



## Press Release

### **AIA Việt Nam khai trương “nest by AIA” - một mô hình dịch vụ khách hàng độc đáo tại Hà Nội**

**(Hà Nội, ngày 2 tháng 3 năm 2016).** Công ty Bảo hiểm Nhân thọ AIA Việt Nam (“AIA Việt Nam”) vừa chính thức khai trương mô hình dịch vụ khách hàng khác biệt mang tên “nest by AIA” (tạm dịch là “Tổ ấm với AIA”) tại tầng 4, Tháp B, Trung tâm Thương mại Vincom, 191 Bà Triệu, Quận Hai Bà Trưng, Hà Nội. Đây là văn phòng “nest by AIA” thứ hai của AIA Việt Nam sau văn phòng đầu tiên được khai trương vào tháng 3 năm 2015 tại tầng 2 tòa nhà Tài chính Bitexco, Thành phố Hồ Chí Minh.

“nest by AIA” là mô hình dịch vụ khách hàng sáng tạo của công ty bảo hiểm này, được hình thành dựa trên ý tưởng “one-stop shop” (dịch vụ tập trung). Mô hình này bao gồm không gian để tổ chức sự kiện, khu vực dành cho các gia đình trẻ có con nhỏ, quán cà phê, sảnh, thư viện sách, cùng khu vực riêng để trò chuyện với chuyên viên quan hệ khách hàng của AIA Việt Nam.

Ông Wayne Besant, Tổng Giám đốc AIA Việt Nam cho biết: *“Không gian nest by AIA đầu tiên tại TP.HCM đã mang lại thành công lớn. Nó giúp chúng tôi hiểu hơn và tiếp cận tốt hơn với những khách hàng thành thị. Nó cũng giúp chúng tôi củng cố niềm tin trong việc cung cấp tới khách hàng những kênh tiếp cận khác nhau khi giao dịch với AIA, cũng như trong việc sáng tạo và cải tiến không ngừng trải nghiệm của khách hàng với chúng tôi.*

*“Sau một năm hoàn thiện dịch vụ dựa trên những đúc kết ở TP.HCM, giờ đây, chúng tôi sẵn sàng mang ý tưởng này đến Thủ đô Hà Nội.*

*“Với mô hình “dịch vụ tập trung” mang đến trải nghiệm độc đáo cho khách hàng tại một vị trí đẳng cấp, chúng tôi tin rằng nest by AIA tại Hà Nội sẽ thu hút được các khách hàng mục tiêu của AIA là giới nhân viên văn phòng và các gia đình trẻ ở Thủ đô.”*

Với diện tích 300 m<sup>2</sup>, rộng lớn hơn so với mô hình của một trung tâm dịch vụ khách hàng truyền thống. Không gian “nest by AIA” được xây dựng trên ý tưởng mang lại sự độc đáo với không gian mở và kiến trúc thô mộc, nhưng vẫn mang nét hiện đại, hiện lên như một không gian “song sinh” với “nest by AIA” Hồ Chí Minh, song vẫn có nét riêng biệt của phía Bắc.

Quầy giao dịch liền kề thang tấp đã được thay thế bằng các dãy ghế salons mang đến sự khác biệt trong tư vấn. Các xấp brochure thông tin, và các mẫu đơn đã biến mất, thay vào đó là các chuyên viên quan hệ khách hàng với máy ipad sẽ giúp chuyển tải thông tin các sản phẩm của AIA Việt Nam theo yêu cầu của khách hàng.

Ông Lý Nhơn, Phó Tổng Giám đốc Tài chính của AIA Việt Nam chia sẻ: *“Chúng tôi muốn xây dựng một trung tâm dịch vụ khách hàng, nơi chúng tôi có thể giao tiếp với khách hàng một cách đầy ý nghĩa.*



*“Bạn có thể đem gia đình tới nest by AIA, gặp gỡ bạn bè hay có những cuộc gặp quan trọng tại đó, và nếu bạn cảm thấy thích, hãy trò chuyện với một trong những chuyên viên quan hệ khách hàng của chúng tôi. Bạn có thể bàn sâu hơn với chúng tôi về bảo hiểm, hoặc thường thức một tách cà phê và tiếp tục mua sắm. Sự lựa chọn hoàn toàn thuộc về bạn.*”

*“Mục đích của chúng tôi là tạo ra một không gian thoải mái để khách hàng có thể tiếp cận dịch vụ của chúng tôi một cách dễ dàng, thuận tiện và tự nhiên nhất.*”

*“Chúng tôi gọi không gian này là “nest by AIA” bởi vì “nest” là tổ ấm, là nơi bạn bảo vệ những gì quan trọng nhất đối với bạn và gia đình. Đó là nơi bạn lên kế hoạch cho tương lai.”*

“nest by AIA” cũng là địa điểm tổ chức của các buổi hội thảo về phong cách sống, các đề tài liên quan đến tài chính và rất nhiều sự kiện khác. AIA Việt Nam cũng khuyến khích các đối tác và các tổ chức cộng đồng sẽ lựa chọn “nest by AIA” như một điểm đến tổ chức các buổi hội nghị, hay sự kiện. AIA Việt Nam cũng mong muốn “nest by AIA” sẽ trở thành một trung tâm đô thị cộng đồng giữa lòng Thủ đô Hà Nội.

*“Tất cả những gì chúng ta đang thực hiện nhằm giúp khách hàng xác định lại, đánh giá lại những cảm nhận, trải nghiệm của họ đối với một công ty bảo hiểm”, bà Yoon Szu-Mae, Phó Tổng Giám đốc Truyền thông & Thương hiệu của AIA Việt Nam cho biết. Cũng theo bà Yoon Szu-Mae, việc ứng dụng công nghệ hiện đại sẽ giúp AIA Việt Nam có thể cung cấp các dịch vụ đến khách hàng một cách nhanh chóng, trong khi đó thiết kế của “nest by AIA” còn tạo cảm hứng cho các bạn tư vấn viên sẵn bước trò chuyện cùng khách hàng trong một không gian sáng tạo nhưng rất thân thuộc. Quan trọng hơn hết, đây sẽ là nơi giúp chúng tôi có những cuộc trò chuyện đúng nghĩa với khách hàng.*

## **Thông tin về AIA Việt Nam**

AIA Việt Nam là công ty bảo hiểm nhân thọ (BHNT) 100% vốn nước ngoài và là thành viên của Tập đoàn AIA, Tập đoàn BHNT độc lập, có nguồn gốc châu Á lớn nhất thế giới được niêm yết.

Chính thức hoạt động tại Việt Nam từ tháng 2 năm 2000 với mục tiêu bảo vệ sự phồn thịnh và an toàn tài chính cho người dân Việt Nam, AIA Việt Nam hiện đang là một trong những công ty bảo hiểm nhân thọ hàng đầu trên thị trường, là thương hiệu được khách hàng và công chúng tin cậy. AIA Việt Nam luôn tiên phong trong việc xây dựng những mô hình dịch vụ sáng tạo nhằm đem đến những trải nghiệm đẳng cấp cho khách hàng.

Hiện tại, AIA Việt Nam đang phục vụ hơn 520.000 khách hàng tham gia bảo hiểm trên khắp cả nước và đã chi trả hơn 2.000 tỷ đồng quyền lợi bảo hiểm cho hơn 300.000 trường hợp



AIA (Vietnam) Life Insurance Co., Ltd.

15-16F, Royal Center Building  
235 Nguyen Van Cu Str., District 1

Ho Chi Minh City, Vietnam

T: (84-8) 3830 3333

F: (84-8) 6288 6969

AIA.COM.VN

**Liên hệ báo chí:**

**Ms. Nguyen Hoai Thu – Giám đốc truyền thông**

**Phone:** (04) 3795 5588, Ext: 5218, **Mobile phone:** 0906 166569

**Email:** [hoai-thu.nguyen@aia.com](mailto:hoai-thu.nguyen@aia.com)

**Mr. Nguyen Ba Bach – Quản lý truyền thông**

**Phone:** (04) 3795 5588, Ext: 5150, **Mobile phone:** 0913 510502,

**Email:** [ba-bach.nguyen@aia.com](mailto:ba-bach.nguyen@aia.com)