

HANWHA MENEBAR BERKAH



Contents

HANWHA UPDATE

Hanwha Careavan with Love
Digital Agency Kick Off
Wajah Baru Hanwhalife.co.id
Cause Hanwha Love You

HANWHA INFO

Hanwha Asset Management
Pimpin Pendanaan Grab
Financial Group
Health Poster

HANWHA HEROES STORY

Metro 4 Kunci Keberhasilan
ada di Produktivitas

HANWHA PARTNERS

Your Bancassurance Partner
Merchant Promo

PUBLISHING TEAM

Advisor Steven Namkoong | Content Creator Lolyta Inzan Darmawan | Design & Layout Rere Fahreza

Informasi lanjut mengenai publikasi umum perusahaan, kirimkan pertanyaan Anda ke marketing.communication@hanwhalife.co.id



HANWHA CAREAVAN WITH LOVE



Hanwha Careavan with Love adalah sebuah event yang bergerak berdasarkan tagline Hanwha Life Indonesia di tahun 2021, yaitu **"Hadiahkan Cinta"**. Acara ini bertujuan untuk mensupport Sales Office Hanwha Life Indonesia, Partner Office dan juga untuk membuat sinergi antar Sales Office, Partner Office dengan *Headquarter* Hanwha Life Indonesia.

Hanwha Careavan with Love ini menyajikan *food truck* yang berisi minuman, baik itu *coffee* dan *non coffee*, selain itu ada juga Love Box yang berisi Masker KF94, Brosur produk Hanwha Life Indonesia, cookies (untuk non Ramadan), takjil (untuk Ramadan), Facial sheet mask dari Hanwha. Ada juga Fortune Box yang bisa diambil jika peserta memposting foto di Instagram dengan latar belakang Hanwha Careavan with Love dan tag @hanwhalife.id, lalu ambil undian di dalam fish bowl. Untuk mengambil undian ini harus mencuci tangan dengan hand sanitizer yang sudah disediakan, lalu gunakan sarung tangan yang sudah disediakan agar fish bowl ini steril. Isi dari Fortune Box ini bermacam - macam, mulai dari Hanwha black pen, vitamin, *neck pillow*, *oxymeter*, *mug*, *lock & lock*, dan *groceries*. Periode campaign ini akan berlangsung 3 bulan mulai dari April - Juni 2021.

Adapun rentetan acaranya sebagai berikut :

- *Opening* dari pihak SO / Partner Office
- *For those who come get free cookies and drink (with coupon)*
- Posting wishes in Instagram dan tag @hanwhalife.id with Hanwha Careavan with Love and get Fortune Box
- Fortune Box will be prepared with various kinds of gifts

Tunggu keseruan Careavan di kotamu!

DIGITAL AGENCY KICK OFF



Bergerak dari kondisi pandemi yang membatasi banyak kegiatan terutama aktivitas secara tatap muka, Hanwha Life Indonesia termotivasi untuk melakukan percepatan dalam pengembangan bisnis usaha terutama perubahan menuju bisnis digital. Digital Agency merupakan inovasi baru yang dipersiapkan untuk pengembangan bisnis kedepannya dengan target untuk bisa membawa perusahaan untuk bisa bersaing di pasar Indonesia.

Latar belakang diadakannya pengembangan strategi pemasaran digital disebabkan karena adanya kebutuhan akan perubahan terutama kegiatan usaha yang dilakukan tanpa tatap muka. Kegiatan dirasa akan membantu meningkatkan efektivitas dan kekhawatiran. Aktivitas digital tidak terbatas hanya pada kegiatan penjualan asuransi melalui kanal digital, namun juga kegiatan lain yang masih berhubungan dengan aktivitas seperti rekrutmen dan pendaftaran agen baru.

Sebagai awal dari inisiatif program Digital Agency ini, pada tahun 2021 ini Hanwha Life Indonesia akan melakukan pendekatan sales melalui beberapa media seperti Home Shopping, B2B Sales and Partnership dan komunitas. Selain itu, transisi dari existing agent menjadi agen digital. Produk digital pun juga menjadi salah satu fokus utama selain metode pemasaran Digital Agency. Pilihan produk ini nantinya akan disesuaikan agar mudah untuk dimengerti oleh masyarakat luas maka dari itu, beberapa pilihan produk akan berkisar pada produk saving dan health.

Melalui rencana Digital Agency ini, Hanwha Life Indonesia menargetkan 2,000 Tenaga Pemasar Digital di tahun pertama proyek ini. Target ini disiapkan demi mendukung visi perusahaan untuk mencapai target 10 Besar Perusahaan Jiwa di Indonesia pada tahun 2023. Hanwha Life Indonesia juga berusaha terus meningkatkan layanan dan kualitas produk serta servis bagi masyarakat Indonesia.



WAJAH BARU HANWHALIFE.CO.ID

Branding merupakan salah satu hal penting yang tidak boleh dilewatkan dalam membangun sebuah bisnis. Dengan memiliki website, Anda dapat secara langsung menyajikan informasi yang membantu Anda dalam memperkenalkan merek atau produk yang dipasarkan atau dijual. Bukan hanya itu, dengan website, pelanggan juga dapat lebih percaya dengan bisnis yang sedang Anda jalankan, dan tentunya Anda dapat melakukan komunikasi dua arah melalui website.

Per tanggal 15 April 2021, Hanwha Life Indonesia telah merubah tampilan websitenya menjadi lebih simple dan efisien. Adapun beberapa fitur yang di update :

PREDICTIVE



Fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan produk Hanwha sesuai dengan kebutuhan calon nasabah

FIND HOSPITAL



Fitur ini untuk mengetahui lokasi Rumah Sakit terdekat lengkap dengan maps dan kontak rumah sakit nya

CUSTOMER MEMBER AREA



Fitur ini akan menjadi tempat untuk customer untuk mendapatkan informasi seputar Polis mereka, fitur ini akan mulai dijalankan di Q3 2021

Untuk info lebih lanjut

www.hanwhalife.co.id

Cause Hanwha YOU Love

COVER
UP TO



ISOMAN
Rp **1,5 JUTA**/Day



**VACCINE
SIDE EFFECT**
Rp **2 JUTA**/Day



**HEALTH
BENEFIT**
Rp **7 JUTA**



PREMIUM

ONE TIME BENEFIT

HSP

HGLP

ISOMAN

VACCINE
SIDE EFFECT

HEALTH
BENEFIT

L OYALTY

20 JUTA

15 JUTA

300 RIBU x 7 Days

500 RIBU x 5 Days

1 JUTA

O PTIMISTIC

30 JUTA

20 JUTA

500 RIBU x 7 Days

700 RIBU x 5 Days

1,5 JUTA

V ICTORY

50 JUTA

35 JUTA

700 RIBU x 10 Days

1 JUTA x 7 Days

3 JUTA

E XTRA ORDINARY

100 JUTA

70 JUTA

1,5 JUTA x 10 Days

2 JUTA x 7 Days

7 JUTA

Terms & Conditions

1. ISOMAN & Vaccine Side Effect Claim:

- Inforce Policy (On Schedule for Payment)
- 30 days waiting period from Issuance
- ISOMAN or Vaccine Side Effect Covered until **31 Dec 2021**
- Confirmation letter which already validated by Hospital for COVID-19 positive or get vaccination side effect (proof by COVID-19 vaccination card and confirmation letter from Hospital which already validated confirmed the Insured get side effect of vaccination)
- Medical resume from Hospital
- One time only (whichever occurs first)
- Send claim documents to Marketing Planning Department

2. Health Benefit, paid after 14th month or 2nd Year Premium paid

PERIOD



SUBMISSION

1 MAY - 31 MAY 2021

ISSUANCE

31 MAY 2021



HANWHA ASSET MANAGEMENT PIMPIN PENDANAAN GRAB FINANCIAL GROUP

Grab Financial Group (GFG) yang merupakan unit bisnis layanan keuangan milik Grab, disebut telah mengumpulkan tambahan modal sebesar US\$300 juta (sekitar Rp4,2 triliun). Penggalangan dana ini dipimpin oleh Hanwha Asset Management, salah satu perusahaan manajemen aset terbesar Korea Selatan.

CEO Hanwha Asset Management, Yong Hyun Kim menyatakan, “Kami berharap GFG dapat melanjutkan pertumbuhannya pesat dengan dukungan model bisnis inovatif yang mendukung perubahan gaya hidup konsumen yang lebih luas, serta hubungan yang sangat sinergis dengan Grab, unicorn terbesar di Asia Tenggara. Pada saat yang sama, kami sangat senang berinvestasi di perusahaan yang dapat memenuhi tanggung jawab sosial sebagai pendorong layanan keuangan bagi populasi underbanked dan unbanked di Asia Tenggara. Kami sangat senang untuk memimpin pendanaan Seri A untuk GFG sebagai bagian dari keahlian dan minat Hanwha di bidang fintech dan investasi kami yang berkelanjutan di sektor ini”.

Unit bisnis yang bergerak di bidang fintech dan diluncurkan pada tahun 2018, menyediakan berbagai layanan finansial termasuk penyaluran pinjaman, investasi dan lainnya. Grab disebut masih jadi pemegang saham mayoritas Grab Financial Group. Kesuksesan penggalangan ini mengindikasikan unit bisnis finansialnya mampu berdiri mandiri, tanpa perlu bergantung pada induk perusahaan.

METRO 4

KUNCI KEBERHASILAN ADA DI PRODUKTIVITAS



Kontributor : Ganda Sukarna



Asuransi merupakan salah satu lembaga yang penyedia layanan dalam bidang jasa, hadir di tengah-tengah masyarakat yang sebagian besar masih kurang paham tentang asuransi dan pengaplikasiannya. Hal ini menyebabkan masyarakat masih enggan untuk menggunakan jasa asuransi, meski tujuannya meringankan beban orang-orang yang terkena musibah tak diinginkan dengan cara mentransfer resiko yang akan dihadapi dengan membayar premi yang disediakan dalam polis berbentuk produk-produk Asuransi Jiwa Hanwha Life Indonesia.

Persaingan bisnis asuransi saat ini terus meningkat berkat bertambahnya minat dan pengetahuan masyarakat mengenai asuransi khususnya di wilayah cakupan Region METRO 4 (Bekasi & Wealth Lounge). Masing-masing perusahaan asuransi bersaing dengan ketat dan meningkatkan strategi-strategi mereka dalam memasarkan produk-produknya. Salah satu cara yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan dengan menguasai pasar lebih luas. Hal itu berguna untuk kesejahteraan dan agar perusahaan tersebut dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih baik dan inovatif. Maka hal tersebut diharapkan dapat menjadikan perusahaan tersebut menjadi dipercaya oleh konsumen.



Di Tengah-tengah persaingan bisnis asuransi dan masa Pandemi COVID-19, Region Metro 4 (Bekasi dan Wealth Lounge) selalu berusaha memberikan inovasi dan kreatifitas dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan bisnis Asuransi seperti: Customer Gathering, Team Building, Training, dll.

Sebagai contoh Aktivitas Customer Gathering tersebut bertujuan untuk menambah volume produksi dengan membuat Acara dengan berbagai macam komunitas (memperluas pasar), seperti yang belum lama dilaksanakan pada 21 April 2021 dimana Customer Gathering dengan tema "Women's Inspiration" bekerjasama dengan MD Dermatics dan Pala Adas Restaurant selain menambah volume produksi kegiatan ini juga akan memberikan keuntungan dalam hal branding di komunitas tersebut.

Kegiatan Team Building yang sering diadakan Region METRO 4 bertujuan membangun keakraban dan semangat pada Financial Planner agar tetap beraktifitas sesuai jalurnya dan focus kepada GOAL melalui sharing motivasi dan tentunya dibekali dengan pengetahuan dalam hal menjual serta produk-produk unggulan baik dilakukan secara offline maupun online.

Walaupun ditengah Pandemi COVID-19 Region METRO 4 selalu berkomitmen untuk selalu mengadakan aktivitas-aktivitas yang kreatif dan membangun guna mensupport para financial planner Hanwha Bekasi dan Wealth Lounge tentunya akan berdampak positif kepada pencapaian Perusahaan.
Karena **AKTIVITAS, PRODUKTIVITAS** membawa Anda pada **KESUKSESAN!!!**



YOUR BANCASSURANCE PARTNER

Di tahun 2019, menjadi tahun bersejarah dimana PT Hanwha Life Insurance Indonesia (Hanwha Life) dan PT Bank IBK Indonesia Tbk (Bank IBK Indonesia) secara resmi menjalin kerja sama bancassurance. Penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) kerja sama bancassurance dilakukan oleh CEO Hanwha Life Insurance Indonesia, David Yeom dan Direktur Utama Bank IBK Indonesia, Park Ju Yong pada Senin, 11 November 2019 di Fairmont Hotel, Senayan, Jakarta Selatan. Kerja sama bancassurance Hanwha Life dengan Bank IBK Indonesia ini merupakan kerjasama yang bersifat jangka panjang dan saling menguntungkan kepada para pihak. Bancassurance Hanwha Life dan Bank IBK Indonesia mempunyai produk Sejahtera Maxima Link, sebagai produk perdananya yang saat ini nasabah bisa mendapatkannya oleh di semua cabang Bank IBK Indonesia yang tersebar di seluruh Indonesia.



Di tahun 2021 ini kita memasuki tahun ke-2 perjalanan kerjasama kita dengan menitik beratkan kepada evaluasi dan pertumbuhan yang signifikan untuk mendapatkan kontribusi premi yang lebih besar lagi. Kami percaya dengan support dari kedua belah pihak kami dapat mencapai angka produksi yang signifikan di tahun 2021. Kami juga melakukan beberapa kegiatan bersama seperti melakukan acara Kick Off Meeting, Customer Gathering secara daring, kolaborasi hand sanitizer dan event-event lainnya. Kami pun melakukan interview dengan Mr Yang selaku Division Head Retail Banking dan Bapak Edi sebagai Business Director yang memberikan support dan strategi business dimana salah satunya adalah program membeli Produk Sejahtera Maxima Link sebagai salah satu syarat Nasabah yang ingin mendapatkan Special Rate untuk Deposito di Bank IBK Indonesia. Ditahun ini kami juga akan melaunching 3 produk baru di Bank IBK Indonesia yaitu Asuransi Jangka Warsa menurun, Hanwha Platinum Life Plan dan Prima Medika Proteksi.

Asuransi Jangka Warsa Menurun adalah produk asuransi kredit life dimana nasabah yang memiliki pinjaman KPR, kendaraan Bermotor dan Multiguna dapat mendapatkan perlindungan dimana nasabah jika terjadi meninggal dunia, maka Hanwha Life akan membayarkan sisa pinjamannya ke pihak Bank IBK Indonesia. Untuk Produk Hanwha Platinum Life Plan di peruntukan kepada nasabah Bank IBK Indonesia yang menginginkan perlindungan jiwa dan nilai tunai yang pasti akan di dapat di tahun 65 tahun dan 70 tahun. Produk ini memberikan benefit meninggal dunia dan benefit hidup yang pasti tanpa dipengaruhi oleh market pasar uang national dan global. Untuk Prima Medika Proteksi adalah Produk asuransi santunan rawat inap yang memberikan pengembalian premi 50% diakhir masa perlindungan baik ada klaim maupun tidak ada klaim.

Dengan melaunching produk baru di Bank IBK Indonesia menjadi salah satu strategi kami untuk meningkatkan angka produksi Bancassurance dan mencapai angka produksi 5 Milliar premi.

MERCHANT PROMO



DISCOUNT
UP TO

20%

UNTUK HARGA KAMAR
NOVOTEL BOGOR RESORT
AND CONVENTION CENTER

Untuk pemegang kartu kepesertaan PT Hanwha Life Insurance Indonesia

Reservasi:



021 8271 555



sm1@novotel-bogor.com



DISCOUNT
UP TO

20%

FROM THE NORMAL PRICE
OF REGULAR VISITORS,
FOR THIS TYPE OF ACTION

Untuk pemegang kartu kepesertaan PT Hanwha Life Insurance Indonesia

Implant

Bracket Metal

Whitening



DISCOUNT

15%

BTW CAFE EAT &
DRINK PROMO

Dari harga normal pengunjung regular untuk
pembelian makanan (Tidak termasuk minuman)

Untuk pemegang kartu kepesertaan PT Hanwha Life Insurance Indonesia

Setiap pembelian sebesar

Rp500.000

dapat menikmati fasilitas

karaoke selama 1 jam
(Ruang terbuka) + discount 15%
untuk makanan

Reservasi:



(021) 8590 3132 / 081770040471

PENGGUNAAN TEBBAKAU DAN COVID-19

Tembakau membunuh lebih dari 8 juta orang di seluruh dunia tiap tahunnya. Lebih dari 7 juta kematian ini diakibatkan oleh penggunaan langsung tembakau dan sekitar 1,2 juta diakibatkan paparan asap rokok orang lain.

Merokok diketahui menjadi faktor risiko berbagai infeksi saluran pernapasan dan meningkatkan tingkat keparahan penyakit saluran pernapasan. Pengkajian atas penelitian yang dilakukan pakar-pakar kesehatan masyarakat yang diadakan oleh WHO pada tanggal 29 April 2020 mendapati bahwa perokok lebih tinggi kemungkinannya menderita penyakit COVID-19 yang parah dibandingkan orang yang tidak merokok.

COVID-19

Merupakan suatu penyakit menular yang utamanya menyerang paru-paru. Merokok merusak fungsi paru-paru sehingga tubuh lebih sulit melawan coronavirus dan penyakit-penyakit lain.

TEBBAKAU

Tembakau juga merupakan faktor risiko besar bagi penyakit-penyakit tidak menular seperti penyakit jantung, kanker, penyakit saluran pernapasan, dan diabetes.

Orang-orang yang menderita gangguan-gangguan kesehatan ini lebih berisiko sakit parah saat terkena COVID-19. Penelitian yang ada menunjukkan bahwa perokok lebih berisiko menderita penyakit yang parah dan kematian.

WHO terus mengevaluasi penelitian-penelitian baru, termasuk penelitian tentang kaitan antara penggunaan tembakau, penggunaan nikotin, dan COVID-19. WHO mendorong para peneliti, ilmuwan, dan media agar berhati-hati tentang menyebarkan klaim-klaim bahwa tembakau atau nikotin dapat menurunkan risiko COVID-19 yang belum terbukti. Informasi yang ada saat ini belum cukup untuk mengonfirmasi kaitan apa pun antara tembakau atau nikotin dalam pencegahan atau pengobatan COVID-19.

Terapi pengganti nikotin seperti permen karet dan nicotine patch dirancang untuk membantu para perokok berhenti merokok. WHO menganjurkan agar para perokok segera mengambil tindakan untuk berhenti merokok dengan menggunakan metode-metode yang sudah terbukti seperti layanan telepon berhenti merokok bebas pulsa, program SMS, dan terapi pengganti nikotin.

Dalam waktu 20 menit sejak berhenti merokok, laju denyut jantung meningkat dan tekanan darah menurun. Setelah 12 jam, kadar karbon monoksida di dalam darah menurun menjadi tingkat yang normal. Dalam waktu 2-12 pekan, peredaran darah meningkat dan fungsi paru-paru menjadi semakin baik. Setelah 1-9 bulan, batuk dan sesak napas berkurang.

WHO menekankan pentingnya penelitian yang sistematis, berkualitas tinggi, dan telah mendapat persetujuan etis yang akan berkontribusi pada peningkatan kesehatan individu dan masyarakat, dan menekankan bahwa promosi intervensi yang belum terbukti dapat berdampak negatif pada kesehatan.



Marhaban Ga
Ramadhan
1442 H

Mari kita mulai ibadah suci di bulan
Ramadhan ini dengan hati yang bersih

 www.hanwhalife.co.id

 [@hanwhalife.id](https://www.facebook.com/hanwhalife.id)

 [@hanwhalife.id](https://www.instagram.com/hanwhalife.id)

 [Hanwha Life Insurance Indonesia](https://www.youtube.com/HanwhaLifeInsuranceIndonesia)



Informasi lebih lanjut mengenai publikasi umum perusahaan, kirimkan pertanyaan Anda ke marketing.communication@hanwhalife.co.id
Copyright ©Hanwha Life Indonesia