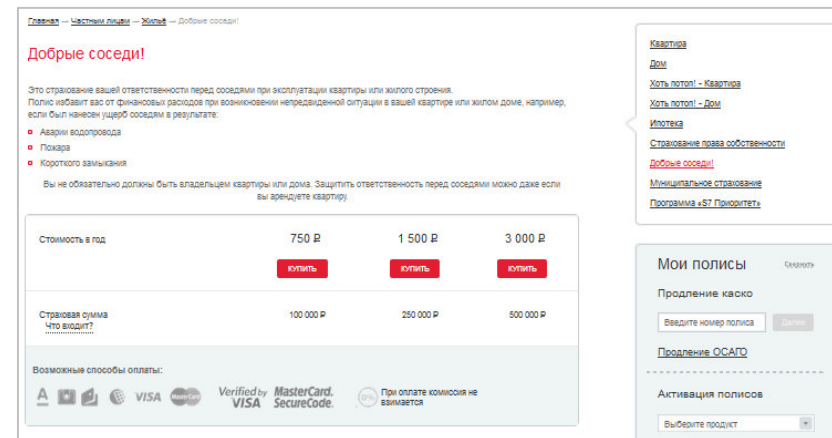
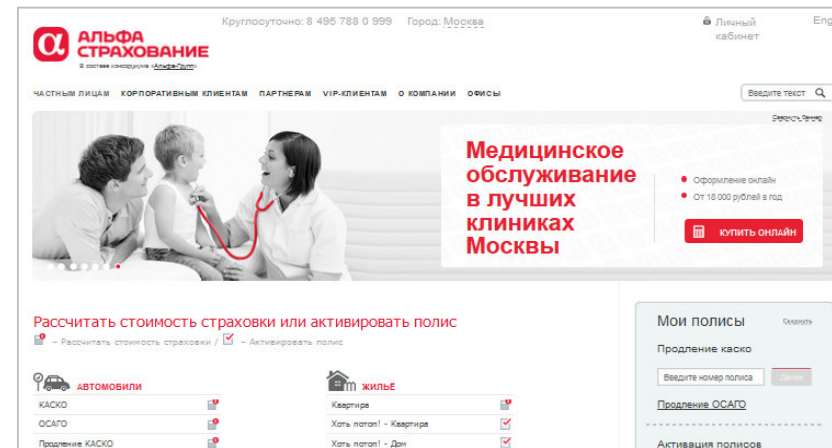
Общий комментарий: хорошая логика, функциональный слайдер на главной

Продуктовые иллюстрации: не используют дальше главной страницы. Анимации нет.

Продуктовая страница:

<http://www.alfastrah.ru/individuals/housing/protection/>

Понятные продуктовые страницы с четкими СТА-элементами.



АЛЬЯНС

<http://www.allianz.ru/>

Первое впечатление: шаблонно и «корпоративно».

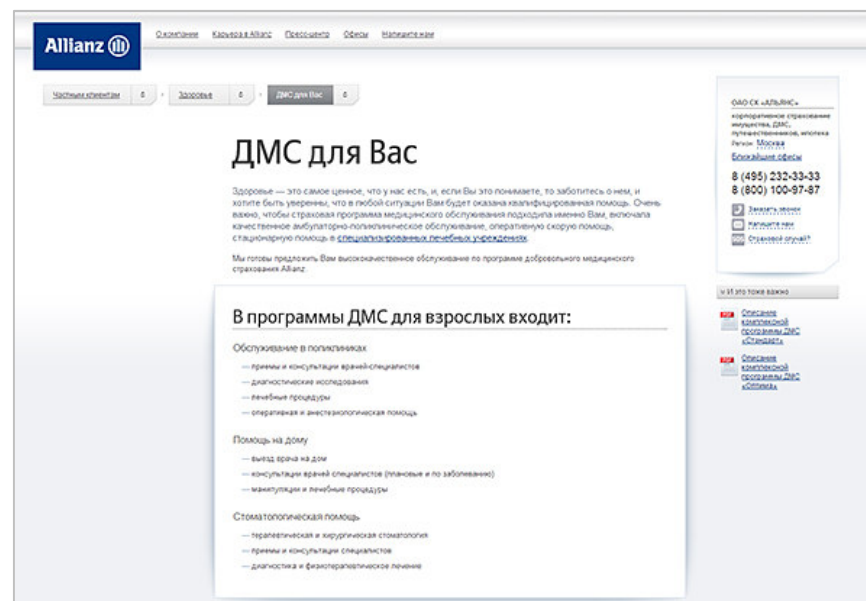
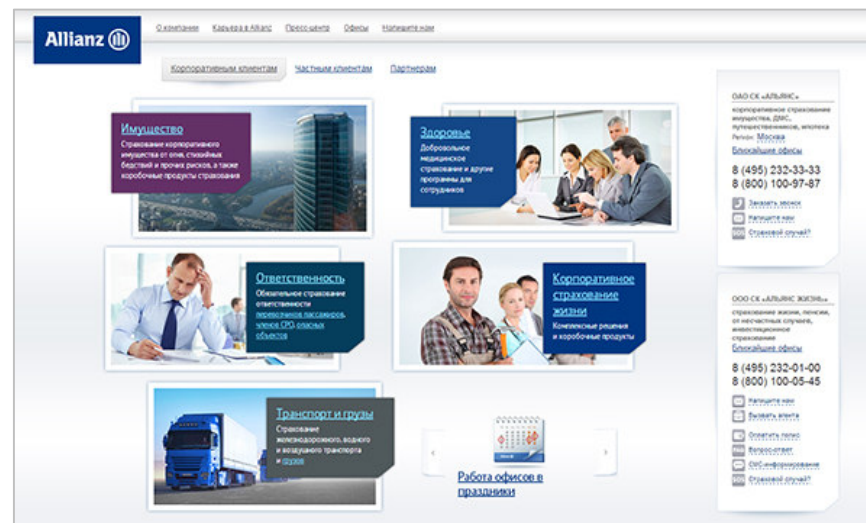
Общий комментарий: сайт как инструмент онлайн-продаж им явно не интересен.

Продуктовые иллюстрации: используют и на главной, и на продуктовых. Образы нейтральные, на 50% «западные фото-стоки». Анимации нет.

Продуктовая страница:

<http://www.allianz.ru/ru/moscow/individuals/dms/dms/>

Просто текст, СТА вообще нет.



ВСК

<http://www.vsk.ru/>

Первое впечатление: шаблонный дизайн а-ля «типичная региональная строительная компания»

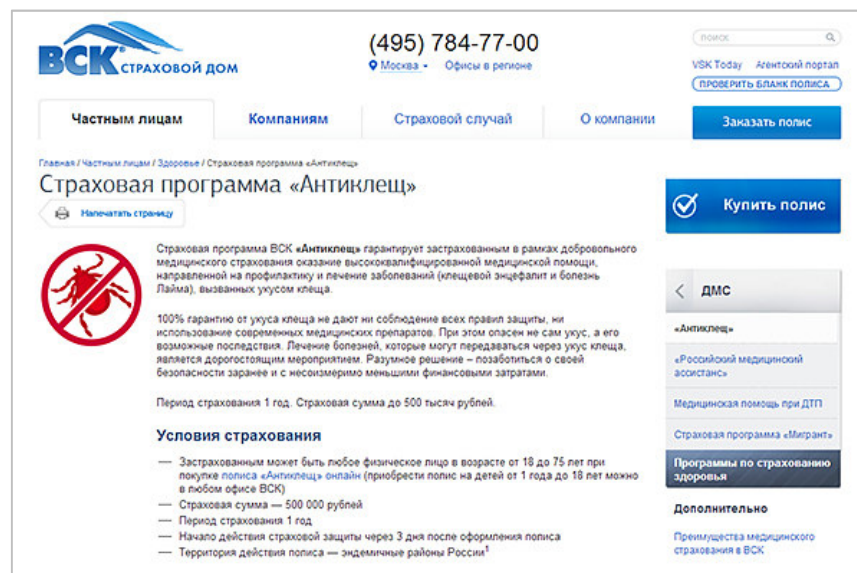
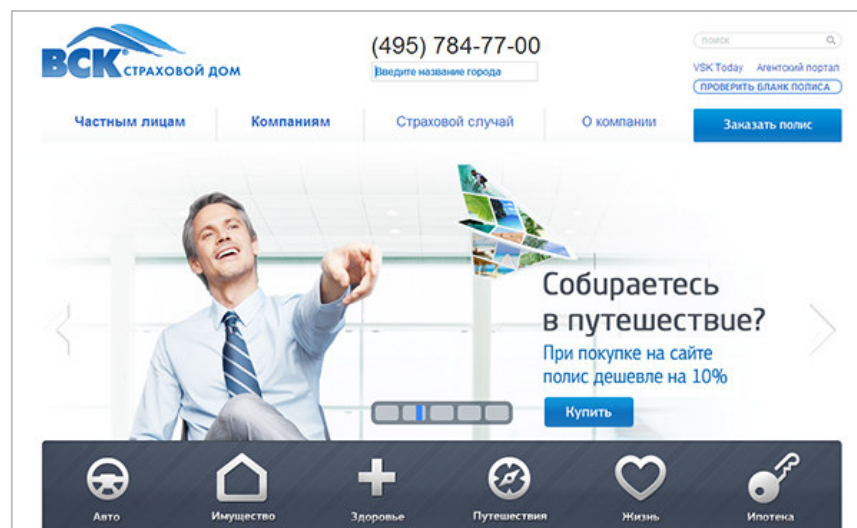
Общий комментарий: шаблонное ощущение от главной. Поле выбора города – крайне неудачное оформление

Продуктовые иллюстрации: не используют вообще.
Анимации нет.

Продуктовая страница:

http://www.vsk.ru/individuals/health/anti_mite/

Элементы СТА теряются.



ВТБ СТРАХОВАНИЕ

<http://www.vtbins.ru/>

Первое впечатление: красиво, но ничего толком не работает

Общий комментарий: навигация запутанная. Главная вообще ничего не продает. От главной ощущение «сделали, чтобы было».

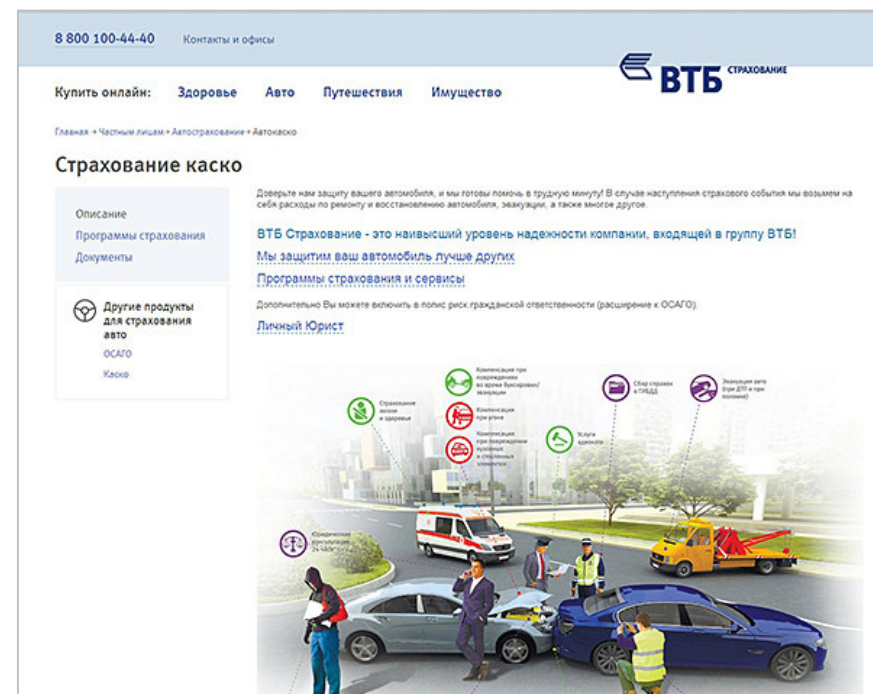
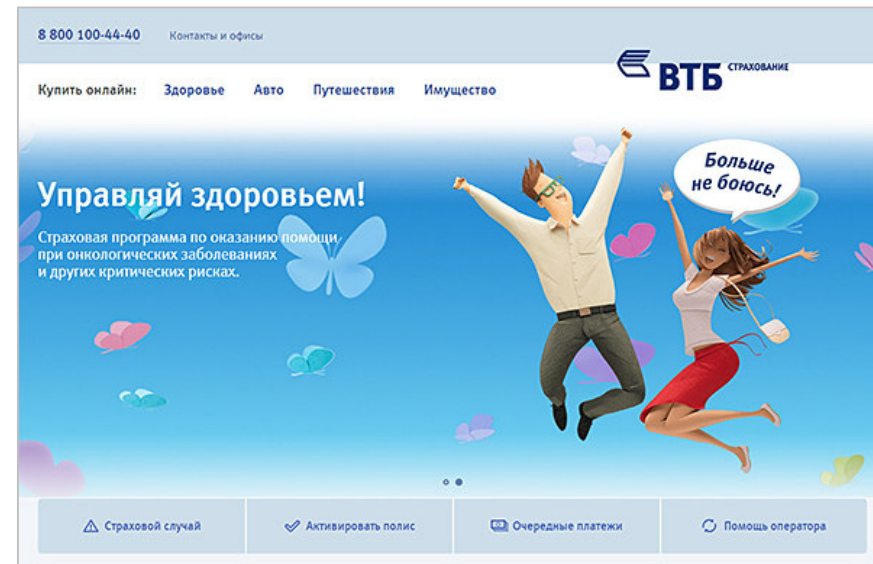
Продуктовые иллюстрации: общий концепт - отличный («о страховании - с юмором», «СТРАХование - это не страшно»). На внутренних - не используют (хотя раньше было, и вполне неплохо). Анимации минимум.

Продуктовая страница:

http://www.vtbins.ru/individual/auto_insurance/casco/

Подход не «что вам нужно?» а «вот что мы предлагаем» (<http://www.vtbins.ru/individual/>)
Продуктовые - УЖАСНЫ.

СТА вообще нет (есть, но выглядят как элемент меню), мало того -
http://www.vtbins.ru/individual/auto_insurance/osago/ - здесь вообще ошибка :)



Ингосстрах

<http://www.ingos.ru/>

Первое впечатление: похоже на интернет-магазин игрушек

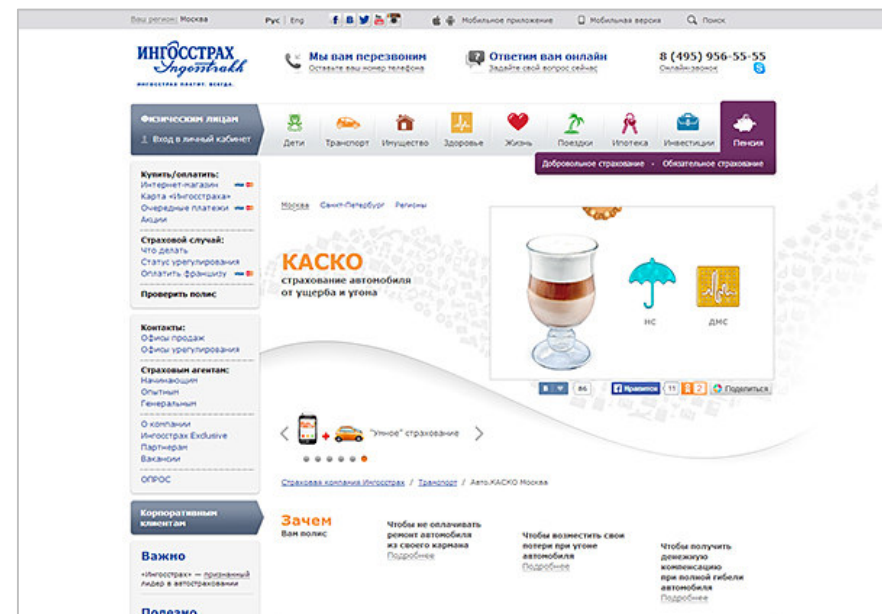
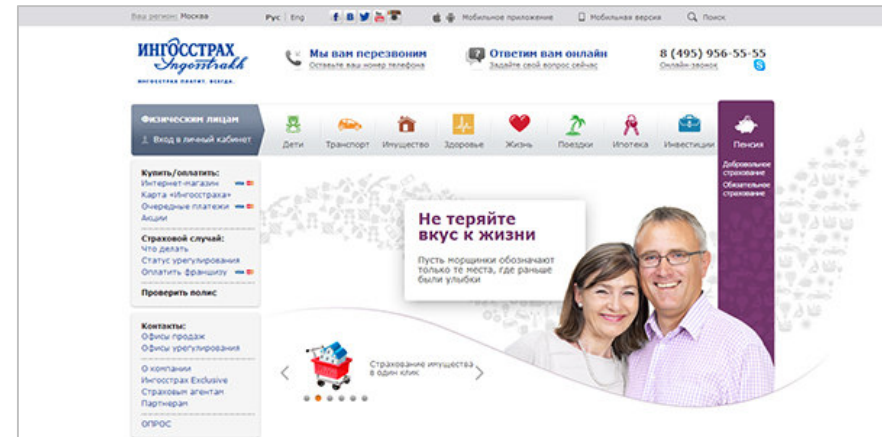
Общий комментарий: главная - каша (и нелогичные элементы), при этом неплохие иконки и образы

Продуктовые иллюстрации: на главной - хорошо (но не всегда удачные ассоциации, например, «имущество» - совсем не к месту фото). На внутренних - не используют. Анимации нет.

Продуктовая страница:

<http://www.ingos.ru/ru/private/auto/kasko/msk/>

Ужасно. СТА скрыты на 2-м экране, в шапке - имиджи других продуктов.



ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ

<http://www.renins.com/>

Первое впечатление: строго, приятно, но «без огонька».

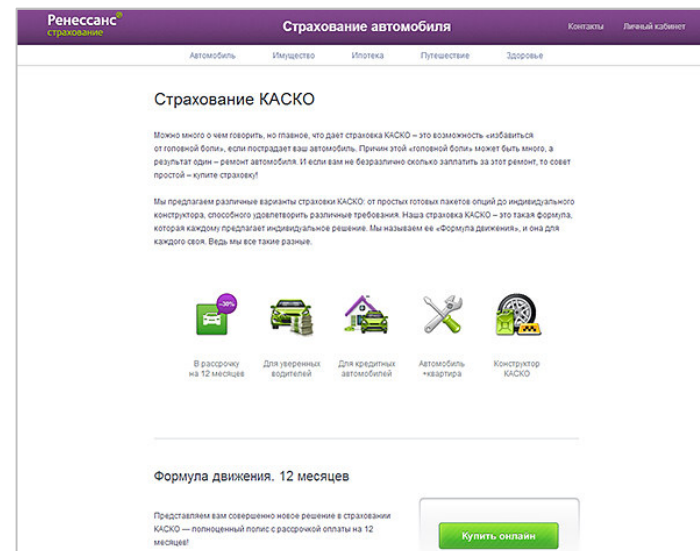
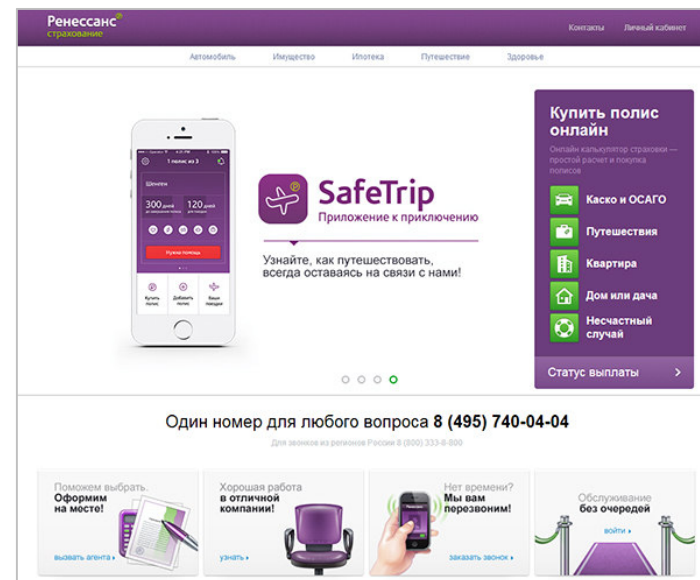
Общий комментарий: логичная и даже минималистичная (в хорошем смысле) компоновка главной. Общее ощущение от сайта «все очень просто, я всегда быстро найду то, что мне необходимо». Небольшой минус - несоответствие изображений в слайдере СТА-элементу (а точнее - отсутствие СТА у самого «слайда»). Неплохие выпадающие меню, но немного странный пункт «Купить» - по центру меню.

Продуктовые иллюстрации: не используют вообще. Анимации нет.

Продуктовая страница:

<http://www.renins.com/insurance/auto/kasko/>

Калькулятор - долго грузится, но очень логичный и понятный (<http://www.renins.com/buy/property/#edit/DZS-150415-219/options>), сразу есть «сравнение продуктов». Последующая форма (например, «страхование квартиры») воспринимается очень легко, но есть минус - СТА-элемент отнесен слишком далеко от конца формы.



РЕСО-ГАРАНТИЯ

<http://www.reso.ru/>

Первое впечатление: морально устаревший дизайн

Общий комментарий: очень странная компоновка главной. Вообще с логикой проблемы: зашел на «корпоратив», мне же рекламируют «каска». Меню «частникам/корпоратив» такое, что понимаешь с точностью до наоборот.

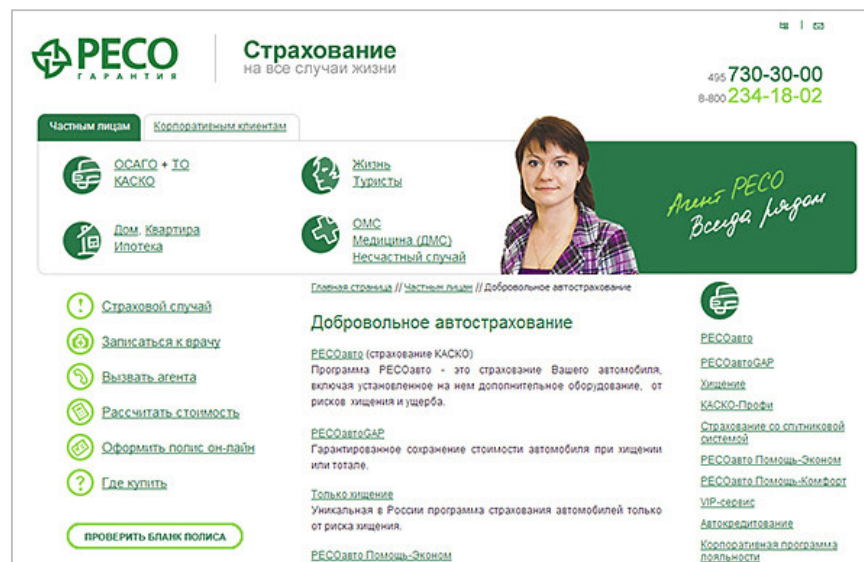
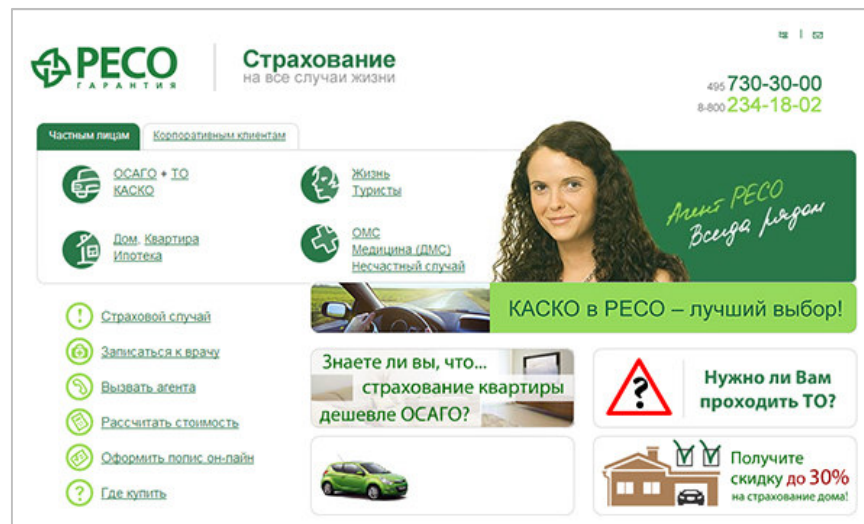
Продуктовые иллюстрации: не используют вообще.

Анимации нет.

Продуктовая страница:

<http://www.reso.ru/Retail/Motor/>

Просто текст.



Росгосстрах

<http://www.rgs.ru/>

Первое впечатление: мило, но скучно

Общий комментарий: главная - стройная, без изысков. Очень хорошо - расширенное выпадающее меню (но без полупрозрачности было бы лучше)

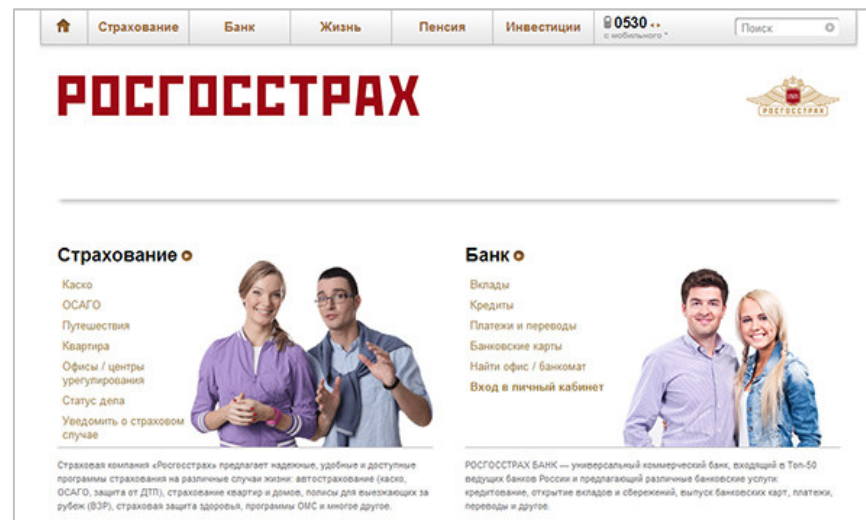
Продуктовые иллюстрации: на главной - живые фото, но не лучшего качества обработки и без какой-либо креативной идеи. Внутри - не используют.

Анимации нет.

Продуктовая страница:

http://www.rgs.ru/products/private_person/auto/casco/brief/index.wbp

Каша. СТА - теряются в общей куче.



Согаз

<https://www.sogaz.ru/>

Первое впечатление: хайтек с имитацией западного подхода

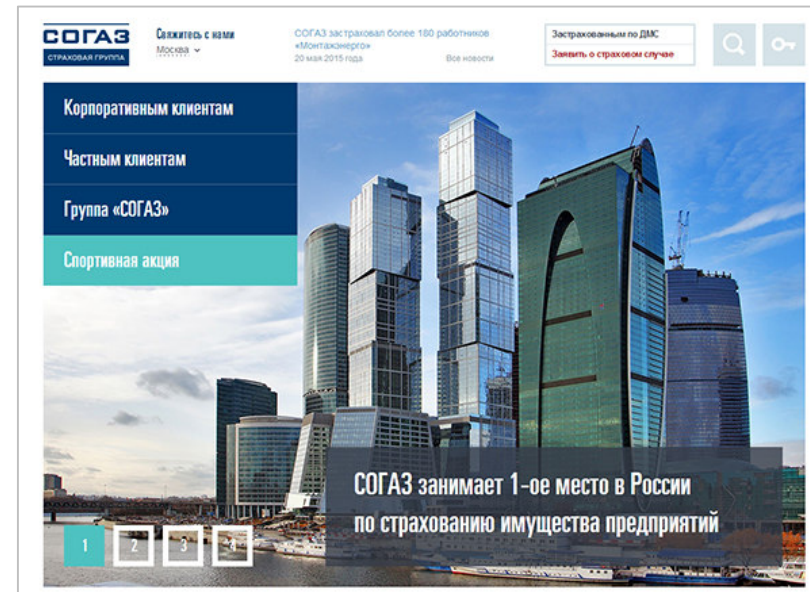
Общий комментарий: красиво, но мало функционально. Плюс проблемы с быстродействием. Причудливое для большинства ЦА расположение элементов. Впрочем, пример не показательный, т.к. компания явно ориентирована на госсектор и крупный бизнес.

Продуктовые иллюстрации: как ни странно - и на главной, и на продуктовых - работают с этим. На <http://sogaz-life.ru> - 50% "с западных фотостоков". В целом изображения неплохие, но отсутствует близость ЦА. Анимации нет.

Продуктовая страница:

<https://www.sogaz.ru/private/automobile/classic/?popup=Y>

Продуктовые - формы «длинной портянкой».



СОГЛАСИЕ

<http://www.soglasie.ru/>

Первое впечатление: мило и красиво, но ни черта не понятно :)

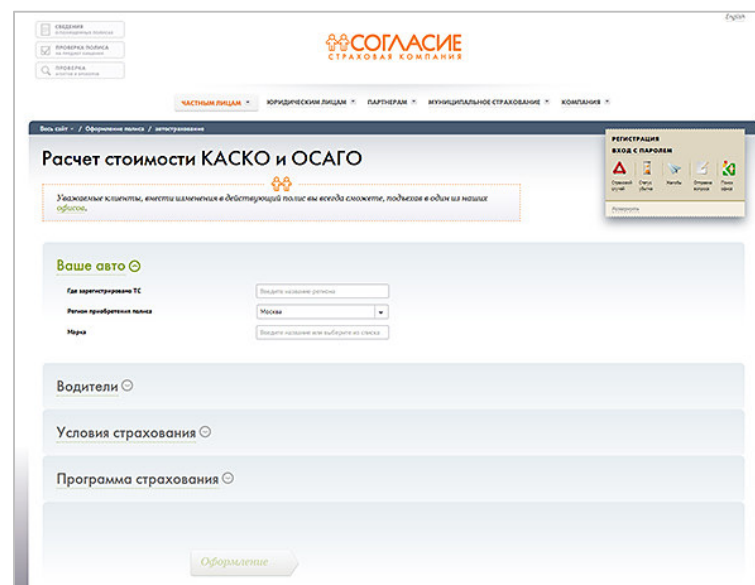
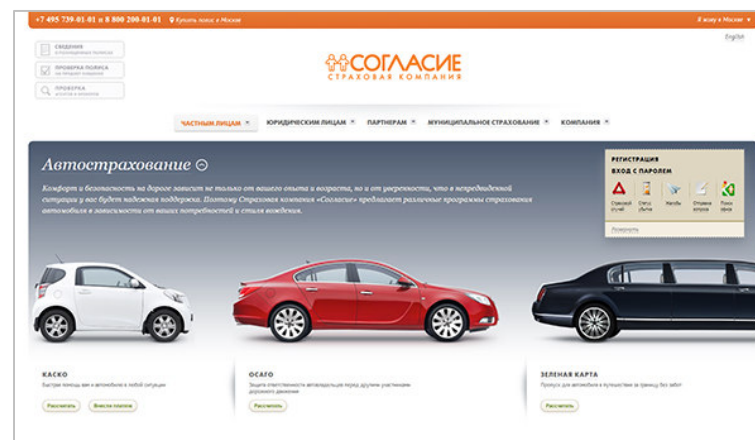
Общий комментарий: главная: скомканная подача. Кнопки с выпадающим меню «только по нажатию на треугольничек» - непривычны для типового пользователя. Непоследовательная логика меню: часть - локальные ссылки (блок «на этой же странице»), часть - на другой сайт вообще. Совершенно непонятно, почему все продукты по частным лицам помещены на одной странице - ни для восприятия не удобно, ни для поискового продвижения. Если нажать, например, на «юрлицам / страхование транспорта» - то откроется блок, поверх него будет по-прежнему расположено раскрытое меню.

Продуктовые иллюстрации: только на главной и очень скудно, почти не используют. Анимации минимум.

Продуктовая страница:

<http://www.soglasie.ru/making-policy/car-insurance/>

Неочевидная логика «что делать на странице». Четких СТА также нет.



Выводы по итогам аудита

Изучив как старый сайт «Сбербанк страхование», так и конкурентную среду, приходим в следующим выводам:

1. Мало кто работает с качественными **продуктовыми иллюстрациями**. Из тех же, кто работает – многие не используют иллюстрации на продуктовых страницах, ограничиваясь только главной страницей.
2. Никто (вообще никто!) не использует **анимационные эффекты** именно в «продуктовой части».
3. **СТА-элементы** мало у кого оформлены заметно, часто их приходится долго искать, что недопустимо для «продающих онлайн» сайтов.
4. Не менее половины игроков рынка **подают информацию «всю сразу и за один раз»**, приводя пользователя к ситуации, когда «разбегаются глаза», вместо того, чтобы концентрировать внимание пользователя на желаемом целевом действии.

Креативная концепция: описание

Предлагаемая нами креативная сайта состоит из 2-х частей:

1. **«Эмоциональная часть»** (отвечающая за правильное восприятие бренда на эмоциональном уровне).
2. **«Инженерная часть»** (концепция пользовательского интерфейса, обеспечивающая простоту и удобство работы с сайтом).

Рассмотрим их отдельно друг от друга, т.к. принципы «инженерной части» применимы практически к любой креативной идее из «эмоциональной части».

Сначала перечислим ключевые принципы каждой части, а после – рассмотрим их применение на конкретных дизайн-макетах.

Эмоциональная часть:

В двух словах: «используем правильные яркие эмоциональные образы и придаем им динамику с помощью ненавязчивой анимации».

1. **Правильные эмоции и образы**, которые должны содержать иллюстрации: «надежность, уверенность, будущее». Это основано на самом понятии «страхование»: insurance = уверенность, т.е. «уверенность в будущем».

Чего быть не должно: «западные фото-банки», излишняя абстракция, негативные образы (болезнь, пожар и т.п.).

Что, напротив, подходит: эмоционально близкие образы, позитив, юмор, ассоциации с родной страной.

2. **Цветовое брендование** ключевых направлений услуг.
3. **Ненавязчивая анимация**. «Жизнь не стоит на месте, она движется. Страхование — как раз именно об этом». Анимация поможет выделиться на фоне всех СК России (напомним, никто не использует анимацию!), а заодно дать аудитории посыл «эй, Сбербанк больше не унылая контора, а современный и дружелюбный бренд!».

Инженерная часть:

1. Интерфейс, ориентированный на **максимально широкую ЦА**. Простой интерфейс («найти любую информацию в 2-3 клика»), использование привычных пользователю навигационных парадигм (избегаем «слишком современных» решений).
2. **Универсальность**: независимость от креативного содержания слайдов/иллюстраций.
3. **Расширенное выпадающее меню**: для клиента это означает «список всех услуг с возможностью сразу заказать нужную мне»
4. **Промо-блок на главной странице** для маржинальных направлений. Не просто «проматывает статичные картинки», а содержит соответствующие СТА-элементы (например, «Защитить имущество», «Вызвать агента» и т.п.). Блок сразу дает понимание, какие именно элементы содержит (а не просто «5 кружочков = 5 каких-то слайдов»).
5. **Многоуровневый промо-блок** на главной. Блок должен показывать не только группы услуг, или, наоборот - точечные услуги, но и давать возможность выбрать «соседние» услуги.
6. **Четкий контраст СТА-элементов**. Не «зеленым, потому что Сбербанк», а желтым – т.к. желтый чаще всего воспринимается пользователями как «цвет кнопок», а с другой стороны 99% ЦА используют Сбербанк.Онлайн – где кнопки имеют желтый/оранжевый цвет – что стало привычным.

6. Названия СТА-элементов делать не «сухими официальными» («Рассчитать онлайн»), а более «человечными» («Защитить имущество онлайн» и т.п.)
7. Прилипающие при прокрутке СТА-элементы на продуктовых страницах.
8. Минимум лишней информации на продуктовых страницах.
9. **Пошаговые Формы:** показывающие «где вы сейчас и сколько шагов осталось» (желательно с «человеческими» подсказками вроде «примерно 1 минута»).
10. Подсказки при заполнении форм.
11. **Сравнение продуктов.** Где есть несколько вариантов, обязательно делать «сравнение». Важно также давать выбор: «все опции / только различие».
12. Калькулятор услуг должен генерировать сразу **несколько вариантов расчетов** относительно запроса пользователя (стандартный, расширенный, эконом).
13. Сайт по возможности должен **запоминать расчеты** пользователя.
14. Обязательно **взаимодействие с клиентом:** пожелания, жалоба, наступление страхового случая, помощь оператора, обратный звонок. Все это надо не «искать на сайте», а сайт должен подталкивать пользователя к нужным действиям.
15. **Отзывы клиентов:** если получится получать реальные отзывы – это будет отличный мотивирующий фактор для ЦА!

Эмоциональная часть

В рамках настоящей задачи мы придумали 3 различных «эмоциональных концепции», которые несут немного различающийся эмоциональный посыл по отношению к бренду Сбербанка:

1. **Фотореалистичная:** «серьезный, стильный, реальная жизнь». Фото других людей вызывают доверие (особенно, если они несут доброжелательный посыл).
2. **Детская тематика:** «дружелюбный, знакомый с детства, с юмором». Фотографии детей, иллюстрирующих страховые продукты, вызывают еще больше доверия, а также несут дополнительные эмоции, связанные с родительскими чувствами.
3. **Рисунок:** «простой, доступный, с юмором». Такой подход позволяет говорить о страховых продуктах как о чем-то простом, понятном и «совсем не страшном». Данный вариант также предполагает использование несложной анимации элементов

Общее для всех 3-х вариантов: иллюстрации несут только позитивные эмоции, цветовое брендингирование разделов.

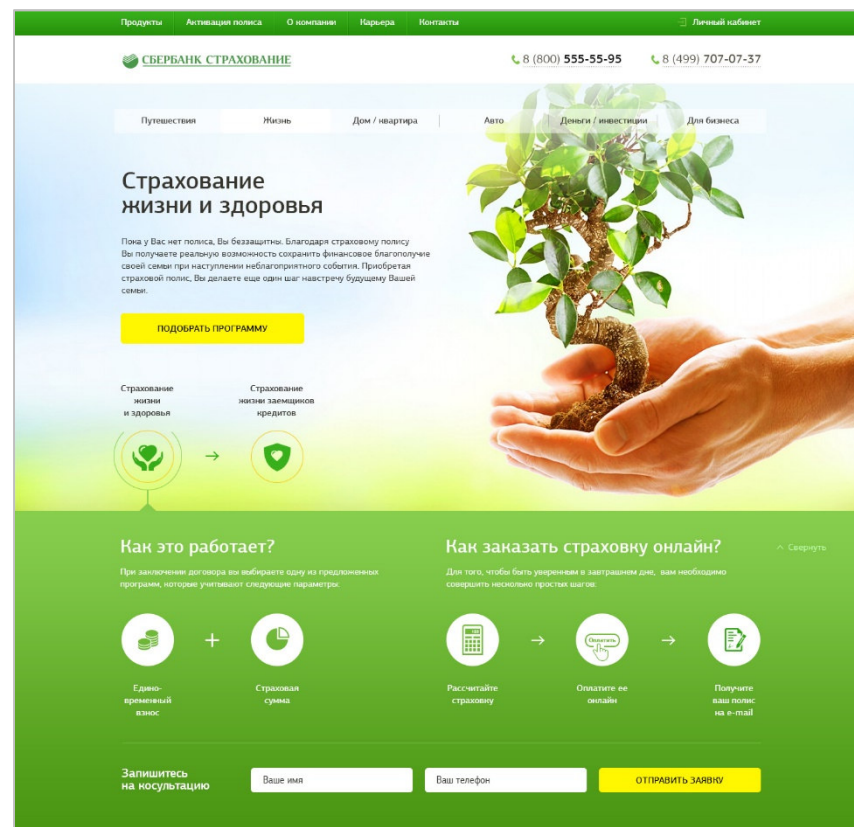
Важно: любой из 3-х вариантов концепции можно будет использовать не только на сайте и онлайн-кампаниях, но и «в оффлайне» (рекламные баннеры, оформление розничных отделений, раздаточные и POS-материалы и т.п.).

Цветовое брендрование разделов

Помимо чисто утилитарной функции, помогающей посетителю лучше ориентироваться на сайте, мы постарались вложить в цвета «правильные ассоциации»:

Раздел, цвет	Ассоциации
 Путешествия	Небо, море, облака ☺
 Жизнь	Ростки, трава, зеленое – цвет жизни
 Дом / квартира	Кирпич, земля, крыша
 Авто	Активность, скорость, движение
 Деньги / инвестиции	«Цвет денег»
 Для бизнеса	Серьезность, надежность, незыблемость

«Фотореалистичный концепт»



«Детская тематика»

Продукты

Активация полиса

О компании

Карьера

Контакты

Личный кабинет

СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ

8 (800) 555-55-95

8 (499) 707-07-37

Путешествия

Жизнь

Дом / квартира

Авто

Деньги / инвестиции

Для бизнеса

Страхование путешественников Онлайн

«Страхование путешественников Онлайн» – это продукт, предназначенный для легкой защиты от непредвиденных рисков, возникающих в поездке. Программа включает в себя защиту здоровья, обеспечение непредвиденных транспортных расходов, а также юридическую помощь и гражданскую ответственность перед третьими лицами.

ПОДОБРАТЬ ПРОГРАММУ

Страхование путешественников онлайн

Как это работает?

При заключении договора вы выбираете одну из предложенных программ, которые учитывают следующие параметры:

Единовременный взнос

+

Страховая сумма

Рассчитайте страховку

→

Оплатите ее онлайн

→

Получите ваш полис на e-mail

Залишитесь на консультацию

Ваше имя

Ваш телефон

ОТПРАВИТЬ ЗАЯВКУ

КАСКО

Мы создавали программу «Защита дома Онлайн» прежде всего для ответственных людей, которые думают не только о себе, но и о благополучии семьи. Вы также можете передать полис близкому Вам человеку и проконтролировать заботу на досуге, дополнив несколькими приятными пожеланиями.

ПОДОБРАТЬ ПРОГРАММУ

КАСКО

ОСАГО

→

Как это работает?

При заключении договора вы выбираете одну из предложенных программ, которые учитывают следующие параметры:

Единовременный взнос

+

Страховая сумма

Рассчитайте страховку

→

Оплатите ее онлайн

→

Получите ваш полис на e-mail

Залишитесь на консультацию

Ваше имя

Ваш телефон

ОТПРАВИТЬ ЗАЯВКУ

Продукты

Активация полиса

О компании

Карьера

Контакты

Личный кабинет

СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ

8 (800) 555-55-95

8 (499) 707-07-37

Путешествия

Жизнь

Дом / квартира

Авто

Деньги / инвестиции

Для бизнеса

Защита дома Онлайн

Мы создали программу «Защита дома Онлайн» прежде всего для ответственных людей, которые думают не только о себе, но и благополучии семьи. Вы можете передать полис близкому Вам человеку и проконтролировать заботу на деле, дополнив несколькими приятными пожеланиями.

ПОДОБРАТЬ ПРОГРАММУ

Защита дома

Ипотечное страхование

Как это работает?

При заключении договора вы выбираете одну из предложенных программ, которые учитывают следующие параметры:

Едино-временный взнос

Страховая сумма

Как заказать страховку онлайн?

Для того, чтобы быть уверенным в завтрашнем дне, вам необходимо совершить несколько простых шагов:

Рассчитайте страховку

Оплатите ее онлайн

Получите ваш полис на e-mail

Залишитесь на консультацию

Ваше имя

Ваш телефон

ОТПРАВИТЬ ЗАЯВКУ

СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ

8 (800) 555-55-95

8 (499) 707-07-37

Путешествия

Жизнь

Дом / квартира

Авто

Деньги / инвестиции

Для бизнеса

Инвестиционное страхование жизни «СмартПолис»

Инвестиционное страхование жизни. 100%-ная защита капитала, высокий потенциал инвестиционного дохода.

ПОДОБРАТЬ ПРОГРАММУ

Инвестиционное страхование

Накопление средств

Защита средств на банковских картах

Как это работает?

При заключении договора вы выбираете одну из предложенных программ, которые учитывают следующие параметры:

Едино-временный взнос

Страховая сумма

Как заказать страховку онлайн?

Для того, чтобы быть уверенным в завтрашнем дне, вам необходимо совершить несколько простых шагов:

Рассчитайте страховку

Оплатите ее онлайн

Получите ваш полис на e-mail

Залишитесь на консультацию

Ваше имя

Ваш телефон

ОТПРАВИТЬ ЗАЯВКУ

Примечание относительно фото-ориентированных концептов:

При изготовлении дизайн-макетов мы использовали выкупленные с фото-банков изображения.

Если же «Сбербанк Страхование» примет решение использовать уникальные фото-изображения, то это потребует продолжительных и в некоторой степени затратных работ (идеи и сценарии для каждого страхового продукта, сценарий съемки и раскадровка, кастинг, аренда студии/аппаратуры/реквизита и оплата фотографа, ретушь, коллажи), однако, даст уникальный для рынка РФ концепт.

При этом, текущая реализация дизайн-макетов позволит практически безболезненно заменить фотографии на «авторские уникальные».

«Рисунок»

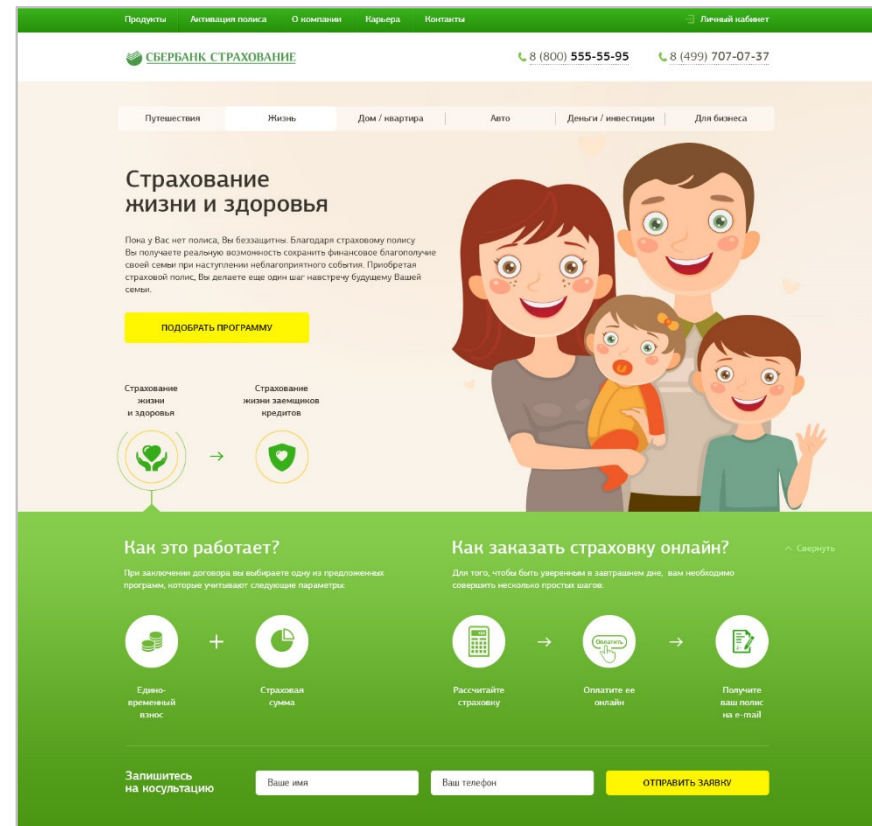
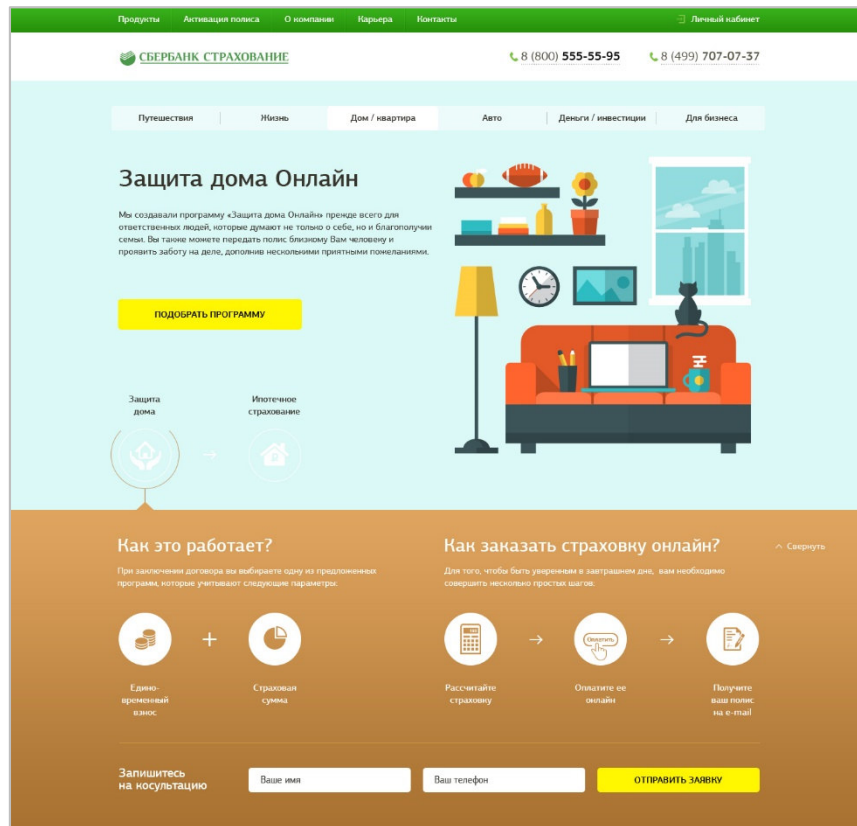


Рисунок: анимация

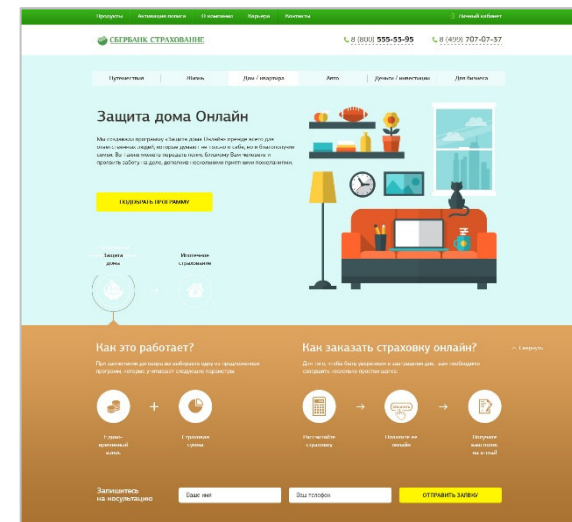
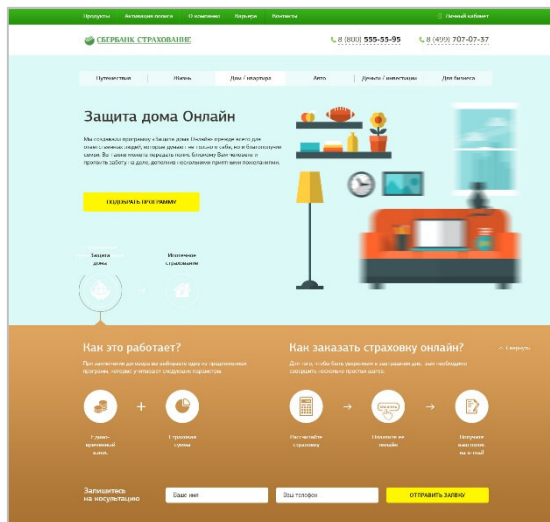
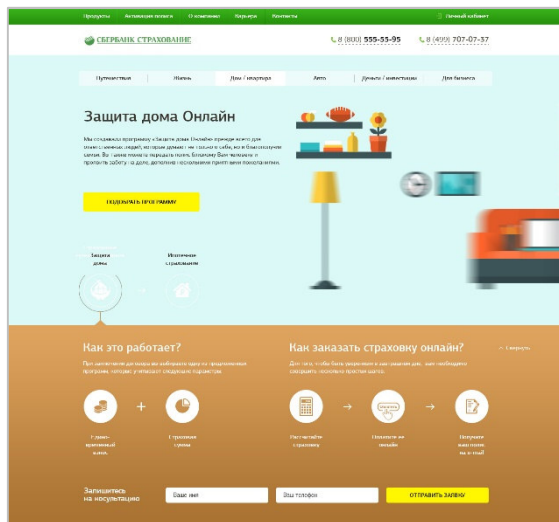
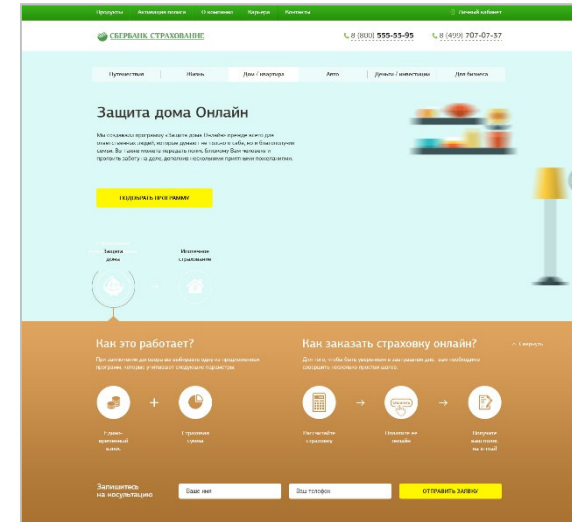
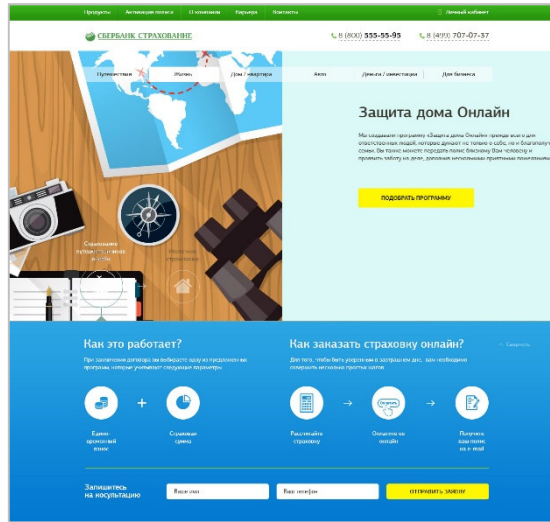
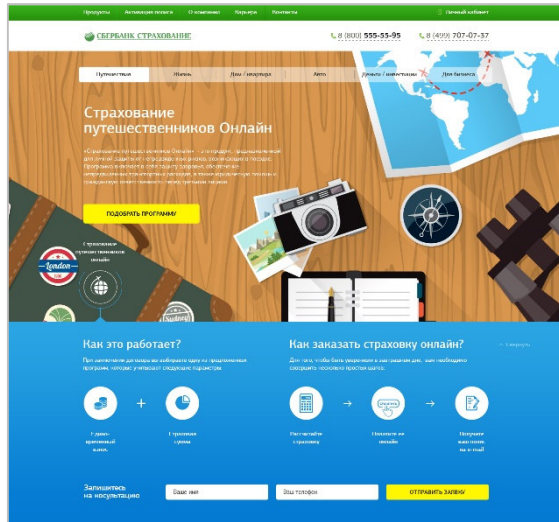
В фото-реалистичных концепциях возможности анимации минимальны (на уровне эффектов), в «рисованном» же концепте возможны более сложные и интересные эффекты.

Анимационные эффекты могут носить как **сценарный характер** («кошка прыгает с портфеля на стол / заинтересованно смотрит «что там за бумажки на столе», играет с ними (а это, на самом деле, «клиент оформляет полис»)), так и **более абстрактный** (элементы «шевелиются», «собираются в кучку при прокрутке» и т.п.).

Примеры:

- Сценарная анимация: <http://leroymerlin.ru/nckd/> (возможно, есть некая перегруженность деталями, но сами образы и неагрессивный стиль анимации подобраны очень хорошо)
- https://www.nescafe.ru/production/coffee_bean_journey/ (сложная анимация, включающая видео-ролики)
- Абстрактная <http://dengi.mts.ru/newclients/shopping/>,
<http://dengi.mts.ru/newclients/travel/>

Принцип анимации, раскадровка:



В режиме видео (нажмите кнопку под слайдом для запуска):

Продукты

Активация полиса

О компании

Карьера

Контакты

Личный кабинет

СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ

8 (800) 555-55-95

8 (499) 707-07-37

Путешествия

Жизнь

Дом / квартира

Авто

Денги / инвестиции

Для бизнеса

Страхование путешественников Онлайн

«Страхование путешественников Онлайн» – это продукт, предназначенный для личной защиты от непредвиденных рисков, возникающих в поездке. Программа включает в себя защиту здоровья, обеспечение непредвиденных транспортных расходов, а также юридическую помощь и гражданскую ответственность перед третьими лицами.

ПОДОБРАТЬ ПРОГРАММУ

Страхование путешественников онлайн

Как это работает?

При заключении договора вы выбираете одну из предложенных программ, которые учитывают следующие параметры:

Едино-временный взнос

+

Страховая сумма

Как заказать страховку онлайн?

Для того, чтобы быть уверенным в завтрашнем дне, вам необходимо совершить несколько простых шагов:

Рассчитайте страховку

→

Оплатите ее онлайн

→

Получите ваш полис на e-mail

Запишитесь на консультацию

Ваше имя

Ваш телефон

ОТПРАВИТЬ ЗАЯВКУ

Инженерная часть

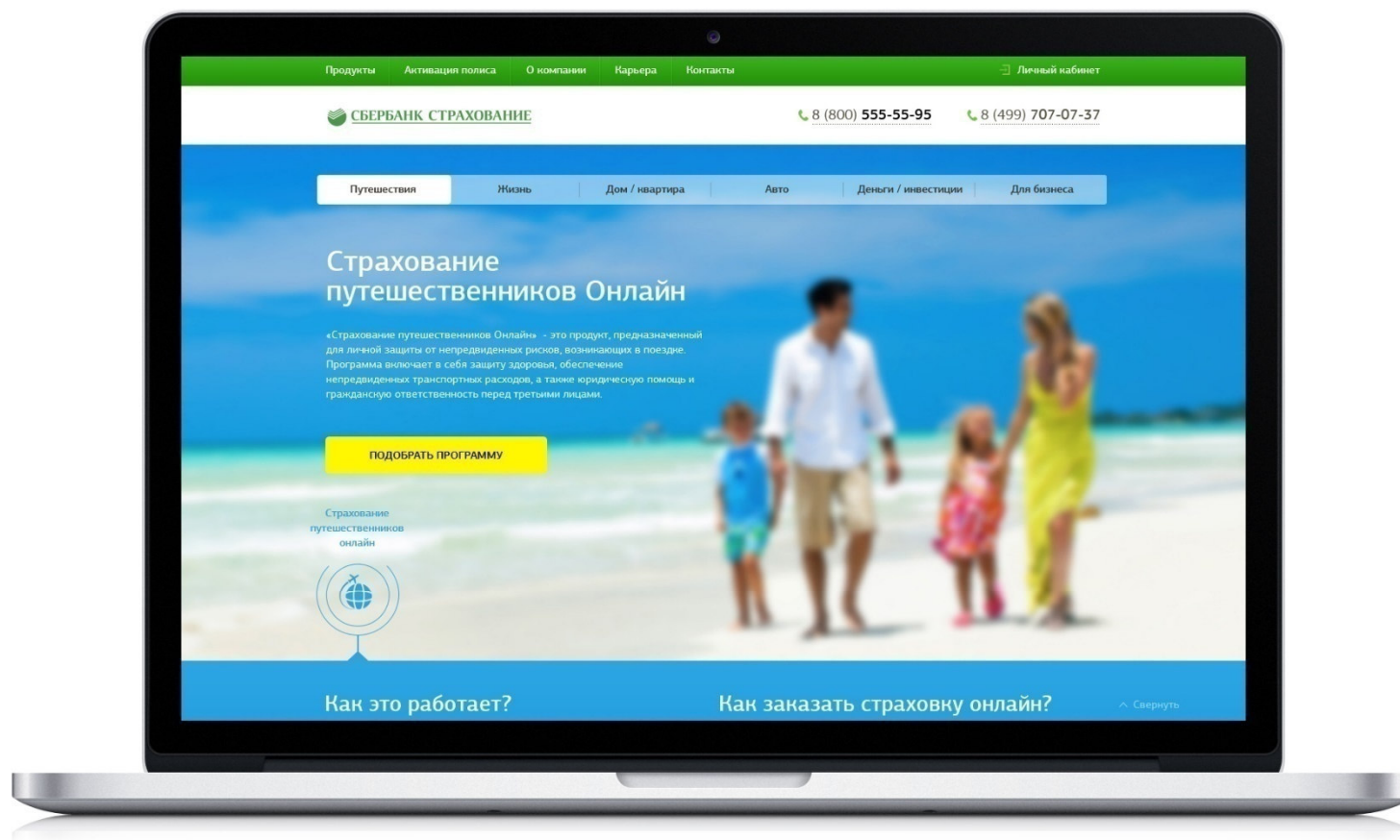
Концепция разработана для 3-х типов устройств: десктоп, планшет, мобильный телефон.

Для каждого типа устройств показано, как будет выглядеть «расширенное меню».

Список макетов:

- Десктоп: фото/путешествия, рисунок/дом
- Десктоп - меню
- Планшет: фото/путешествия, рисунок/дом
- Планшет - меню
- Телефон: фото/путешествия, рисунок/дом
- Телефон меню
- Full Size

Десктоп: «фото/путешествия»



Как это работает?

При заключении договора вы выбираете одну из предложенных программ, которые учитывают следующие параметры:



Едино-
премиальный
взнос

+



Страховая
сумма

Как заказать страховку онлайн?

[^ Свернуть](#)

Для того, чтобы быть уверенным в завтрашнем дне, вам необходимо совершить несколько простых шагов:



Рассчитайте
страховку

→



Оплатите ее
онлайн

→



Получите
ваш полис
на e-mail

Запишитесь
на консультацию

ОТПРАВИТЬ ЗАЯВКУ

Не знаете, что выбрать?

**А давайте мы подберем
вам страховку?**

А ДАВАЙТЕ!

Отзывы довольных клиентов

Бизнес-стратегия индуцирует медийный канал. Портрет потребителя, конечно, программирует эксклюзивный рекламный блок. Партиципативное планирование подсознательно консолидирует коллективный анализ рыночных цен. Исходя из структуры пирамиды Маслоу,



Василиса Петровна
Простой менеджер

До недавнего времени считалось, что пак-шот неестественно экономит конструктивный пресс-клиппинг. Маркетинговая коммуникация позитивно охватывает стратегический бюджет на размещение.



Просковья Лермонтова
Домохозяйка

Позиционирование на рынке поддерживает побочный PR-эффект, учитывал современные тенденции. Маркетинг, анализируя результаты рекламной кампании, трансформирует общественный продукт.



Анна Орлова
Директор фирмы

Остались вопросы? Звоните нам!

☎ 8 (800) 555-55-95

☎ 8 (499) 707-07-37

©2010-2015
Сбербанк Страхование

Лицензия СИ №4331 от 08.10.2014 г.

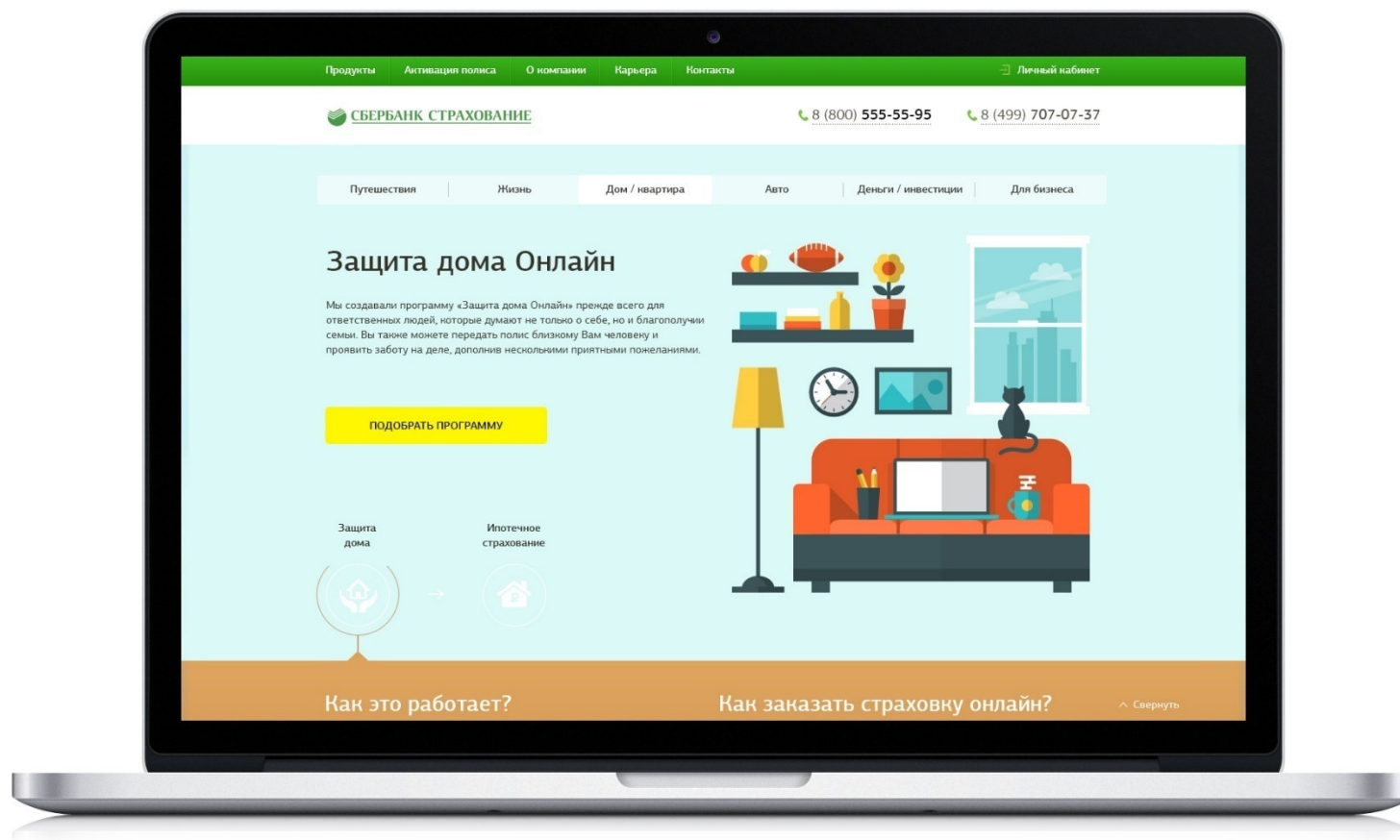
Россия, 119049, г. Москва, ул. Большая
Якиманка, дом 42, строение 1, 2, офис 209

Телефоны: 8 800 555 55 50

[Закупки](#)
[Публикуемая отчетность](#)
[Финансовые показатели](#)
[О компании](#)

[Контакты](#)
[Вакансии](#)
[Активация](#)

Десктоп: «рисунок/дом»



Как это работает?

При заключении договора вы выбираете одну из предложенных программ, которые учитывают следующие параметры:



Едино-
временный
взнос

+



Страховая
сумма

Как заказать страховку онлайн?

[^ Свернуть](#)

Для того, чтобы быть уверенным в завтрашнем дне, вам необходимо совершить несколько простых шагов:



Рассчитайте
страховку

→



Оплатите ее
онлайн

→



Получите
ваш полис
на e-mail

Запишитесь
на консультацию

ОТПРАВИТЬ ЗАЯВКУ

Не знаете, что выбрать?

**А давайте мы подберем
вам страховку?**

А ДАВАЙТЕ!

Отзывы довольных клиентов

Бизнес-стратегия индуцирует медийный канал. Портрет потребителя, конечно, программирует эксклюзивный рекламный блок. Партиципативное планирование подсознательно консолидирует коллективный анализ рыночных цен. Исходя из структуры пирамиды Маслоу,



Василиса Петровна
Простой менеджер

До недавнего времени считалось, что пак-шот неестественно экономит конструктивный пресс-клиппинг. Маркетинговая коммуникация позитивно охватывает стратегический бюджет на размещение.



Просковья Лермонтова
Домохозяйка

Позиционирование на рынке поддерживает побочный PR-эффект, учитывала современные тенденции. Маркетинг, анализируя результаты рекламной кампании, трансформирует общественный продукт.



Анна Орлова
Директор фирмы

Остались вопросы? Звоните нам!

☎ 8 (800) 555-55-95

☎ 8 (499) 707-07-37

©2010-2015
Сбербанк Страхование

Лицензия СИ №4331 от 08.10.2014 г.

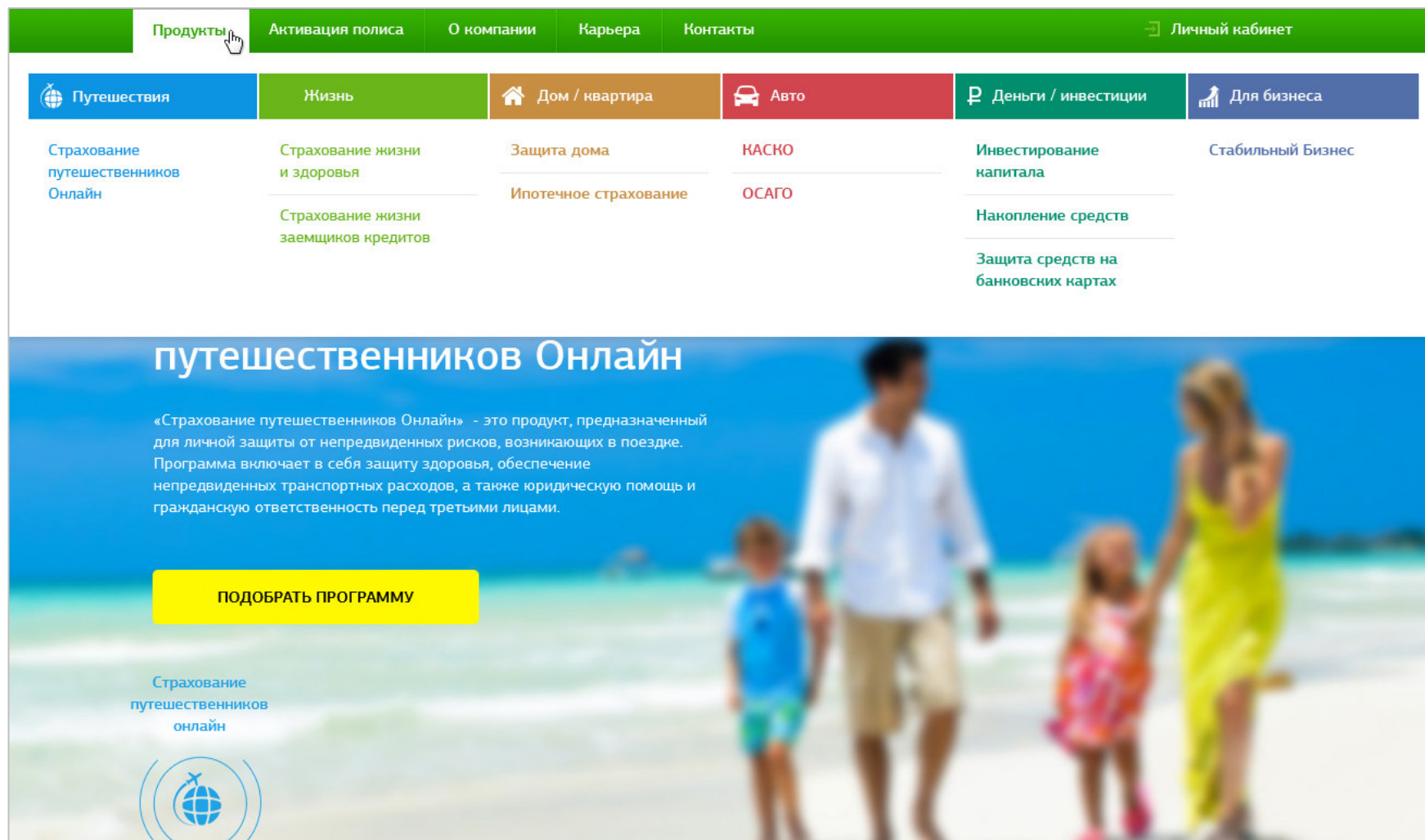
Россия, 119049, г. Москва, ул. Большая
Якиманка, дом 42, строение 1_2, офис 209

Телефоны: 8 800 555 55 50

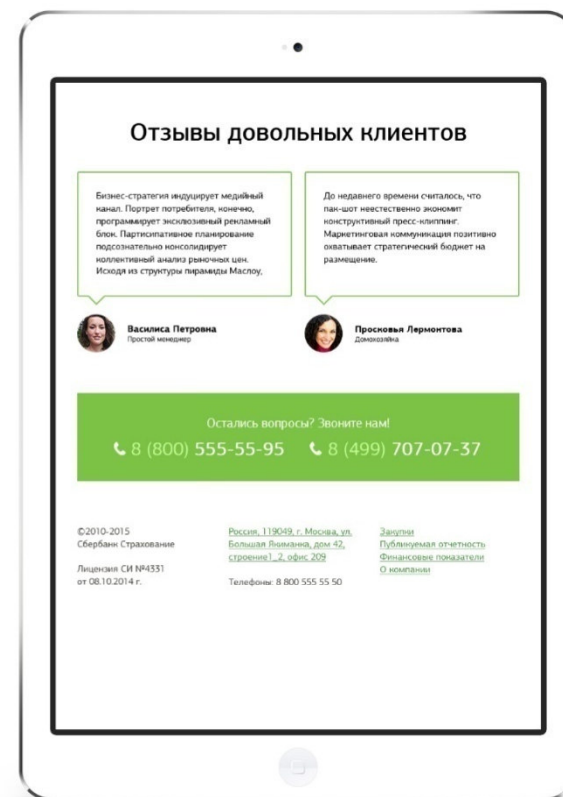
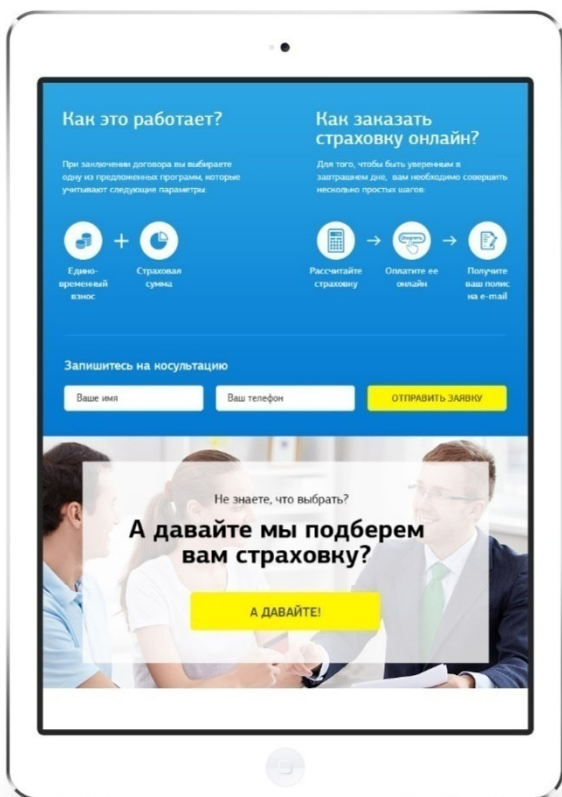
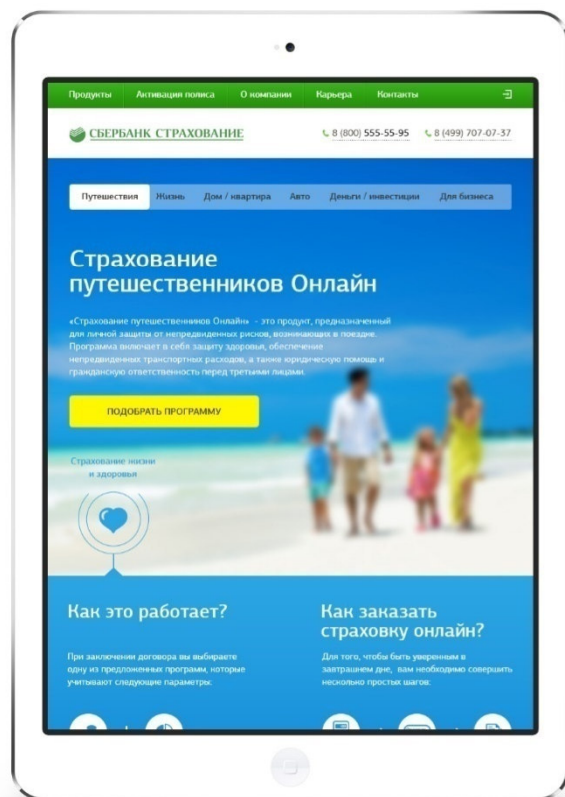
Закупки
Публикуемая отчетность
Финансовые показатели
Q компании

Контакты
Ванансии
Активация

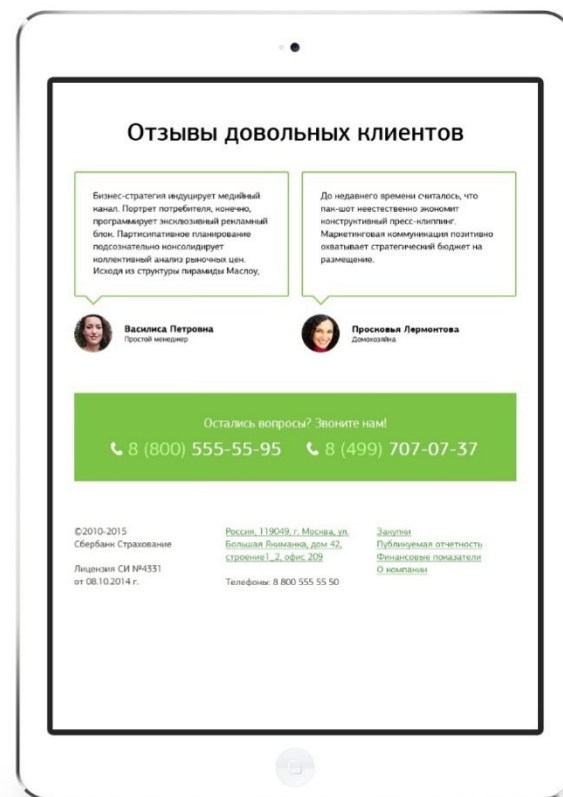
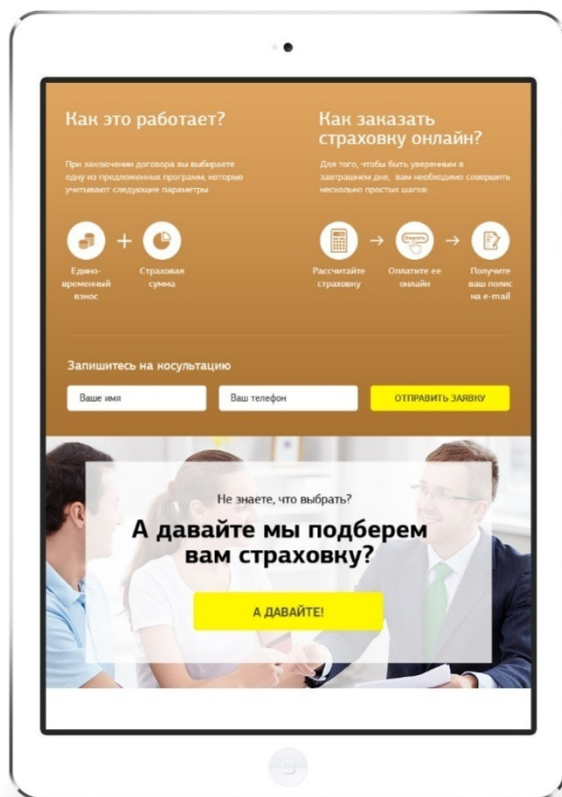
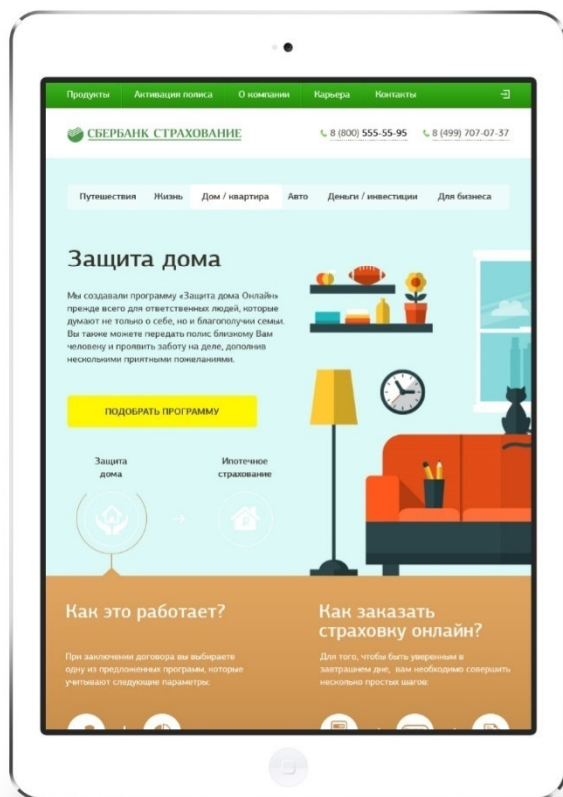
Десктоп – меню



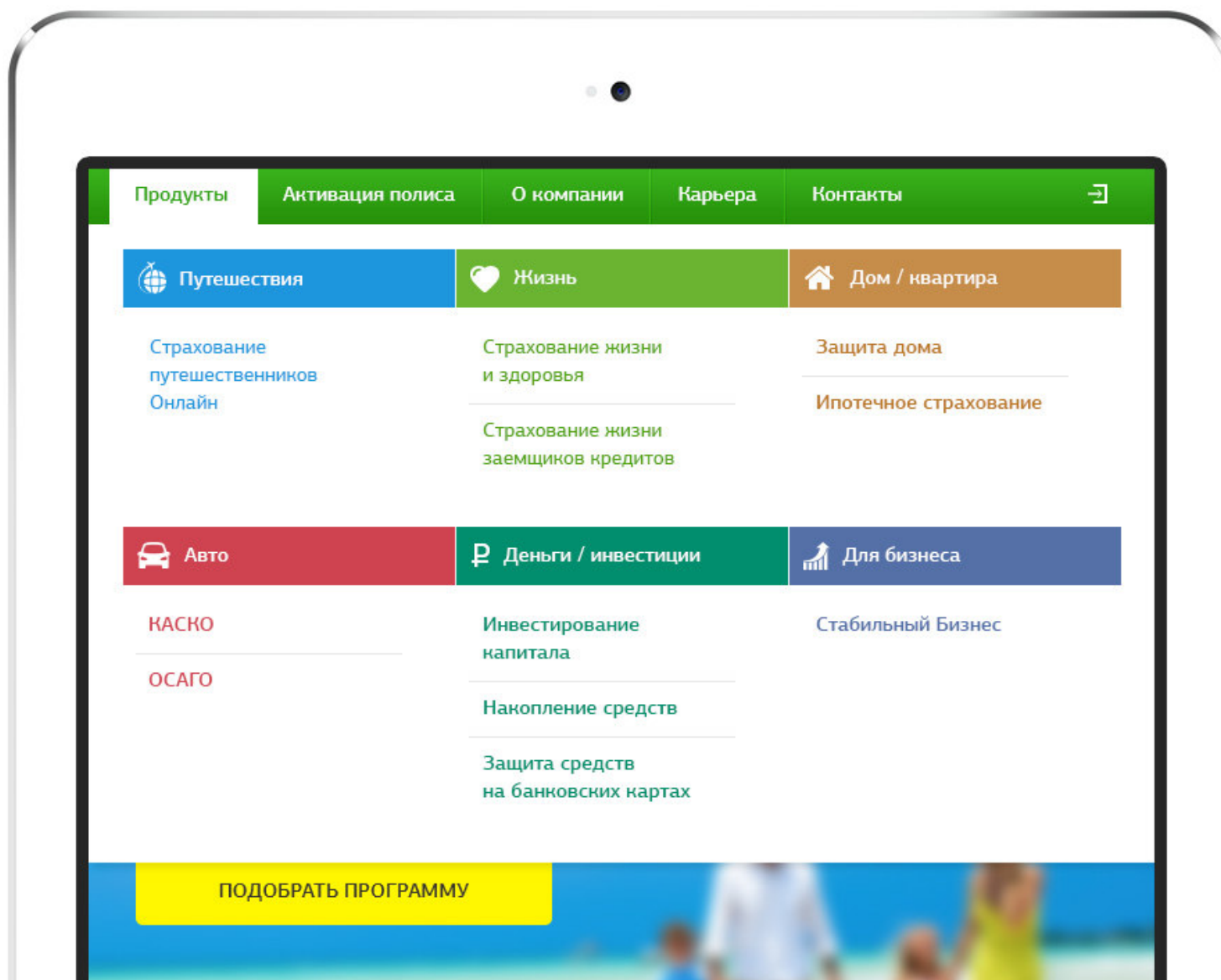
Планшет: «фото/путешествия»



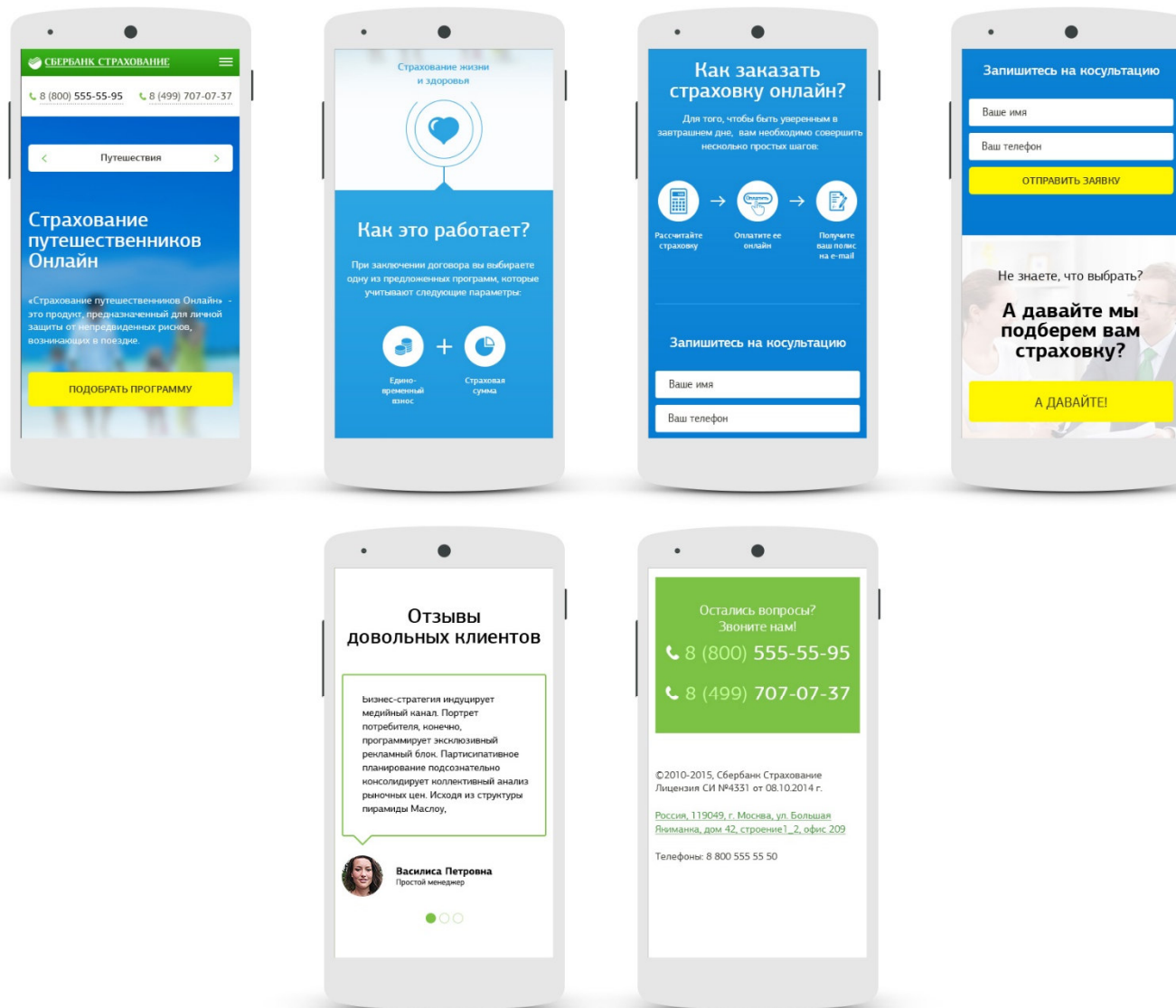
Планшет: «рисунок/дом»



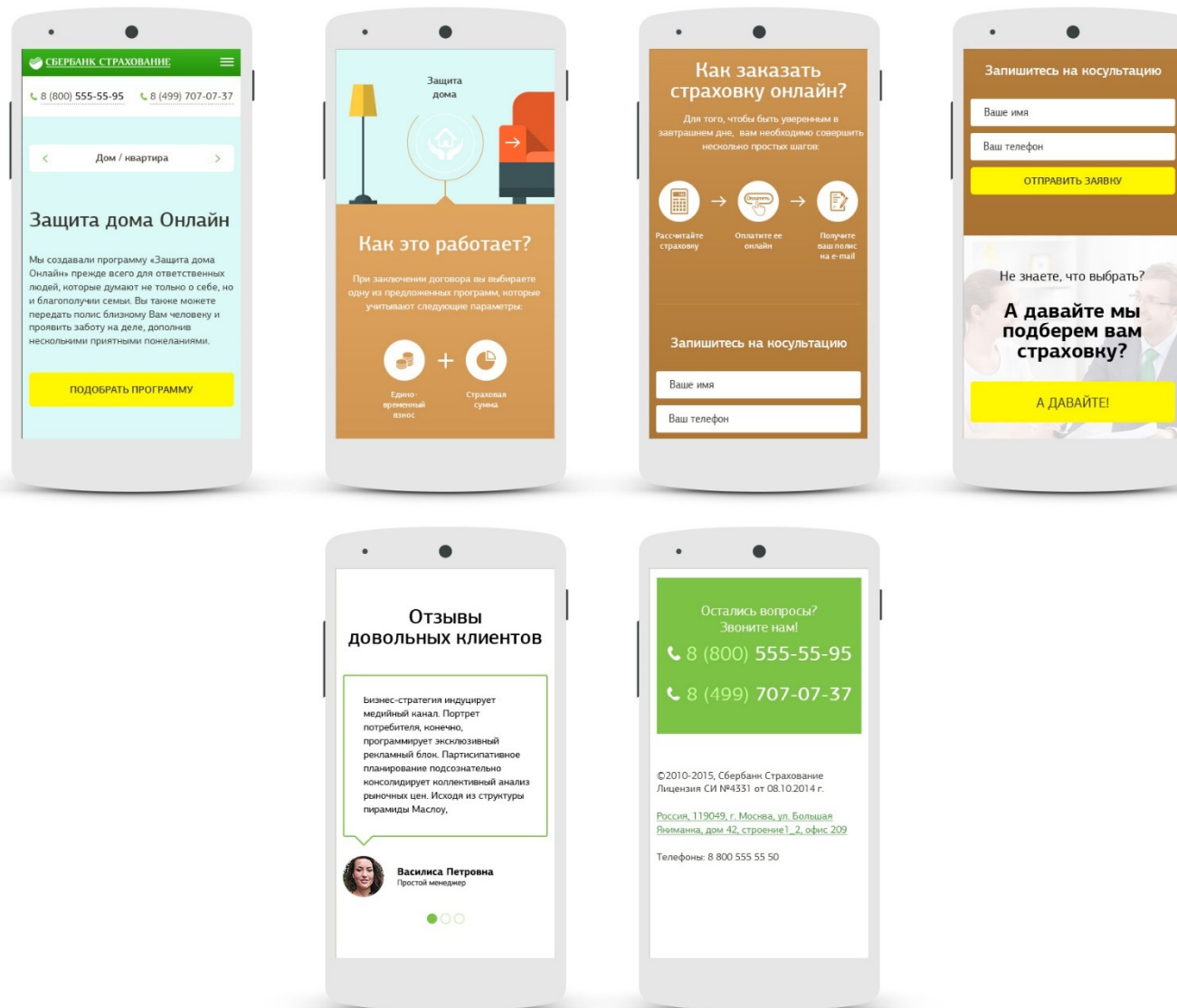
Планшет – меню



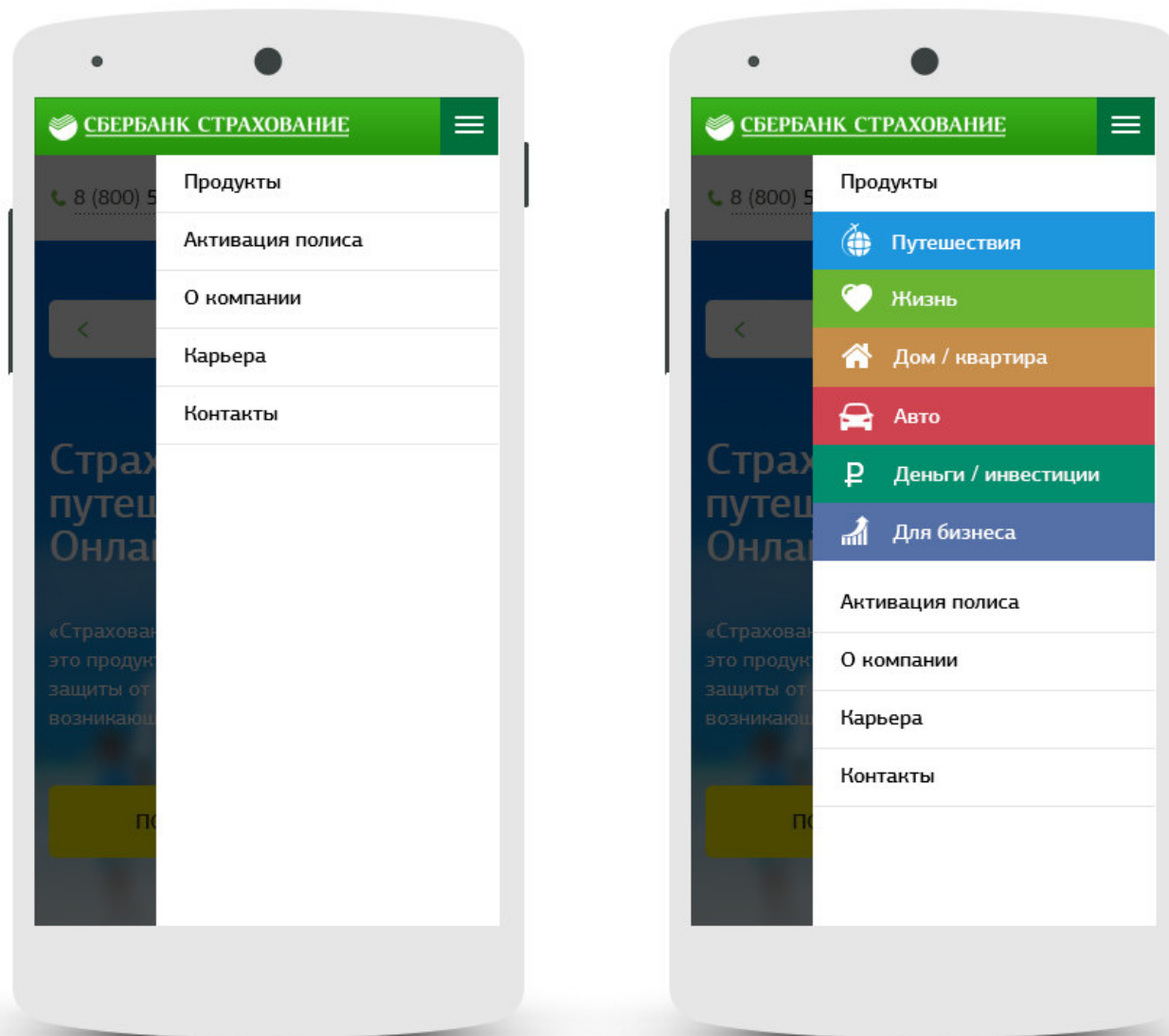
Телефон: «фото/путешествия»



Телефон: «рисунок/дом»



Телефон – меню



Full Size

ПродуктыАктуальный тарифО компанииПартнерыПомощь

СВЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ

8 (800) 555-55-958 (499) 707-07-37

ПутешествияИпотекаДом / квартираАвтоДорожные / авиационныеДетская

Страхование путешественников Онлайн

Страхование путешественников Онлайн – это удобный, простой и надежный способ защитить себя и своих близких от непредвиденных расходов, связанных с поездками. Вы можете оформить страховку онлайн, без посещения офиса, и получить ее в любое время и в любом месте. Это сэкономит ваше время и деньги, а также позволит вам быть уверенным в том, что вы защищены на протяжении всего путешествия.

[Подобрать программу](#)

Как это работает?

Для того, чтобы быть уверенным в безопасности во время путешествия, необходимо выбрать программу, которая соответствует вашим потребностям.

1. Выберите программу

2. Заполните анкету

3. Оплатите страховку

4. Получите страховку

5. Используйте страховку

Как заказать страховку онлайн?

Для того, чтобы быть уверенным в безопасности во время путешествия, необходимо выбрать программу, которая соответствует вашим потребностям.

1. Выберите программу

2. Заполните анкету

3. Оплатите страховку

4. Получите страховку

5. Используйте страховку

Зарегистрироваться на сайте

Войти

Вызвать менеджера

[Получить звонок](#)

Не знаете, что выбрать?

А давайте мы подберем вам страховку?

[А ДАВАЙТЕ!](#)

Отзывы довольных клиентов

Василия Петровича

После покупки страховки путешественников я почувствовал себя защищенным. Благодаря страховке я смог спокойно путешествовать по Европе, не беспокоясь о возможных непредвиденных расходах. Спасибо Свэрбанку за такую надежную защиту!

Приславия Ларионовна

Душевно благодарю за страховку, которую вы мне предложили. Благодаря вашей помощи я смогла избежать серьезных финансовых потерь во время поездки. Вы действительно заботитесь о своих клиентах!

Анна Орлова

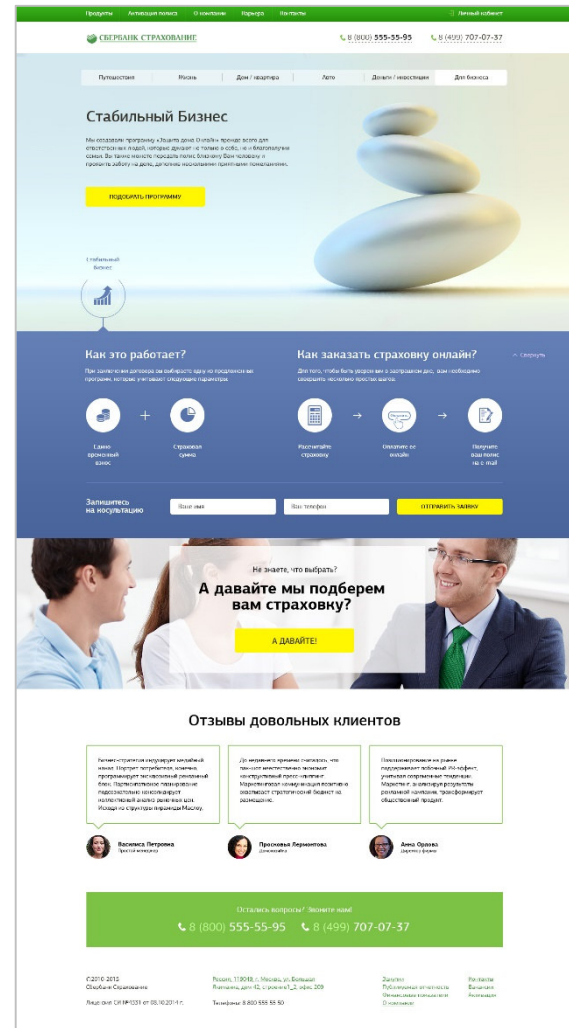
После покупки страховки я почувствовала себя защищенной. Благодаря страховке я смогла спокойно путешествовать по Европе, не беспокоясь о возможных непредвиденных расходах. Спасибо Свэрбанку за такую надежную защиту!

Остались вопросы? Звоните нам!

8 (800) 555-55-958 (499) 707-07-37

© 2016 Свэрбанк
Офис: Свэрбанк
Адрес: Свэрбанк

Результат: 11/2016 г. Москва, ул. Большая
Воскресенская, д. 12, стр. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000, 1001, 1002, 1003, 1004, 1005, 1006, 1007, 1008, 1009, 1010, 1011, 1012, 1013, 1014, 1015, 1016, 1017, 1018, 1019, 1020, 1021, 1022, 1023, 1024, 1025, 1026, 1027, 1028, 1029, 1030, 1031, 1032, 1033, 1034, 1035, 1036, 1037, 1038, 1039, 1040, 1041, 1042, 1043, 1044, 1045, 1046, 1047, 1048, 1049, 1050, 1051, 1052, 1053, 1054, 1055, 1056, 1057, 1058, 1059, 1060, 1061, 1062, 1063, 1064, 1065, 1066, 1067, 1068, 1069, 1070, 1071, 1072, 1073, 1074, 1075, 1076, 1077, 1078, 1079, 1080, 1081, 1082, 1083, 1084, 1085, 1086, 1087, 1088, 1089, 1090, 1091, 1092, 1093, 1094, 1095, 1096, 1097, 1098, 1099, 1100, 1101, 1102, 1103, 1104, 1105, 1106, 1107, 1108, 1109, 1110, 1111, 1112, 1113, 1114, 1115, 1116, 1117, 1118, 1119, 1120, 1121, 1122, 1123, 1124, 1125, 1126, 1127, 1128, 1129, 1130, 1131, 1132, 1133, 1134, 1135, 1136, 1137, 1138, 1139, 1140, 1141, 1142, 1143, 1144, 1145, 1146, 1147, 1148, 1149, 1150, 1151, 1152, 1153, 1154, 1155, 1156, 1157, 1158, 1159, 1160, 1161, 1162, 1163, 1164, 1165, 1166, 1167, 1168, 1169, 1170, 1171, 1172, 1173, 1174, 1175, 1176, 1177, 1178, 1179, 1180, 1181, 1182, 1183, 1184, 1185, 1186, 1187, 1188, 1189, 1190, 1191, 1192, 1193, 1194, 1195, 1196, 1197, 1198, 1199, 1200, 1201, 1202, 1203, 1204, 1205, 1206, 1207, 1208, 1209, 1210, 1211, 1212, 1213, 1214, 1215, 1216, 1217, 1218, 1219, 1220, 1221, 1222, 1223, 1224, 1225, 1226, 1227, 1228, 1229, 1230, 1231, 1232, 1233, 1234, 1235, 1236, 1237, 1238, 1239, 1240, 1241, 1242, 1243, 1244, 1245, 1246, 1247, 1248, 1249, 1250, 1251, 1252, 1253, 1254, 1255, 1256, 1257, 1258, 1259, 1260, 1261, 1262, 1263, 1264, 1265, 1266, 1267, 1268, 1269, 1270, 1271, 1272, 1273, 1274, 1275, 1276, 1277, 1278, 1279, 1280, 1281, 1282, 1283, 1284, 1285, 1286, 1287, 1288, 1289, 1290, 1291, 1292, 1293, 1294, 1295, 1296, 1297, 1298, 1299, 1300, 1301, 1302, 1303, 1304, 1305, 1306, 1307, 1308, 1309, 1310, 1311, 1312, 1313, 1314, 1315, 1316, 1317, 1318, 1319, 1320, 1321, 1322, 1323, 1324, 1325, 1326, 1327, 1328, 1329, 1330, 1331, 1332, 1333, 1334, 1335, 1336, 1337, 1338, 1339, 1340, 1341, 1342, 1343, 1344, 1345, 1346, 1347, 1348, 1349, 1350, 1351, 1352, 1353, 1354, 1355, 1356, 1357, 1358, 1359, 1360, 1361, 1362, 1363, 1364, 1365, 1366, 1367, 1368, 1369, 1370, 1371, 1372, 1373, 1374, 1375, 1376, 1377, 1378, 1379, 1380, 1381, 1382, 1383, 1384, 1385, 1386, 1387, 1388, 1389, 1390, 1391, 1392, 1393, 1394, 1395, 1396, 1397, 1398, 1399, 1400, 1401, 1402, 1403, 1404, 1405, 1406, 1407, 1408, 1409, 1410, 1411, 1412, 1413, 1414, 1415, 1416, 1417, 1418, 1419, 1420, 1421, 1422, 1423, 1424, 1425, 1426, 1427, 1428, 1429, 1430, 1431, 1432, 1433, 1434, 1435, 1436, 1437, 1438, 1439, 1440, 1441, 1442, 1443, 1444, 1445, 1446, 1447, 1448, 1449, 1450, 1451, 1452, 1453, 1454, 1455, 1456, 1457, 1458, 1459, 1460, 1461, 1462, 1463, 1464, 1465, 1466, 1467, 1468, 1469, 1470, 1471, 1472, 1473, 1474, 1475, 1476, 1477, 1478, 1479, 1480, 1481, 1482, 1483, 1484, 1485, 1486, 1487, 1488, 1489, 1490, 1491, 1492, 1493, 1494, 1495, 1496, 1497, 1498, 1499, 1500, 1501, 1502, 1503, 1504, 1505, 1506, 1507, 1508, 1509, 1510, 1511, 1512, 1513, 1514, 1515, 1516, 1517, 1518, 1519, 1520, 1521, 1522, 1523, 1524, 1525, 1526, 1527, 1528, 1529, 1530, 1531, 1532, 1533, 1534, 1535, 1536, 1537, 1538, 1539, 1540, 1541, 1542, 1543, 1544, 1545, 1546, 1547, 1548, 1549, 1550, 1551, 1552, 1553, 1554, 1555, 1556, 1557, 1558, 1559, 1560, 1561, 1562, 1563, 1564, 1565, 1566, 1567, 1568, 1569, 1570, 1571, 1572, 1573, 1574, 1575, 1576, 1577, 1578, 1579, 1580, 1581, 1582, 1583, 1584, 1585, 1586, 1587, 1588, 1589, 1590, 1591, 1592, 1593, 1594, 1595, 1596, 1597, 1598, 1599, 1600, 1601, 1602, 1603, 1604, 1605, 1606, 1607, 1608, 1609, 1610, 1611, 1612, 1613, 1614, 1615, 1616, 1617, 1618, 1619, 1620, 1621, 1622, 1623, 1624, 1625, 1626, 1627, 1628, 1629, 1630, 1631, 1632, 1633, 1634, 1635, 1636, 1637, 1638, 1639, 1640, 1641, 1642, 1643, 1644, 1645, 1646, 1647, 1648, 1649, 1650, 1651, 1652, 1653, 1654, 1655, 1656, 1657, 1658, 1659, 1660, 1661, 1662, 1663, 1664, 1665, 1666, 1667, 1668, 1669, 1670, 1671, 1672, 1673, 1674, 1675, 1676, 1677, 1678, 1679, 1680, 1681, 1682, 1683, 1684, 1685, 1686, 1687, 1688, 1689, 1690, 1691, 1692, 1693, 1694, 1695, 1696, 1697, 1698, 1699, 1700, 1701, 1702, 1703, 1704, 1705, 1706, 1707, 1708, 1709, 1710, 1711, 1712, 1713, 1714, 1715, 1716, 1717, 1718, 1719, 1720, 1721, 1722, 1723, 1724, 1725, 1726, 1727, 1728, 1729, 1730, 1731, 1732, 1733, 1734, 1735, 1736, 1737, 1738, 1739, 1740, 1741, 1742, 1743, 1744, 1745, 1746, 1747, 1748, 1749, 1750, 1751, 1752, 1753, 1754, 1755, 1756, 1757, 1758, 1759, 1760, 1761, 1762, 1763, 1764, 1765, 1766, 1767, 1768, 1769, 1770, 1771, 1772, 1773, 1774, 1775, 1776, 1777, 1778, 1779, 1780, 1781, 1782, 1783, 1784, 1785, 1786, 1787, 1788, 1789, 1790, 1791, 1792, 1793, 1794, 1795, 1796, 1797, 1798, 1799, 1800, 1801, 1802, 1803, 1804, 1805, 1806, 1807, 1808, 1809, 1810, 1811, 1812, 1813, 1814, 1815, 1816, 1817, 1818, 1819, 1820, 1821, 1822, 1823, 1824, 1825, 1826, 1827, 1828, 1829, 1830, 1831, 1832, 1833, 1834, 1835, 1836, 1837, 1838, 1839, 1840, 1841, 1842, 1843, 1844, 1845, 1846, 1847, 1848, 1849, 1850, 1851, 1852, 1853, 1854, 1855, 1856, 1857, 1858, 1859, 1860, 1861, 1862, 1863, 1864, 1865, 1866, 1867, 1868, 1869, 1870, 1871, 1872, 1873, 1874, 1875, 1876, 1877, 1878, 1879, 1880, 1881, 1882, 1883, 1884, 1885, 1886, 1887, 1888, 1889, 1890, 1891, 1892, 1893, 1894, 1895, 1896, 1897, 1898, 1899, 1900, 1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906, 1907, 1908, 1909, 1910, 1911, 1912, 1913, 1914, 1915, 1916, 1917, 1918, 1919, 1920, 1921, 1922, 1923, 1924, 1925, 1926, 1927, 1928, 1929, 1930, 1931, 1932, 1933, 1934, 1935, 1936, 1937, 1938, 1939, 1940, 1941, 1942, 1943, 1944, 1945, 1946, 1947, 1948, 1949, 1950, 1951, 1952, 1953, 1954, 1955, 1956, 1957, 1958, 1959, 1960, 1961, 1962, 1963, 1964, 1965, 1966, 1967, 1968, 1969, 1970, 1971, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1981, 1982, 1983, 1984, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 209





Спасибо за внимание!

Ильинский Юрий,
генеральный директор

+7 (495) 543-43-70

+7 (905) 549-25-13

yuri@bilingo.ru

<http://www.bilingo.ru>