

Thông Báo Chí

Ngày 2 tháng 5 năm 2020

- **Manulife tăng trưởng bền vững trong năm 2018, đồng thời bắt đầu hành trình chuyển đổi tại Việt Nam**
- **Manulife Việt Nam trên hành trình trở thành công ty BHNT dẫn đầu về số hóa, đặt khách hàng làm trọng tâm**

Manulife, công ty bảo hiểm nhân thọ có vốn điều lệ lớn nhất thị trường Việt Nam, vừa đạt được kết quả kinh doanh ấn tượng trong năm 2018. Tổng doanh thu của Manulife đạt 13.118 tỷ đồng, tăng 31% so với 2017; trong đó doanh thu phí bảo hiểm thuần đạt 10.857 tỷ đồng, tăng 36%; doanh thu phí bảo hiểm quy năm cho hợp đồng khai thác mới là 4.540 tỷ đồng, tăng trưởng 38%. Tổng giá trị tài sản quản lý đạt 34.083 tỷ đồng, tăng 38% so với 2017.

Cũng trong năm 2018, Manulife đã cải tiến thương hiệu toàn cầu, với logo và bộ nhận diện hình ảnh mới mẻ, đại diện cho việc chuyển đổi thành Công ty dẫn đầu thị trường đặt khách hàng làm trọng tâm, đồng thời phản ánh sự tập trung của Công ty vào việc đơn giản hóa các quy trình phức tạp cho khách hàng và cho thấy cách tiếp cận thống nhất, hướng tới tương lai và cam kết đổi mới của Công ty. Các tài sản thương hiệu mới sẽ tiếp tục được triển khai tại Việt Nam vào năm 2019.

Manulife tiếp tục tập trung thực hiện chiến lược chuyển đổi kinh doanh trong năm 2019. Trước đó, Manulife Việt Nam đã thực hiện các sáng kiến số hóa để nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Manulife là công ty bảo hiểm đầu tiên trên thị trường triển khai quy trình xử lý bồi thường tự động eClaims; kể từ khi triển khai, hơn 65% trên tổng số đơn yêu cầu bồi thường hợp lệ đã được nộp thông qua giải pháp eClaims đơn giản và thuận tiện này. Kết quả là điểm số hài lòng của khách hàng trong giao dịch với Manulife (tNPS) đã tăng 32% vào Quý 1/2019.

Manulife đã ra mắt trang web mới thân thiện với người dùng, cập nhật đầy đủ các thông tin về sản phẩm. Thêm vào đó, một ứng dụng của Manulife mang tên ePOS vừa ra mắt vào tháng 01/2019, kết nối với công nghệ thẩm định tự động, không chỉ cho phép hệ thống xử lý xuyên suốt (STP) nhanh chóng và hoàn toàn tự động, nâng cao trải nghiệm tham gia bảo hiểm của khách hàng, mà còn giúp đại lý Manulife giao dịch chuyên nghiệp hơn trong quá trình tư vấn.

Vào tháng 03/2019, Công ty ra mắt “Manulife - Khởi Đầu Bảo Vệ” - sản phẩm bảo hiểm bán trên trang thương mại điện tử Shopee. Sản phẩm mới này là một ví dụ cho thấy nỗ lực của Manulife trong việc thúc đẩy các giải pháp bảo vệ có tính chất đơn giản và dễ hiểu cho khách hàng, với mục đích hoàn thành sứ mệnh giúp khách hàng đưa ra quyết định dễ dàng hơn, và có cuộc sống vẹn toàn hơn.

“Manulife Việt Nam đã tăng trưởng rất tích cực trong Quý 1/2019. Đây là kết quả đến từ sự tin tưởng của khách hàng, cũng như sự đóng góp của toàn bộ Công ty, nhân viên, đại lý và các đối tác ngân hàng của chúng tôi. Năm 2019, chúng tôi tập trung vào việc thực hiện tham vọng trở thành Công ty Bảo hiểm



dẫn đầu về số hóa đặt khách hàng làm trọng tâm. Chúng tôi sẽ tiếp tục đầu tư vào chuyển đổi kỹ thuật số, cũng như phát triển nhân viên và kênh phân phối để đạt được tham vọng này. Tôi tin tưởng rằng 2019 sẽ là một năm tươi sáng của Manulife Việt Nam, nhân dịp chúng tôi kỷ niệm 20 năm trở thành doanh nghiệp giúp khách hàng có quyết định dễ dàng hơn và có cuộc sống vẹn toàn hơn”, ông Kim Fleming, Tổng giám đốc Manulife Việt Nam, chia sẻ.

Những nỗ lực của Manulife trong thời gian qua còn được ghi nhận bằng các giải thưởng: “Công ty BHNT tốt nhất về chuyển đổi số hóa năm 2019 tại Việt Nam” từ tạp chí Global Banking & Finance Review (Anh quốc); Danh hiệu Công ty Bảo hiểm Nhân thọ (BHNT) có Dịch vụ và Trải nghiệm Khách hàng Tốt nhất - Giải thưởng Rồng Vàng, của Thời báo Kinh tế Việt Nam; “Nơi làm việc tốt nhất ngành bảo hiểm” liên tục hai năm 2017, 2018 và đứng thứ 22 trên 100 Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam trong tất cả các ngành nghề, theo khảo sát do Anphabe phối hợp với công ty nghiên cứu thị trường Intage thực hiện.