

04 nền tảng giúp MB Ageas Life vững vàng trong cuộc đua khốc liệt của thị trường bảo hiểm 2022

17:35 17/04/2022

Tham vọng thuộc Top 5 công ty bảo hiểm nhân thọ trên thị trường bắt buộc MB Ageas Life phải duy trì tốc độ phát triển mạnh mẽ, củng cố nền tảng, thực hiện chiến lược tập trung vào khách hàng, đầu tư vào công nghệ để mang lại trải nghiệm số xuyên suốt.

MB Ageas Life là công ty Bảo hiểm nhân thọ được thành lập trên cơ sở liên doanh giữa 3 đối tác gồm: Ngân hàng TMCP Quân đội (MB Bank) của Việt Nam, Tập đoàn Ageas từ Bỉ và Công ty bảo hiểm nhân thọ Muang Thai từ Thái Lan. Dù là thành viên trẻ tuổi nhưng MB Ageas Life đã có những bước tiến vượt trội, góp phần đáng kể vào sự tăng trưởng chung của thị trường bảo hiểm nhân thọ trong những năm vừa qua.

“Trọng tâm của MB Ageas Life trong năm 2022 là xây dựng chiến lược phát triển với 4 trụ cột. Chúng tôi sẽ tiếp tục dồn nguồn lực phát triển công nghệ số, tích cực đổi mới sản phẩm nhằm gia tăng tối ưu trải nghiệm khách hàng. Đồng thời phát huy thế mạnh tổ chức để gìn giữ và thu hút nhân tài”, đại diện MB Ageas Life chia sẻ.

Chuyển dịch số

Chuyển dịch số đã được MB Ageas Life chú trọng đầu tư ngay từ những ngày đầu thành lập, với việc đầu tư vào công nghệ, tự động hóa quy trình bán hàng và chăm sóc khách hàng... Với kỳ vọng tạo ra những thay đổi mạnh mẽ về chuyển dịch số, từ ngày 15/12/2021, MB Ageas Life đã có quyết định thành lập Khối Số Và Giải pháp sản phẩm, thể hiện chiến lược đầu tư bài bản, hệ thống và tập trung phát triển về nguồn lực cho công nghệ. Đây chính là một trong những ưu tiên hàng đầu của MB Ageas Life trong bối cảnh hiện tại. Công nghệ được sử dụng trong chiến lược số hóa sản phẩm, quy trình vận hành, dịch vụ chăm sóc khách hàng... nhằm mang lại kết quả chuyển đổi số toàn diện và vượt trội.

Giờ đây, khách hàng của MB Ageas Life có thể mua sản phẩm bảo hiểm qua cổng sales portal hoặc trên ứng dụng trực tuyến (App MB). Đáng chú ý, khách hàng không cần đến trực tiếp văn phòng tư vấn và sử dụng yêu cầu bảo hiểm giấy như trước. Thay vào đó, chuyên viên sẽ tư vấn trực tuyến và lập hồ sơ yêu cầu bảo hiểm điện tử ngay trên E-App của MB Ageas Life. Khách hàng có thể nhận được hợp đồng ngay sau 15' làm thủ tục qua các phần mềm điện tử của MB Ageas Life. Khi hợp đồng được phát hành thành công, khách hàng sẽ nhận được bộ Hợp đồng bảo hiểm điện tử qua hòm thư điện tử thông qua phần mềm E-Policy.

Đẩy mạnh chuyển đổi số trong năm 2022, MB Ageas Life tiếp tục nâng cấp các kênh tương tác và hỗ trợ trực tuyến với khách hàng như cổng thông tin "Hành trình của Tôi", hệ thống website, zalo, messenger. Đồng thời số hóa 100% quy trình tại vận hành, kể đến như E-KYC, ORC, BPM, STP, E-Claim,.. nhằm hỗ trợ chính xác và nâng cao độ bảo mật, tiện ích cho khách hàng.

Đáng chú ý, trong năm 2022 công ty sẽ hoàn thiện ứng dụng MBAL style tích hợp các tính năng thanh toán, tra cứu hợp đồng cũng như giải quyết các quyền lợi bảo hiểm ngay trên smartphone, góp phần tạo dựng sự minh bạch khi cung cấp không tin đến với khách hàng.

Hấp dẫn khách hàng

Với chính sách đặt khách hàng làm trung tâm, MB Ageas Life chú trọng vào tính sáng tạo và đa dạng hóa sản phẩm. Trong năm 2022, MB Ageas Life tiếp tục nghiên cứu các sản phẩm mang tính linh hoạt cao, đáp ứng theo nhu cầu tài chính và khẩu vị rủi ro của từng nhóm khách hàng riêng biệt, giải quyết được bài toán về chi phí, cung cấp một gợi ý cho chính sách đãi ngộ cho nhân viên đối với khách hàng doanh nghiệp. Trong khi ở nhóm khách hàng cá nhân, các dòng sản phẩm của MB Ageas Life sẽ mang đến nhiều quyền lợi vượt trội, đồng thời đảm bảo trọn vẹn yếu tố bảo hiểm lẫn giải pháp đầu tư.



Sản phẩm Kiến tạo tương lai ra mắt năm 2021 được đông đảo khách hàng yêu thích và đón nhận mạnh mẽ

Song song đó, MB Ageas Life tiếp tục xây dựng những chương trình chăm sóc khách hàng hấp dẫn như chính sách hoàn tiền, cung cấp các dịch vụ y tế cao cấp,... cho cả khách hàng mới lẫn khách hàng hiện hữu. Ở MB Ageas Life, khách hàng nhận được sự an tâm và bảo vệ tối đa quyền lợi. Số lượng khách hàng sở hữu cùng lúc 02 - 03 sản phẩm với mệnh giá hợp đồng bảo hiểm lớn không còn là chuyện hiếm gặp.

Củng cố nền tảng

Đặt mục tiêu bộ máy nhân sự là nguồn lực quan trọng cần được nâng cao trong năm 2022, MB Ageas Life không ngừng xây dựng và nâng cao bộ máy nhân sự năng động, tinh gọn. Bên cạnh đó, MB Ageas Life còn phấn đấu xây dựng hệ thống quản lý an toàn thông tin đạt chứng nhận ISO 27001. Đồng thời cải tiến quy trình vận hành, rút ngắn thời gian phát triển sản phẩm và xây dựng khung quy chế, quy trình, mô hình đo lường cảnh báo rủi ro nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Đội ngũ MB Ageas Life hướng tới sẽ là những nhân sự có tầm nhìn và khả năng thích ứng với những xu hướng phát triển trên thị trường, được đào tạo theo lộ trình quốc tế mà các chuyên gia xây dựng riêng MB Ageas Life với thời gian dài đến 1 tháng (gấp 4 lần so với chuẩn đào tạo chung trên thị trường hiện nay). Ngoài ra, MB Ageas Life cũng sẽ tiếp tục tập trung vào hoạt động tuyển dụng, thu hút và bồi dưỡng những tài năng trẻ theo chương trình đào tạo HIPOs; gắn kết và giữ chân người lao động bằng những đãi ngộ cạnh tranh được xây dựng dựa trên sự am hiểu và quan tâm đến từng cán bộ, từng nhân viên.



Với sự tăng trưởng đáng kể, uy tín MB Ageas Life cũng được lan tỏa trên diện rộng với những ghi nhận tích cực trong cộng đồng, nhà đầu tư cũng như khách hàng

Tăng trưởng toàn diện và bền vững

Nhờ sở hữu tiềm lực nội tại mạnh mẽ cùng định hướng chiến lược đúng đắn, MB Ageas Life vẫn duy trì tốt hoạt động kinh doanh và tăng trưởng vượt bậc trong bối cảnh 2021 đầy biến động với 03 kênh bán chủ lực là kênh bancassurance, kênh đại lý và kênh số.

Cụ thể, doanh số bảo hiểm quy năm (APE) của MB Ageas Life đạt gần 2.119 tỷ đồng, tăng 35% so với năm 2020. Kênh đại lý đóng góp gần 40% tổng số doanh thu APE với 662 tỷ đồng. Số lượng đại lý chạm mốc 24.000 trên toàn quốc. Trong khi đó, kênh bancassurance xuất sắc giữ vị trí số 1 trên thị trường với doanh thu 1.457 tỷ đồng.

Đặt mục tiêu thúc đẩy những chiến lược dài hạn và mang tính bền vững hơn nữa trong năm 2022, MB Ageas Life tiếp tục phối hợp chặt chẽ với các ngân hàng đối tác triển khai hoạt động kinh doanh mang tính đột phá hơn trước bối cảnh hoạt động phân phối sản phẩm bảo hiểm qua kênh ngân hàng tại Việt Nam ngày càng hấp dẫn và tăng trưởng mạnh mẽ.

Việt Anh