

Siaran Pers

AAJI gelar Marcomm Summit 2023 Berbagi Wawasan Penanganan Krisis di Era Digital

Jakarta, 13 Desember 2023 — Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) sukses menggelar acara bertajuk *Marketing & Communication Summit 2023* di JS Luwansa. Acara ini menjadi langkah konkret AAJI dalam mempersiapkan anggotanya menghadapi tantangan di bidang marketing dan komunikasi dalam era digital. Mengangkat tema *"Navigating Crisis in Digital Era,"* acara ini dihadiri 172 peserta dari 60 perusahaan.

Ketua Bidang Marketing & Komunikasi AAJI, Novita Rumngangun mengajak semua peserta untuk mengambil pelajaran berharga dari para narasumber. *"Melalui tema ini kami berharap rekan-rekan bisa mengambil pelajaran dari para narasumber bagaimana kita bisa menjaga perusahaan untuk tetap kuat di tengah kondisi krisis, bagaimana kita bisa bekerja sama dengan media, bagaimana kita memanfaatkan teknologi untuk terus bangkit, dan yang juga penting adalah bagaimana kita bisa mengubah tantangan-tantangan itu menjadi sebuah peluang untuk semakin memperkuat dan meningkatkan kualitas bisnis kita."* Jelas Novita.

Direktur Literasi dan Edukasi OJK, Horas V.M. Tarihoran menyoroti pentingnya pemahaman masyarakat terhadap asuransi. *"Survei OJK tahun 2022 mencatat bahwa tingkat inklusi keuangan mencapai 85%, namun masyarakat yang melek keuangan hanya 49%. Hal ini bermuara pada kurangnya pengetahuan mereka tentang produk keuangan yang sudah mereka miliki. Melalui tim marketing dan komunikasi saat ini kita bisa lebih efektif menggunakan sosial media untuk mengedukasi masyarakat dalam skala yang lebih luas dan besar,"* ungkap Horas.

Acara terbagi menjadi tiga sesi dengan pembahasan berbeda, yaitu; *Empowering Resilience in Times of Crisis* dengan narasumber dari PERHUMAS; *Media & Digital Technology* yang menghadirkan narasumber dari Harian Kompas dan MoEngage; serta sesi terakhir

Converting Crisis into Growth yang menghadirkan narasumber dari Bank BCA dan IDN Times.

Sekretaris Umum PERHUMAS, Benny Siga Butarbutar menekankan pentingnya menghadapi krisis secara langsung dan cepat. *"Menghadapi situasi krisis di era digital, brand harus mampu menerapkan formula Progressive dan Prudent. Diperlukannya manajemen yang aktif dalam menghadapi krisis seperti menyediakan data informasi yang akurat, kebijakan komunikasi satu pintu (menunjuk spokesperson), dan memperdayakan tim krisis dengan SOP yang jelas terhadap issue serta melakukan media monitoring. Selain itu, diperlukannya kemampuan menetapkan rancangan agenda yang kuat serta terarah, memaksimalkan peran juru bicara, dan bersedia untuk bekerja sama ketika krisis semakin parah"* tutur Benny.

Senior Vice President Marketing Communication PT Bank Central Asia, Tbk, Norisa Saifuddin menjelaskan bahwa di dalam masa krisis *brand* dapat mengubahnya menjadi suatu kesempatan dengan kreativitas. *"Dalam proses berkomunikasi dengan customer, brand harus dapat mendefinisikan keinginan customer. Brand harus mampu mendengarkan keinginan customer dan mendapatkan poin penting, kemudian brand dapat membuat kreativitas dalam melakukan campaign. Sehingga pesan – pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dan tercapai tujuan dari suatu campaign tersebut."* jelas Norisa.

Melalui pelaksanaan acara ini, diharapkan praktisi marketing dan komunikasi di perusahaan asuransi dapat menerapkan wawasan serta pengalaman yang diperoleh dari para narasumber. Tujuannya adalah untuk membentuk citra positif industri asuransi, agar dapat mencapai kemajuan, pertumbuhan yang berkualitas, serta dicintai oleh masyarakat Indonesia.

###

Tentang Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI)

AAJI adalah wadah dan penyalur aspirasi Perusahaan Asuransi Jiwa dan Reasuransi di Indonesia. Didirikan pada tahun 2002, saat ini AAJI beranggotakan 57 perusahaan asuransi jiwa dan 6 perusahaan reasuransi di Indonesia. Visi AAJI adalah

mendorong transformasi industri asuransi jiwa dan seluruh pemangku kepentingan di dalamnya untuk melampaui setiap sasaran dan batasan. AAJI memiliki tiga misi yaitu sebagai aggregator, menyatukan semua sumber daya untuk mendorong dan mewujudkan seluruh kepentingan setiap pemangku kepentingan, sebagai aktivator yang mengaktifkan peta jalan untuk mewujudkan setiap tujuan yang dipercayakan oleh pemangku kepentingan, dan sebagai akselerator yang mengakselerasi transformasi industri asuransi jiwa serta setiap pemangku kepentingan di dalamnya.

Untuk keterangan lebih lanjut:

Togar Pasaribu

Direktur Eksekutif AAJI

Telp: +6221 3190 0500 | Email: aaji.info@aaji.or.id