

Khách hàng luôn ở vị trí số 1

"Korea Life Vietnam luôn tự hào là doanh nghiệp đáp ứng đúng và đủ nhu cầu của khách hàng qua cơ cấu sản phẩm đa dạng và cân bằng giữa quyền lợi bảo vệ và quyền lợi tiết kiệm, đầu tư. Điều đó chứng minh Korea Life Vietnam luôn nhắm đến duy nhất một tiêu chí Khách hàng luôn ở vị trí số 1", ông **JUNG SEOP HYUN**, Tổng giám đốc Korea Life Vietnam chia sẻ với ĐTCK nhân kỷ niệm 2 năm hoạt động của Công ty.

Korea Life Vietnam ra đời trong bối cảnh thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam đã không còn ở giai đoạn tăng trưởng phi mã. Đến nay, sau hơn 2 năm hoạt động, ông có thể chia sẻ về những thành tựu Công ty đã đạt được?

Nằm trong nhóm những doanh nghiệp có "tuổi đời hoạt động" còn khá trẻ tại thị trường Việt Nam, Korea Life Vietnam đã chứng tỏ sức trẻ đầy tham vọng và nhiệt huyết với mức tăng trưởng khá ấn tượng trong năm 2010 là 113%. Bằng nỗ lực của một doanh nghiệp "trẻ" tại Việt Nam nhưng già dặn về kinh nghiệm trong ngành bảo hiểm nhân thọ tại thị trường Hàn Quốc, chúng tôi đã nhanh chóng chiếm giữ 3% thị phần trong doanh thu bảo hiểm khai thác mới năm 2010, vươn lên top các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ có tốc độ tăng trưởng cao. Tất cả những thành tích xuất sắc đó đều đến từ nhân tố "con người" - tài sản quý giá nhất của Korea Life Vietnam. Chính nhờ sự chung tay góp sức của gần 5.000 tư vấn tài chính và đội ngũ nhân viên, Korea Life Vietnam đã và đang từng bước chinh phục những mục tiêu lớn hơn.

Hai năm không phải là thời gian dài đối với tuổi đời của một doanh nghiệp. Nhưng chắc chắn trong quãng thời gian ấy, Korea Life Vietnam đã tăng cường được sự am hiểu và thâm nhập thị trường tốt hơn qua các sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Ông có thể chia sẻ thêm về điều này...?

Tận dụng ưu thế của doanh nghiệp đến sau, chúng tôi đã không ngừng nghiên cứu và giới thiệu ra thị trường những sản phẩm tiên tiến thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của mọi khách hàng từ 0 đến 60 tuổi. Bên cạnh phạm vi bảo hiểm mở rộng, các sản phẩm bảo hiểm của Korea Life Vietnam còn hấp dẫn

khách hàng bởi tính linh hoạt cao, phí bảo hiểm cạnh tranh, và khả năng đáp ứng các nhu cầu tiết kiệm và bảo vệ đa dạng của khách hàng. Đặc biệt, khách hàng có thể chỉ tham gia một hợp đồng bảo hiểm với Korea Life Vietnam nhưng cả nhà đều sẽ được bảo hiểm trước các rủi ro bất ngờ trong cuộc sống. Điều này sẽ mang lại cho khách hàng sự an tâm tối đa với chi phí tối thiểu với danh mục sản phẩm phong phú gồm: An sinh tích lũy toàn diện, An sinh giáo dục toàn diện, An Khang linh hoạt trọn đời, An Khang hưu trí toàn diện, An sinh tích lũy ngắn hạn, Bảo hiểm bệnh hiểm nghèo...

Lấy khách hàng là trọng tâm, ngay sau tháng đầu tiên hoạt động, Korea Life Vietnam đã tiên phong triển khai dịch vụ "Nhắn tin liền, bảo hiểm ngay". Đây là dịch vụ cung cấp quyền lợi bảo hiểm tạm thời cho khách hàng ngay sau khi tư vấn tài chính gửi tin nhắn xác nhận hoàn tất việc đóng phí ban đầu của khách hàng về tổng đài của Công ty. Tiếp tục cải tiến tiện ích nhắn tin qua ĐTDĐ, trong tháng 10/2010, Korea Life Vietnam đã bổ sung thêm dịch vụ cập nhật thông tin tình trạng hợp đồng và thời hạn đóng phí cho khách hàng. Dịch vụ này nhằm tăng cường cầu nối liên hệ giữa khách hàng, tư vấn tài chính và Công ty. Ngoài ra, trong tháng 12/2010, Korea Life Vietnam đã chính thức hợp tác với các ngân hàng hàng đầu tại Việt Nam thực hiện hình thức thu phí qua hệ thống ngân hàng tại 510 chi nhánh của Ngân hàng BIDV, 348 chi nhánh Ngân hàng Sacombank và hơn 200 chi nhánh của Ngân hàng Đông Á.

Phải chăng những hoạt động kể trên đã đem lại cho Korea Life Vietnam Giải Rồng Vàng dành cho Doanh nghiệp có dịch vụ tốt nhất do Thời báo kinh tế Việt Nam phối hợp với Cục Đầu tư nước ngoài thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư trao tặng?



Việc Korea Life Vietnam được trao tặng giải Rồng Vàng vừa là một sự tưởng thưởng to lớn về mặt tinh thần, vừa là một động lực truyền thêm sức mạnh để chúng tôi phải nỗ lực hơn nữa để xứng đáng với danh hiệu này. Đây là giải thưởng uy tín nhằm tôn vinh các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có những đóng góp tích cực cho sự phát triển của nền kinh tế - xã hội Việt Nam. Giải thưởng không phải là mục tiêu cuối cùng mà Korea Life Vietnam muốn nhắm đến. Điều quan trọng hơn là sự đóng góp của doanh nghiệp đối với khách hàng thông qua các sản phẩm - dịch vụ tiên tiến và sự đóng góp đối với xã hội thông qua các hoạt động cộng đồng thiết thực.

Hàng tháng, chúng tôi đều tổ chức những chương trình xã hội - từ thiện dành cho nhân viên và đội ngũ tư vấn tài chính tham gia nhằm giúp đỡ những hoàn cảnh thiệt thòi, mất mát của các đối tượng khó khăn như trẻ em nghèo, trẻ em khuyết tật, phụ nữ và người già ở nông thôn, thành thị... Trong suốt hai năm qua, các chương trình từ thiện dài hạn như Hội tụ yêu thương, Nuôi dưỡng ước mơ tại các quận huyện ven như Củ Chi, Nhà Bè (TP. HCM), Sóc Sơn, Cầu Giấy (Hà Nội) và các tỉnh như Đắk Lắk, Bắc Giang, Nha Trang, Bình Dương, Đồng Nai... đã mang đến niềm vui về tinh thần và sự hỗ trợ về vật chất cho hơn 30.000 hoàn cảnh khó khăn.

Chúng tôi mong muốn màu áo cam đặc trưng của tinh nguyện viên Korea Life Vietnam sẽ lan tỏa rộng khắp đến các tỉnh thành để thắp lên niềm tin, thắp lên sức mạnh "nuôi dưỡng ước mơ" cho hàng ngàn, hàng vạn người Việt Nam.

Gia Linh