

AIA, Spurs perkukuh perkongsian sehingga 2027

Kuala Lumpur: Selaku rakan kongsi utama global pasukan Liga Perdana Inggeris (EPL), Tottenham Hotspur bukan sahaja membantu syarikat insurans terkemuka AIA Group Ltd memperkukuhkan jenama, malah pembangunan bola sepak.

Ketua Pegawai Pemasaran Kumpulan, Stuart A Spencer, berkata bola sepak adalah sukan nombor satu serta mempunyai ramai peminat dan penyokong di seluruh dunia yang mana, sejak menaja Tottenham Hotspur atau juga dikenali sebagai Spurs, AIA kini bukan sahaja lebih mantap, malah berupaya menyebarkan mesej yang ingin disampaikan dengan lebih baik.

Katanya, ia selaras dengan janji jenama AIA yang bertujuan membantu orang ramai untuk hidup lebih sihat, berpanjangan dan bermakna.

"AIA percaya penajaan terhadap Spurs membantu kami meningkatkan kesedaran jenama di rantau ini, selain peluang membabitkan diri dengan pelanggan dan orang ramai.

"Malah, kami juga berpeluang membantu pembangunan bola sepak menerusi klinik dan kem latihan di beberapa pasaran. Kami sebenarnya mempunyai lebih 40,000 anak muda



Dari kiri; Pengarah Eksekutif Tottenham, Donna Cullen; Pengerusi Tottenham, Daniel Levy; Ketua Eksekutif & Presiden Kumpulan AIA, Ng Keng Hooi dan Spencer pada majlis mengumumkan pelanjutan perkongsian antara AIA dan Spurs, baru-baru ini.

terbabit dengan klinik dan kem latihan bola sepak yang kami kelolakan," katanya dalam temubual semasa perlawanan Piala Juara-Juara Antarabangsa 2019 di Singapura baru-baru ini.

AIA mula menaja Spurs sejak lima tahun lalu dan baru-baru ini memperluaskan lagi perkongsian mereka sehingga akhir musim 2026/2027, sekaligus

menyaksikan logo AIA akan terus terpampang di jersi pasukan Spurs dalam semua pertandingan.

Pengumuman penyambungan penajaan itu juga adalah satu lagi kemuncak penting bagi AIA sempena meraikan sambutan seabad penubuhannya.

Menurut Spencer, AIA dan Spurs akan terus bekerjasama membangunkan kandungan

unik dengan pemain Spurs, pengurus, jurulatih, pasukan kecerdasan dan pakar pemakanan untuk menyokong janji jenama AIA.

Katanya, AIA percaya bola sepak dan insurans mempunyai banyak persamaan dari segi organisasi, kesihatan, kesejahteraan, kecergasan, kerja berpasukan, prestasi, dan kemenangan.

"Saya percaya ia (bola sepak

dan insurans) adalah satu hubungan atau kerjasama yang membawa kebaikan dan melambangkan perkongsian sebenar," katanya sambil menambah kejayaan Spurs layak ke final Liga Juara-Juara musim lalu membolehkan AIA mendapat pendudukan di seluruh dunia dengan anggaran purata penonton global kira-kira 400 juta.

Selain menaja pasukan bola sepak, bersama Duta Jenama Global yang juga pemain bola sepak terkenal, David Beckham dan chef selebriti, Jeremy Pang, AIA juga giat menyebarkan mesej menggalakkan masyarakat menjalani gaya hidup lebih sihat melalui program AIA Vitality.

"Satu daripada perkara yang kami lakukan ialah memastikan semua aset jenama kami tertumpu dan terhubung. Setiap daripada mereka mempunyai peranan tersendiri. Kami membawa aset bersama untuk terus memperkukuhkan janji jenama kami.

"AIA mahu membantu dan menggalak pelanggan menjalani gaya hidup yang lebih sihat melalui program AIA Vitality, yang menawarkan ganjaran dan manfaat untuk terus kekal aktif dan cergas," katanya.