

# AIA tingkat kesedaran miliki insurans

## Kempen kreatif tawar penyelesaian diperibadikan melalui platform 'penstriman' interaktif

Oleh Tuty Haryanti Ahmad Rodzi  
bhnews@bh.com.my

**Kuala Lumpur:** Peralihan dunia moden membolehkan masyarakat hari ini boleh memilih pelanggan pelbagai perkhidmatan termasuk platform penstriman video untuk menikmati filem atau rancangan televisyen dengan mudah.

Lebih menarik, menerusi platform itu pelanggan disajikan dengan pelbagai rancangan yang disyorkan berdasarkan genre diminati. Ia sekali gus memudahkan pelanggan memilih apa yang hendak ditonton.

Bagaimanakah pula jika pelanggan insurans atau takaful boleh diperolehi dengan mudah pelanggan pakej

penstriman? Pasti ia sesuatu yang cukup menyenangkan.

Menjadikan ia realiti, AIA Malaysia melancarkan kempen Pilihan Kehidupan Yang Lebih Bermakna (*Subscribe to a Better Life*) menerusi filem jenama yang menampilkan bintang legenda skuasy dan ikon sukan Malaysia, Datuk Nicol David.

Filem itu memaparkan Nicol memainkan pelbagai watak dan peranan yang mencerminkan kehidupan penuh bersemangat dan adegan penuh aksi termasuk perlawanan skuasy, bergembira di dapur sambil menikmati buah dan sayuran serta menyegarkan tubuh dan minda dengan seni mempertahankan diri.

Kempen hasil ekspresi kreatif ini adalah hasrat AIA untuk memperkasakan rakyat Malaysia supaya menjalani kehidupan yang lebih bermakna iaitu kehidupan sihat, aktif dan bertenaga dengan memanfaatkan minat rakyat terhadap platform penstriman.

### Beri penerangan lebih baik

Kempen ini boleh diakses melalui laman web informatif dan interaktif yang direka seperti paparan perkhidmatan penstriman yang menentengahkan produk

serta tawaran AIA sebagai filem dan rancangan TV.

Ketua Pegawai Pemasaran AIA Malaysia, Heng Zee Wang, yang teruja dengan pelancaran kempen baharu itu berkata, pihaknya sedar bahawa pasaran insurans mahupun takaful sering menggunakan pelbagai istilah yang kadangkala sukar untuk difahami.

Keadaan ini mungkin menjadi satu cabaran dan halangan untuk masyarakat mendapatkan perlindungan mengikut keperluan mereka.

Oleh itu katanya, kempen Pilihan Kehidupan Yang Lebih Bermakna dilancarkan bagi mengurangkan kekeliruan itu kerana ia menjelaskan istilah yang mengelirukan dan menyampaikan penceritaan dengan kaedah lebih ringkas, mudah difahami serta diminati orang ramai.

"Kami bangga dapat memperkenalkan kempen yang menarik, unik, dan menghiburkan ini serta yakin ia akan membantu meningkatkan pengalaman pelanggan apabila berinteraksi dengan kami," tambah Zee Wang.

Ia juga bertujuan membantu pelanggan merealisasikan aspirasi hidup mereka melalui kandungan terpilih yang menampilkan



kan rangkaian produk serta tawaran AIA, termasuk ekosistem Penyelesaian Kesihatan dan Kekayaan Menyeluruh syarikat itu.

"Hanya dengan satu klik, anda akan dibawa meneroka dunia kesihatan dan kekayaan yang diperibadikan.

"Kami percaya kempen ini adalah permulaan kepada sesuatu yang mengujakan dalam usaha kami untuk memastikan perlindungan insurans dan takaful dapat diakses serta difahami dengan lebih mudah oleh orang ramai tanpa mengira keperluan dan peringkat kehi-

dupan mereka," katanya.

Sementara itu, Nicol yang juga duta AIA Malaysia berkata, apabila mula diperkenalkan dengan konsep kempen itu, dia terus tertarik dan berasa teruja untuk bekerjasama dengan AIA bagi merealisasikan idea itu.

Katanya, ketika ini orang ramai banyak pelanggan pelbagai perkhidmatan untuk menikmati keselesaan dan kemudahan yang ditawarkan, sama ada keahlian gim, pelan pemakanan mahu pun saluran penstriman.

Untuk maklumat lanjut, layari [www.aia.com.my/livewithvitality](http://www.aia.com.my/livewithvitality).