

Inovasi berterusan Tune Protect untuk sasar gen Z, millennial

Oleh KOSMO! | 1 Mei 2023, 11:31 am



JUBIN MEHTA (empat dari kiri) bersama pengurusan kanan syarikat pada satu majlis anjuran Tune Protect di Kuala Lumpur baru-baru ini.

Takaful dan insurans kini semakin penting dalam kehidupan masyarakat. Kesedaran melanggan produk penting itu semakin meningkat khususnya dalam kalangan golongan muda berkerjaya dan ibu bapa muda kerana ia dapat membantu mereka jika berlaku kecemasan perubatan.

Seiring dengan kos perubatan yang terus meningkat setiap tahun, banyak syarikat insurans dan takaful menawarkan pelbagai promosi dan perkhidmatan untuk memenuhi bajet pelanggan bukan sahaja daripada golongan mewah tetapi khusus untuk memberi peluang kepada golongan B40 memperoleh manfaat yang berguna.

Tune Protect Malaysia (Tune Protect) adalah antara syarikat yang sentiasa aktif mendekati golongan sasarannya iaitu Now Generation terdiri daripada golongan

millennial dan gen Z selain kumpulan B40 dan M40 melalui pelbagai produk dan perkhidmatan yang bersesuaian dengan keperluan serta perbelanjaan pelanggan.

“Walaupun kami mempunyai produk yang sesuai untuk pelbagai keperluan, kami juga ingin mengurangkan jurang maklumat serta mengubah persepsi masyarakat terhadap insurans bahawa ia sesuatu yang mahal dan rumit untuk dibeli.

“Semua itu boleh dilaksanakan melalui pendidikan digital, media sosial, perkongsian strategik, kerjasama media dan aktiviti perhubungan awam untuk mendekati orang ramai,” jelas Ketua Pegawai Eksekutif Tune Protect, Jubin Mehta dalam temu bual secara emel bersama Kosmo! baru-baru ini.



KOSMO!: Selepas pandemik, ramai yang mengambil berat tentang tahap kesihatan dan perancangan untuk menjaga kesihatan sekali gus menabung untuk hari kecemasan, apakah trend langganan semasa?

Jubin Mehta: Saya meramalkan trend industri akan mengikut arus perubahan pasca-Covid dan kami menjangkakan terdapat peningkatan permintaan untuk insurans-perubatan dan kesihatan berikutan kesedaran yang me-ningkat selepas pandemik tiga tahun lalu.

Orang awam kini lebih peka ter-hadap kepentingan perlin-dungan kesihatan dan tuntutan insurans memainkan peranan penting sebagai sokongan kewangan sekiranya berlaku kecemasan perubatan.

Adakah masyarakat kini masih terbeban dengan kos sara hidup yang meningkat sehingga mengabaikan untuk melanggan insurans?

Kami memahami kesukaran kewangan yang dihadapi oleh orang ramai semasa dan selepas pandemik ini. Kelebihan yang kami ada sebagai syarikat InsurTech adalah kami dapat menawarkan produk untuk memenuhi bajet yang berbeza melalui penyesuaian produk bagi menangani cabaran ini.

Apa yang saya ingin tekankan di sini adalah harga yang berpatutan dan fleksibiliti yang ditawarkan dalam produk kami iaitu termasuk insurans kesihatan dan perubatan. Sebagai contoh, Tune Protect mempunyai Insurans Penyakit Kritikal (Critical Illness Insurance) yang dipanggil Critical Safe+ dan insurans perubatan dalam talian, PRO-Health Medical.

Kedua-duanya menawarkan harga yang berpatutan dan fleksibel kerana pelanggan boleh membuat pilihan dan menyesuaikan polisi mereka yang bermula dengan pelan paling asas mengikut keperluan, namun tetap merangkumi pelbagai faedah.

Selain itu, kami juga melancarkan PUMP iaitu penjejak kesihatan yang terdapat dalam aplikasi mudah alih untuk membantu rakyat kekal cergas dan sihat dengan memberi ganjaran secara merawat punca masalah mereka.

Untuk membantu rakyat kekal cergas dan sihat menggunakan aplikasi PUMP, kami memberi insentif setiap kali mereka mencapai tahap tertentu yang mana jika anda lebih aktif, maka akan lebih baik ganjarannya.

Oleh itu, walaupun pelanggan memilih jumlah insurans yang lebih rendah disebabkan kekangan kewangan, perlindungan ini tetap akan mencukupi bagi mereka yang sihat.



Apakah keutamaan pelanggan ketika membuat pemilihan produk insurans sama ada syarikat yang berjenama dan berpengalaman atau bayaran premium yang murah tetapi memiliki banyak manfaat kepada pelanggan?

Saya boleh katakan bahawa segmen pelanggan yang berbeza akan mempunyai keutamaan yang berlainan dalam pemilihan jenama insurans. Generasi yang lebih tua biasanya akan tertarik kepada jenama insurans yang telah lama bertapak atau mempunyai sejarah yang dikenali.

Sebagai penanggung insurans digital, golongan Now Generation yang terdiri daripada golongan millennial dan gen Z adalah sasaran utama kami.

Mereka adalah generasi yang lebih celik teknologi, tertarik kepada produk dan perkhidmatan yang lebih bernilai untuk wang dan lebih terbuka untuk mencuba jenama baharu.

Oleh itu, kami telah menyusun strategi dan pelan tindakan yang menumpukan pada aksesibiliti dan mampu milik untuk kumpulan yang lebih muda ini.

Dengan menumpukan tahap pendapatan kumpulan muda ini, kami menawarkan perlindungan dengan harga yang berpatutan dan komprehensif.

Kami percaya nilai dan kemampuan produk kami adalah sesuatu yang mereka akan hargai.

Kami di Tune Protect menggalakkan mereka mendapatkan perlindungan insurans dari usia muda supaya mereka boleh menikmati nilai perlindungan yang diperlukan.

Apabila mereka semakin maju dalam kerjaya dan mereka mampu membeli dengan nilai yang lebih tinggi, mereka boleh memilih perlindungan premium yang lebih tinggi.

Apakah produk popular syarikat, apa faktor yang -menyebabkan ia mendapat sambutan baik?

Saya berpendapat bahawa teras pilihan kami iaitu gaya hidup, kesihatan dan PKS semuanya mendapat sambutan baik.

Pengalaman lancar melalui aplikasi mudah alih kami, yang mana pelanggan boleh melakukan semua transaksi insurans hujung ke hujung dengan beberapa klik, perkhidmatan pantas dengan komitmen pelanggan 3:3:3 dan harga produk berpatutan yang boleh disesuaikan sendiri adalah antara faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Kami memilih empat pembeza unik untuk Critical Safe+ iaitu komitmen 3:3:3, penyelesaian insurans bersaiz kecil, pendigitalan penuh dan penyesuaian berdasarkan keperluan. Ini adalah ciri yang akan mempengaruhi keputusan pembelian. - KOSMO!ONLINE