



SIARAN PERS

Jakarta, 23 Februari 2010

Prudential Menegaskan Kembali Komitmennya untuk Mendengarkan Luncurkan Kampanye “*The Power of Listening*” di Indonesia

Jakarta, 23 Februari 2010 – Sebagai bagian dari kampanye regional yang digelar untuk menegaskan komitmen dan posisi Prudential sebagai institusi penyedia layanan keuangan terdepan yang senantiasa mendengarkan, PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) mengumumkan kampanye “*The Power of Listening*” di Indonesia dalam sebuah sesi interaktif bagi media sebagai salah satu kegiatan awal kampanye ini. Pertemuan interaktif untuk mengeksplorasi berbagai aspek mendengarkan di antara para jurnalis ini dibawakan oleh pembicara komunikasi terkemuka, Kafi Kurnia, yang mendiskusikan pentingnya menyediakan waktu untuk mendengarkan kepada komunitas di sekitar kita.

“Mendengarkan merupakan sebuah keahlian yang digunakan oleh semua orang dalam keseharian mereka untuk berkomunikasi secara efektif dan meraih pemahaman yang lebih baik bagi diri mereka, usaha mereka dan komunitas mereka. Sebagai suatu badan usaha, Prudential telah berkomitmen untuk mendengarkan dan memahami kebutuhan masyarakat di Asia sejak dahulu, dan melalui kampanye ini kembali menegaskan komitmen tersebut dalam memberikan layanan terbaik di kelasnya dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan,” ujar Nini Sumohandoyo, *Corporate Marketing and Communications Director* Prudential Indonesia.

Nini melanjutkan, “Kami percaya bahwa layanan keuangan yang terbaik hanya dapat diberikan dengan cara mendengarkan. Prudential selalu berusaha semaksimal mungkin untuk mendengarkan melalui berbagai riset yang telah kami lakukan selama ini, dan mengumpulkan beragam masukan dari para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam mengembangkan layanan kami dan menciptakan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Kampanye ini digelar di sembilan negara Asia dalam tujuh bahasa dan telah diluncurkan sebelumnya di Singapura dan Hong Kong. Kampanye di Indonesia ditandai dengan serangkaian pariwisata yang akan disiarkan di beragam media termasuk stasiun televisi nasional dan

berlangganan, stasiun radio, media *online*, dan media cetak nasional mulai tanggal 28 Februari 2010.

Sebagai bagian dari kampanye ini, Prudential Indonesia juga telah mengumumkan serangkaian program bagi karyawan dan tenaga pemasaran untuk lebih memahami dan menerapkan komitmen untuk mendengarkan, serta kontes foto yang bertema “The Power of Listening” bagi para wartawan di seluruh nusantara.

“Kami menegaskan kembali komitmen kami melalui kampanye ini, untuk dapat lebih mendengar dan memahami kebutuhan nasabah, masyarakat luas, mitra bisnis, tenaga pemasaran dan karyawan, dalam rangka terus memperkuat fondasi Prudential untuk menjalankan komitmen jangka panjang kami untuk melayani negeri ini,” ujar Nini mengakhiri.

Mengenai Prudential plc dan Prudential Corporation Asia

Prudential plc adalah sebuah grup jasa keuangan internasional terkemuka yang menyediakan jasa keuangan ritel dan pengelolaan dana di pasar-pasar pilihan: Inggris, Amerika, Asia dan Eropa kontinental.

Prudential telah menyediakan jasa asuransi jiwa di Inggris selama lebih dari 160 tahun dan memiliki produk dana jangka panjang terbesar di Inggris selama lebih dari satu abad. Saat ini, Prudential memiliki lebih dari 22 juta nasabah di seluruh dunia dan mengelola dana lebih dari **£245 miliar (Rp4.115 triliun - sampai dengan 30 Juni 2009 – angka yang terakhir dipublikasikan)**.

Untuk wilayah Asia, Prudential Corporation Asia (PCA) menyediakan produk - produk yang memenuhi kebutuhan akan tabungan, perlindungan dan investasi nasabah, serta merupakan grup perusahaan keuangan terdepan yang menyediakan produk-produk dan pelayanan yang sesuai kebutuhan nasabah, dengan pengalaman lebih dari 80 tahun.

Prudential mengoperasikan bisnis asuransi jiwa di 12 negara Asia yaitu Cina, Hong Kong, India, Indonesia, Jepang, Korea, Malaysia, Filipina, Singapura, Taiwan, Thailand dan Vietnam. Di wilayah ini, Prudential juga menjangkau lingkup geografis yang luas dengan mengoperasikan bisnis pengelolaan dana di 10 pasar - Cina, Hong Kong, India, Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, Taiwan, Vietnam, dan Uni Emirat Arab.

Total Penjualan Prudential Corporation Asia berdasarkan *Annualized Premium Equivalent* (APE) sampai 30 September 2009, mencapai **£846 miliar (Rp13,02 triliun)**. Prudential di Asia didukung oleh lebih dari 415.000 jaringan tenaga pemasaran dan karyawan yang melayani kebutuhan keuangan lebih dari 12 juta nasabah di wilayah ini.

Mengenai PT Prudential Life Assurance

Didirikan pada tahun 1995, PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) merupakan bagian dari Prudential plc. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi

jiwa selama lebih dari 160 tahun dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Sejak meluncurkan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia merupakan pemimpin pasar untuk produk tersebut di Indonesia. Di samping itu, Prudential Indonesia juga menyediakan berbagai produk yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan para nasabahnya di Indonesia.

Dari data terakhir per 30 September 2009, Prudential Indonesia memiliki 7 kantor pemasaran (Jakarta, Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang) dan 192 kantor keagenan (termasuk di Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali). Prudential Indonesia memiliki lebih dari 85.000 jaringan tenaga pemasaran yang melayani lebih dari 846.000 nasabah.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi:

Nini Sumohandoyo

Direktur Pemasaran dan Korporat

PT Prudential Life Assurance

Prudential Tower

Jl. Jend. Sudirman Kav. 79

Jakarta 12910

Phone: 021 2995 8888

Facsimile: 021 2995 8855

E-mail: nini.sumohandoyo@prudential.co.id