

HANWHA LEADING THE WAY IN PROTECTION EXCELLENCE

- LIFE IN HANWHA**
 - Strategy Hanwha Global
 - Grand Launching Hanwha Smart CI Plus
- FINANCIAL FREEDOM**
 - Hanwha Smart CI Plus
 - Market Update
- LIFE+ POINT**
 - Promo merchant

E-CLINIC

Health Content

DREAM PLUS

Jakarta 1

OTHERS

Grand Opening IAO Tuban
Agency Kick Off 2022

STRATEGY INVESTASI HANWHA GROUP DI BIDANG SPACE ENERGY DAN KEUANGAN



Chairman of Hanwha Group, Mr. Kim Seung-youn

Hanwha Group memiliki rencana untuk tetap melanjutkan investasi secara agresif di bidang aerospace, energi terbarukan, dan keuangan.

Kim Seung-youn selaku ketua Hanwha Group mengatakan bahwa *market* menerima investasi dengan skala besar.

Kim Dong-kwan, putra tertua dari ketua Hanwha group dan presiden Hanwha Solutions saat ini aktif menjalankan bisnis

space. *Space Hub* adalah group yang tergabung dengan para profesional dari pengembang satelit lokal yaitu *Satrec Initiative* yang diinvestasikan oleh Hanwha, dan afiliasi pertahanan Hanwha termasuk dalam Hanwha Aerospace dengan pengelolaan bisnis yang ramah lingkungan seperti hidrogen.

Kim juga menyerukan bahwa manajemen yang menjalankan sistem secara digitalisasi sangat cepat berkembang serta akan mengamankan dari daya saing dalam bisnis baru.

Mr. Kim Seung-youn juga mendesak karyawan untuk melakukan sesuatu sehingga Hanwha Group menjadi entitas di tingkat yang lebih tinggi dari kebutuhan sosial.

Pada bulan Januari, afiliasi keuangan Hanwha Group mendeklarasikan “coal-free finance” Hanwha Corp. dan Hanwha Solutions juga berhasil menjual obligasi dalam bidang lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan (ESG) untuk berinvestasi dalam bisnis “green energy”.

Lima perusahaan dengan pusat penelitian dan pengembangan di Pangyo termasuk Hanwha Aerospace mengadakan acara yang menyumbangkan alat-alat yang dapat digunakan kembali. Hanwha Total juga menyumbangkan 10 juta won (\$8.369) atau sekitar Rp 115 juta.

Health Talk

WEBINAR HANWHA SMART CI PLUS

Hanwha Life Insurance Indonesia, perusahaan asuransi asal Korea Selatan, memperkenalkan Hanwha Smart CI Plus sebagai proteksi terhadap 66 penyakit kritis dan serius hingga usia 80 tahun.

Umbu Prabawa, Agency Channel Head Hanwha Life Insurance Indonesia, mengungkapkan, Hanwha Smart CI Plus untuk perlindungan penyakit kritis adalah hadiah cinta terbesar bagi keluarga.

Dengan biaya perawatan penyakit kritis berkisar ratusan juta hingga miliaran rupiah, asuransi penyakit kritis seperti Hanwha Smart CI Plus menjadi proteksi yang wajib dimiliki sejak dini.

Hanwha Smart CI Plus diperkenalkan dalam acara virtual health talk cepat tanggap mengatasi situasi darurat gejala critical illness dan omicron pada 10 Februari 2022. Di kesempatan itu Hanwha Life bersama Docquity turut berbagi tips pencegahan, deteksi dini, dan pertolongan pertama terhadap penyakit kritis, situasi gawat darurat dan Covid-19.



dr. Bobi Prabowo, Sp.EM, M.Biomed, Ketua Umum Perhimpunan Dokter Ahli Emergensi Indonesia (PERDAMSI) memaparkan, saat ini penyakit yang menyebabkan kematian tertinggi di Indonesia adalah penyakit jantung, stroke dan diabetes.

"Yang perlu diwaspadai, usia pasien penyakit jantung dan pembuluh darah (kardiovaskular) semakin muda. Sekarang, usia 20-an sudah harus waspada akan hipertensi, kolesterol dan stroke. Semua ini berkaitan dengan gaya hidup yang kurang sehat," tegas dr. Bobi.

Hanwha Smart CI Plus hadir dengan lima keunggulan untuk memproteksi keluarga Indonesia dari risiko kehidupan akibat penyakit kritis. Pertama, manfaat perlindungan dari 66 penyakit kritis dan serius hingga usia 80 tahun. Kedua, manfaat tunai akhir polis. Ketiga, opsi pembebasan pembayaran premi lanjutan dengan rider Waiver of Premium CI. Keempat, manfaat perlindungan jiwa. Kelima, fleksibilitas pembayaran premi bulanan, triwulan, semester atau tahunan.

Adapun, usia masuk tertanggung untuk Hanwha Smart CI Plus adalah 20-65 tahun dengan minimum uang pertanggungan (UP) Rp200 juta. Preminya cukup terjangkau, yakni mulai dari Rp500 ribu per bulan untuk tertanggung usia 25 tahun dengan UP Rp250 juta.

Pada kuartal III 2021, Hanwha Life memiliki total aset Rp2,05 triliun, tingkat solvabilitas (RBC) 6.836,11%, serta telah membayarkan klaim dan manfaat kepada nasabah sebesar Rp48,53 miliar.

CRITICAL ILLNESS

Pernahkah Anda berpikir bahwa Anda tidak mungkin mengalami sakit kritis?

Mungkin Sebagian besar dari Anda dengan jumawa menjawab "hal itu tidak mungkin terjadi kepada saya", dan jika diminta alasannya dengan keyakinan penuh Anda akan menjawab "tidak ada Riwayat keluarga saya kena kanker, penyakit jantung, apalagi diabetes" atau "saya masih muda terbiasa hidup sehat, ngegym, tidak merokok, pekerjaan lancar, finansial terjamin, bisa manage stress dengan baik dan kalau sakit pun ada fasilitas asuransi Kesehatan dari kantor.

Ada benarnya pernyataan tersebut, tetapi mari kita lihat statistik membuktikan. Secara global tahun 2019 menurut survei WHO, 70% penduduk dunia sebelum meninggal menderita penyakit kritis. Ada 3 penyakit penyebab kematian tertinggi yaitu : kardiovaskular (penyakit jantung iskemik, termasuk stroke), pernapasan (penyakit paru obstruktif kronis, infeksi saluran pernapasan bawah, termasuk kanker paru) dan kondisi neonatal – yang meliputi asfiksia lahir dan trauma lahir, sepsis dan infeksi neonatal, serta komplikasi kelahiran prematur.

Pembunuh terbesar di dunia adalah penyakit jantung iskemik, penyakit ini bertanggung jawab atas 16% dari total kematian dunia. Sejak tahun 2000, peningkatan kematian terbesar terjadi karena penyakit ini, meningkat lebih dari 2 juta kasus menjadi 8,9 juta kematian pada tahun 2019. Stroke dan penyakit paru obstruktif kronik adalah penyebab kematian ke-2 dan ke-3, menjadi penyebab kematian sebesar 11% dan 6 % dari total kematian dunia.

Dari statistic tersebut diperkirakan pada tahun 2030: Kanker mungkin menyalip penyakit jantung sebagai penyebab kematian nomor 1, membunuh 23,6 juta orang setiap tahun. Jumlah kematian terkait hepatitis C dapat tumbuh sebanyak 3 kali lipat dan Penyakit Alzheimer mungkin dapat menjadi penyebab kematian ke-4.

ESTIMASI BIAYA PENYAKIT KRITIS



PENYAKIT JANTUNG

Pengecekan
Jantung
Rp 3,7-4 Juta

Operasi Bypass
Jantung
Rp 150-300 Juta

Ring Jantung
Rp 50-100 Juta



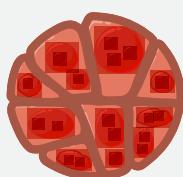
DIABETES

Konsultasi
Dokter
Rp 1-2 Juta /bulan

Obat-obatan
Rp 1-2 Juta /bulan

Operasi
Rp 15 - 20 Juta

Cuci Darah
Rp 50 - 60 Juta / tahun



KANKER

Pengobatan
Rp 102 - 106 Juta / Bulan



PENYAKIT PARU OBSTRUKTIF KRONIK (PPOK)

Terapi dan
Rawat Inap
Rp 3,5 Juta / Bulan

Masih merasa merdeka secara finansialkah Anda jika suatu hari harus menguras simpanan atau menjual asset Anda untuk membiayai pengobatan penyakit diatas?

Jika saat ini Anda berusia 25 tahun dan harus mempunyai dana 1 miliar rupiah dan Anda mampu menabung 1 juta per bulan maka Anda perlu 1000 bulan atau sekitar 83 tahun agar bisa terkumpul. Masih merasa merdeka secara finansialkah Anda jika suatu hari harus menguras simpanan atau menjual asset Anda untuk membiayai pengobatan penyakit diatas?

STUDI IFG PROGRESS USULKAN EVALUASI DAN REVISI STRUKTUR BIAYA PRODUK UNIT LINK



Rendahnya pemahaman risiko investasi dan tingginya struktur biaya merupakan tantangan utama yang harus ditangani agar produk unit link tetap relevan, sebagaimana hasil studi lembaga riset industri jasa keuangan di Indonesia, IFG Progress, yang baru-baru ini merilis laporan Kinerja Asuransi Jiwa Indonesia di Era Covid-19. Studi baru yang berjudul "Unit Link 101" ini mengupas fitur fundamental dari produk unit link, serta perkembangannya di Indonesia.

Besarnya biaya pengelolaan investasi juga bervariasi tergantung pada jenis unit link yang dipilih nasabah. Makin tinggi risiko yang diambil, maka akan makin besar biaya pengelolaan investasi. Dalam hal ini, biaya paling besar ada pada jenis investasi dalam bentuk saham, yaitu mencapai 2% hingga 3% per tahun dari total portofolio.

Untuk top-up premi minimum umumnya sekitar Rp1.000.000 per transaksi dengan biaya sebesar 3% hingga 5% per transaksi. Biaya pengalihan dana investasi pada umumnya gratis

di tahun pertama, tetapi untuk tahun-tahun selanjutnya akan dikenakan biaya 1% dari total nilai akun atau minimal Rp25.000–Rp100.000 per transaksi.

Produk unit link merupakan salah satu produk yang diandalkan dan berkontribusi besar bagi industri asuransi jiwa. Pada tahun 2020, CEIC mencatat jumlah pemegang polis individual asuransi unit link tercatat sebanyak 5,9 juta jiwa atau sekitar 38% dari total polis individual asuransi jiwa secara keseluruhan. Sementara itu, jumlah pendapatan premi dari produk unit link per tahun 2020 tercatat oleh AAJI sebesar Rp77,6 triliun atau menyumbang sekitar 45% terhadap total pendapatan premi asuransi jiwa secara keseluruhan.

Namun demikian, pengaduan akan unit link terus meningkat dari tahun ke tahun dengan total pengaduan yang diterima OJK di tahun 2020 sejumlah 593 aduan, meningkat dari tahun 2019 yang sejumlah 230 aduan. OJK mencatat adanya 273 aduan sepanjang kuartal I 2021 yang

sebagian besar dilatarbelakangi mis-selling oleh agen asuransi: pemberian penjelasan terhadap produk tidak sesuai dengan detail yang sebenarnya.

Mengingat tren pengaduan yang terus tinggi, besarnya minat pasar pada produk unit link ini harus diimbangi dengan pengembangan dan perbaikan pada unit link secara keseluruhan baik dari aspek regulasi, kinerja perusahaan asuransi, maupun dari penguatan edukasi industri terhadap produk asuransi ini.

Untuk itu, laporan "Unit Link 101" juga memaparkan beberapa risiko yang perlu diketahui nasabah terkait investasi unit link beserta jenis dan karakteristiknya, di antaranya adalah risiko asuransi, risiko investasi, risiko likuiditas, dan risiko operasional. Laporan ini juga merangkum karakteristik dari setiap industri dapat menjadi pedoman bagi nasabah dalam menentukan unit link yang akan dipilih sesuai dengan profil risiko mereka. Pemahaman ini akan mencegah asymmetric information dari produk unit-link ini.

YAKIN MASIH MAGER DOWNLOAD LIFE+ POINT?

Ganxxxx ★★★★★

So many merchants to redeem points from life+ Points

Namuxxxx ★★★★★

The app is running well. keep up the good work!!!

Unaqaxxx ★★★★★

Saya bisa selalu update informasi seputar Asuransi Hanwha dan bisa dapat point hadiah, terima kasih Hanwha

Binxx ★★★★★

Bagus, banyak benefitnya!

awlInxxxx ★★★★★

Best App

Fajxx Guxxxxxxxxx ★★★★★

Bagus Apliksinya, secara UI gampang untuk digunakan

Rexx Faxxxxxx ★★★★★

Kereeen, banyak banget merchantnya, setiap kategori ada

Sendixxxx ★★★★★

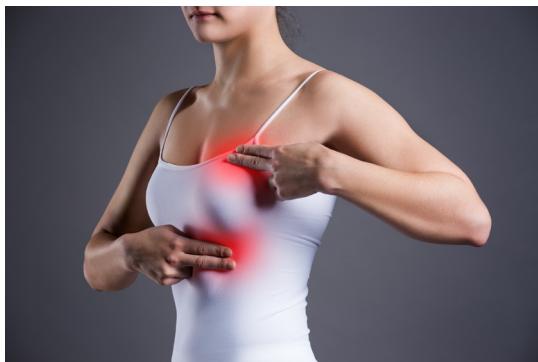
Mantaaaap!

Hotzxx ★★★★★

Super apps, the best!!!

USE LIFE+ POINT APP
AND GET F&B VOUCHER





LANGKAH MUDAH SADARI DETEKSI KANKER PAYUDARA

Pemeriksaan deteksi dini kanker payudara yang paling mudah dilakukan adalah dengan pemeriksaan payudara sendiri atau yang disebut SADARI.

Pemeriksaan ini untuk siapa?
Semua wanita dewasa

Berapa lama sekali?
1 bulan sekali

Kapan dilakukannya?
1 minggu setelah menstruasi terakhir

Apa yang Perlu Dinilai?



Bentuk Payudara

Waspadai jika bentuk payudara tidak simetris, bengkak, puting payudara tertarik ke arah dalam, serta jika kulit payudara tampak berkerut. Lakukan pemeriksaan ke Dokter apabila menemukan hal tersebut.



Warna Payudara

Periksa warna kulit payudara dan waspadai jika payudara tampak kemerahan karena dapat disebabkan akibat adanya proses peradangan pada payudara.



Benjolan Payudara

Perlu diwaspada jika terdapat benjolan di permukaan payudara, di dalam payudara, maupun pada lipat ketiak.



Cairan dari puting Payudara

Perhatikan apakah ada cairan yang keluar dari payudara. Waspadai jika tampak cairan berwarna kekuningan, kemerahan, maupun cairan putih yang keluar dari payudara.



Nyeri

Apabila teraba benjolan pada payudara, rasakan apakah benjolan terasa nyeri atau tidak.

Apabila saat melakukan pemeriksaan SADARI Anda menemukan adanya benjolan atau perubahan pada payudara, sebaik jangan panik karena sebagian besar benjolan payudara bersifat jinak. Namun untuk memastikan kondisi payudara Anda, sebaiknya lakukan konsultasi dengan dokter melalui e-Clinic secara gratis. Download aplikasi Hanwha Smart sekarang!





SALES OFFICE JAKARTA 1

Wajah baru di tahun 2022 pada team Sales Office (SO) Jakarta 1 yang dibawah kepemimpinan Regional Head (RH) baru, FX Arisandi, akan menjadi sebuah kesempatan besar bagi SO Jakarta untuk mengembangkan bisnis. Saat ini SO Jakarta 1 dibagi menjadi 2 (dua) team besar yang sangat mempengaruhi performa SO Jakarta 1 yaitu Saranghae dan Sparta.

Team dari SO Jakarta 1 itu sendiri terdiri dari:



Sisi Depan dari kiri ke kanan: **Dolly Permana, Sudi Selamet**
 Sisi Belakang dari kiri ke kanan: **Claudia Regina, FX Arisandi, Cinta Riri,**

Untuk team Saranghae memiliki 2 (dua) Agency Director (AD) Senior yaitu Janne Thomas Manuputty dan Benny, ditambah 1 AD Junior yaitu Johan dimana team Saranghae ini disupervisi oleh Sudi Selamet.



Sisi depan dari kiri ke kanan: **Hartawan Tjandra, Dodi Kurniawan, Janne Thomas Manuputty**
 Sisi Belakang dari kiri ke kanan: **Herry Mulya, Cinta Riri, Sudi Selamet, Benny**

Sedangkan team Spartan memiliki 3 AD yaitu Rusman Effendy, Dodi Kurniawan, dan Hartawan Tjandra yang di supervisi oleh Senior Manager, Cinta Riri. Kedua team ini sudah lama berkontribusi untuk Hanwha Life Indonesia, sehingga portofolio prestasi mereka dalam penjualan sudah sangat banyak. Kegiatan training di SO Jakarta 1 dibantu oleh Regional Development Manager, Dolly Permana dimana Dolly selalu membuat training sebagai bekal awal dalam penjualan produk.

Dari segi administrasi seperti pendaftaran agent, pendaftaran ujian AAJI, dsb di support oleh Sales Admin, Claudia Regina.

Teamwork Jakarta 1 ini sangat memegang teguh semangat kekeluargaan dan semangat berbagi kepada sesama. Dalam pekerjaan, mereka mempercayakan bahwa saling support adalah kunci awal untuk membangun team. Banyak aktivitas pertemuan yang telah dilakukan, baik pertemuan secara formal maupun informal seperti acara makan bersama, ibadah bersama, sharing pencapaian dll yang dimana kegiatan ini membuat SO Jakarta 1 tidak hanya sebagai tempat bekerja saja tetapi juga sebagai "rumah" yang menjadikan team ini semakin solid.

GRAND OPENING INDEPENDENT AGENCY OFFICE **MERCY TUBAN**



Hanwha Life Indonesia semakin bertumbuh dan berkembang di tahun 2022 dengan hadirnya Independent Agency Office (IAO) Mercy Tuban yang diresmikan pada 22 Februari lalu.

Dihadiri oleh CEO Hanwha Life Indonesia, Mr. David Yeom, Chief of Marketing, Mr. Steven Namkoong, Agency Channel Head, Bapak Umbu Prabawa, National Director, Bapak Daniel Setiawan, Head of Priority Marketing, Bapak Joko Supriyanto, Owner IAO Mercy Tuban, Bapak Hari Wibowo dan Deputy Head Priority Marketing, Ibu Ervina, acara berlangsung meriah dengan pemotongan tumpeng dan pita secara simbolik oleh jajaran management.

IAO Mercy Tuban diharapkan dapat mengakomodir kebutuhan perlindungan Kesehatan dan jiwa bagi para nasabah dan calon nasabah khususnya di area Jawa Timur. Hal ini juga menjadi bukti bahwa Hanwha Life Indonesia secara konsisten melakukan pengembangan bisnis dan memperluas pasar agar semakin cepat meraih posisi 10 besar Perusahaan Asuransi Jiwa pada tahun 2023 nanti.



AGENCY KICK OFF 2022

Kick-Off meeting merupakan meeting yang dilakukan diawal tahun, di mana setiap peserta akan menyamakan persepsi, dan memastikan bahwa setiap peserta saling memahami peran dan tugas masing-masing. Dalam acara Kick Off komunikasi merupakan kunci dengan tujuan untuk membentuk satu komunikasi dengan menjalankan bisnis secara dua arah agar perusahaan bisa lebih baik lagi ditahun ini. Dengan target yang akan dicapai ditahun 2022 ini yaitu sebesar 110 M , merupakan moment yang tepat untuk mengkomunikasikan bagaimana untuk meraih target ini. Dengan mengusung tagline ACTIVE and ACHIEVE ditahun 2022 ini maka ini adalah langkah penentuan kita untuk mencapai target Hanwha Life akan menjadi TOP 10 di tahun 2023.

ACTIVE HLI ACHIEVE 2022

ACTIVE
BY HEART
WITH LOVE
FOR INNOVATION

ACHIEVE
2022
BALANCE BIZ MODEL
BEST CULTURE
ZERO MIS-SALES
FOR VISION 2023
DOUBLE GROWTH
ONE TEAM ONE DREAM TOGETHER

Untuk mencapai target di tahun 2022 dan menuju top 10 di tahun 2023, acara yang diadakan di Hotel Sheraton Belitung Resort, Bangka Belitung ini dihadiri oleh CEO, CMSO, ACH, Sales Employee, serta Core Agent. Adapun agenda tersebut adalah Review dan Business Plan tahun 2022 yang dipresentasikan oleh Sales Employee.



Sedangkan untuk acara inti dari Kick Off ini adalah semua team berkomitmen dengan mempresentasikan Strategi dan Support yang diperlukan untuk mencapai goals masing-masing team. Pada acara Kick Off ini juga diinformasikan destinasi dari ACE CLUB, dimana ACE CLUB ini adalah salah satu ajang club bergengsi. Tahun ini destinasi ACE CLUB Hanwha Life ialah Amerika dan Egypt. Di akhir acara dilakukan entertainment yaitu

makan malam bersama, dan juga bermain games yang telah disiapkan oleh panitia penyelenggara. Games ini sendiri sangat unik dan menarik karena terinspirasi dari sebuah serial drama Korea, Squid Game. Entertainment dilakukan tentunya untuk membentuk sales team supaya lebih engage dan kuat agar mereka selalu semangat membuat strategi yang inovatif setiap bulannya.

