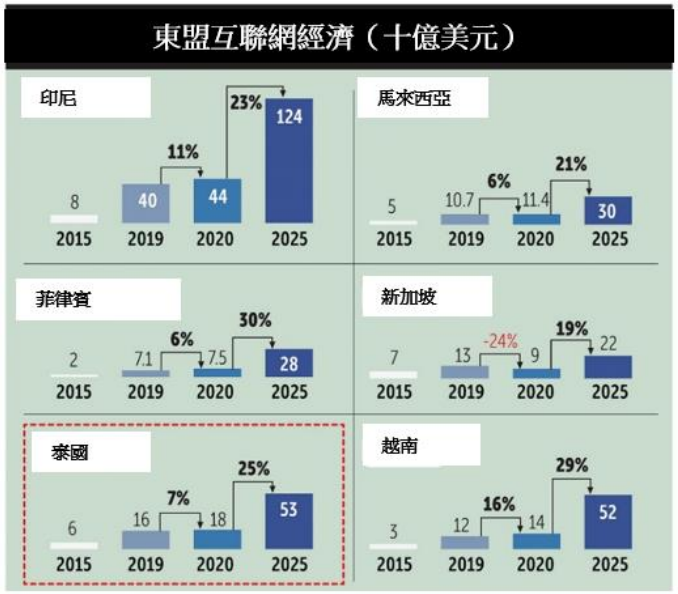
英國保誠投資者日視頻
新世代合作夥伴（泰國）
泰國合作夥伴及產品：成功之路

Jennifer Villalobos
保誠泰國數碼技術總監

大家好，我是 Jenn Villalobos，在英國保誠負責於泰國開展以平台為基礎的保險業務。為此，我將設計、開發及部署獨特的 Pulse 生態系統作為首要重點。

疫情期間，泰國有 30%的網民轉而尋求全新的數碼服務，其中 95%的人有意於疫情後繼續這種行為[1]。最新估計預測，到 2025 年，泰國數碼經濟總值將達到 530 億美元[2]。



資料來源：
https://www.bangkokpost.com/business/2017499/internet-economy-on-trajectory-to-53bn-value

客戶行為的重大轉變帶來龐大機遇，讓英國保誠可透過開發數碼化的病患者支持解決方案，從一眾保險公司當中脫穎而出。實際上，我們正在透過 Pulse，讓公眾能夠有更平等的機會享受保健服務。

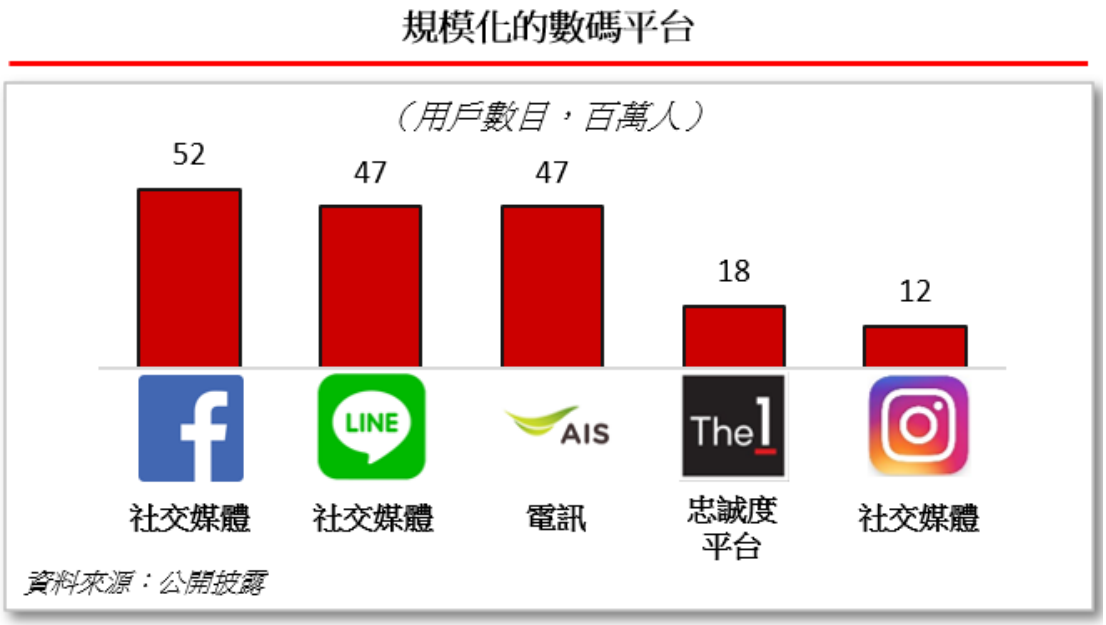
我們相信，與實力雄厚且注重拓展數碼渠道的品牌合作，能夠讓我們觸達更多客戶，從而對泰國民眾的生活產生積極影響。

保誠泰國建立成功數碼業務的關鍵，是選擇同時注重「廣度」—即觸達大量網民，以及「深度」—實現客戶終身價值的能力的數碼合作夥伴關係。

我們的合作夥伴必須願意接受失敗並與我們共同反覆修正，必須樂於不斷地重新界定與客戶相關的健康及財富需求，且同樣掌握營商之道，這意味著雙方對於成功有著共同的明確定義，即可持續、可預測的長期增長。Central Group 的忠誠度計劃 The1 便是極具價值的合作夥伴。作為泰國規模最大的計劃，其涵蓋逾 40 個知名品牌，並能深入接觸高淨值客戶。我們選擇與其合作，皆因其能夠憑藉洞見，持續推出高度定制的產品及服務，不斷滿足 1,800 萬會員的需要。

[1] 資料來源：https://storage.googleapis.com/gweb-economy-sea.appspot.com/assets/pdf/e-Conomy_SEA_2020_Report.pdf
[2] 資料來源：https://storage.googleapis.com/gweb-economy-sea.appspot.com/assets/pdf/e-Conomy_SEA_2020_Report.pdf

英國保誠投資者日視頻
新世代合作夥伴（泰國）
泰國合作夥伴及產品：成功之路



The1：https://www.centralgroup.com/en/our-business/central-group-omnichannel-experience
AIS：https://investor.ais.co.th/misc/ar/flipbook/advanc-ar-2020-01-en.html

Yol Phokasub
Central Group 旗下 Customer Retail Corporation 執行總裁

在 Central，我們的明確目標是成為持份者生活的重心。

眾所周知，在零售業，我們處處以客戶為首。因此，為了成為客戶生活的重心，我們必須不斷創新，在各方面都要為客戶帶來有意義的解決方案和體驗。

大眾福祉是我們的首要重點之一，在疫情期間乃至疫情過後，皆是如此。我們把握機會，與英國保誠合作，實現優勢互補。我們將專注於提供一對一的解決方案，並會在適當的時間提供，務求為客戶創造前所未有的保健體驗。

我深信，我們能夠將大量數據轉化為洞見並付諸行動，從而更好地滿足客戶的需要。我們建立充滿活力的產品工作室並開發個人化的解決方案，致力滿足 1,800 萬名 The1 忠誠會員的獨特需要。

我們已於 The1 平台上推出首款完全數碼化、端到端的保健產品，這讓我深感振奮。兩家大公司強強聯手，快速而大規模地推動初次創新，我們將藉此兌現承諾：幫助 The1 客戶改善健康，使保健更加普及，並實現價值翻倍、影響力提高兩倍。

我由衷期望我們的合作夥伴關係取得成功。

英國保誠投資者日視頻
新世代合作夥伴（泰國）
泰國合作夥伴及產品：成功之路

Jennifer Villalobos
保誠泰國數碼技術總監

我們的另一個重要合作夥伴是 AIS。AIS 是泰國規模最大、最為知名的電訊公司，擁有 4,700 萬名用戶[3]，能夠接觸所有客戶群體。我們選擇與其合作，皆因其聲譽卓著、有口皆碑，是泰國數百萬客戶心目中最值得信賴的品牌之一。

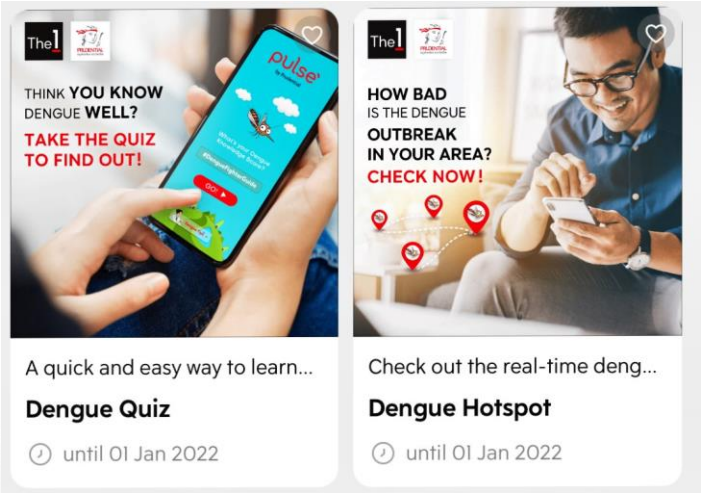
Tien Nguyet Long
Prudential Singapore Services 健康人工智能總監

過去七個月，我一直在泰國的數碼合作夥伴團隊工作，參與設計、開發創新解決方案，並於合作夥伴的平台上推出。我們持續擴展的合作夥伴生態系統帶來的用戶、產品及渠道，加上我們的內部增長，是推行英國保誠策略的有力支柱。我們發現，用戶對我們的解決方案了解越多，嘗試新產品和功能的幾率就越大。隨著用戶互動的增加，我們能夠收集更多數據，讓算法能夠學習，進而透過合作夥伴和我們自身的渠道，推出更具吸引力的相關產品及解決方案，並輔以適當的營銷活動。

與 AIS 及 The1 合作，讓我們能夠觸達數以百萬計以往難以接觸的廣泛地區及不同社會經濟背景的用戶。在健康和財富方面，英國保誠已具備全國性的影響力。我們希望人人皆能得到既實惠又便捷的保險，因此提供 PruDengue、Covid、PruMum 等微型保險，透過更加全面的保障以及付費服務，倡導健康的生活方式。我們亦相互學習，藉以提升合作夥伴的保險知識、拓展各自的技術領域，以及更深入地了解對方的客戶。我們在綜合數據中尋找線索，以了解消費者的人生階段、生活方式乃至習慣，以便推薦合適的產品及解決方案，以期透過積極而有益的方式幫助消費者。

例如，我們已推出登革熱及新冠病毒熱點警報，使用 GPS 數據通知用戶是否處於高風險區域。這些工具可幫助消費者避開高危地點，或採取措施減低風險。

The1 應用程式 — 保誠登革熱熱點警報



[3] AIS：https://investor.ais.co.th/misc/ar/flipbook/advanc-ar-2020-01-en.html

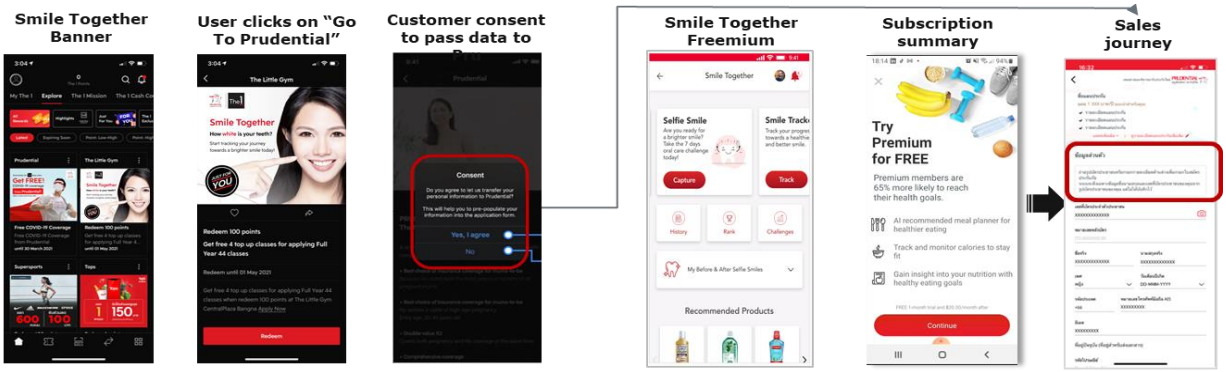
英國保誠投資者日視頻
新世代合作夥伴（泰國）
泰國合作夥伴及產品：成功之路

人們往往會在經歷生兒育女、購房置業或親人患病等改變生活的事件時購買保險。我們若能洞悉這些人生事件，便能掌握先機，在適當的時間提供解決方案，從而幫助客戶。我們採用最嚴格的安全規定[4]保護用戶資料。經用戶同意，我們會使用其數據提供相關產品及付費服務，相信會有助於改善健康和福祉。

以口腔健康為例。牙齒護理是簡單的習慣，每人每天均應進行兩到三次。健康的微笑有助於改善整體健康狀況，從而降低保險風險。因此，我們推出口腔護理功能，鼓勵用戶養成良好的用牙習慣，追蹤他們保持燦爛健康笑容的歷程，並向牙齒護理得當的客戶提供獎勵。

這讓客戶與我們實現雙贏。

The1 應用程式 — 客戶的牙齒護理歷程



我們希望鼓勵用戶養成健康幸福的生活方式，從而盡可能發揮科技的積極作用。我們的科技有助全國民眾改善健康狀況。我們透過提高用戶參與度，贏得更深的信賴，從而令「免費」轉為繳費模式的轉化率得以提高，並實現更大的客戶終身價值。

Jennifer Villalobos
保誠泰國數碼技術總監

我現在與大家分享關於為合作夥伴創造長期價值，我們所熱衷的三個概念。

第一個概念是確保專注，使業務呈指數增長。

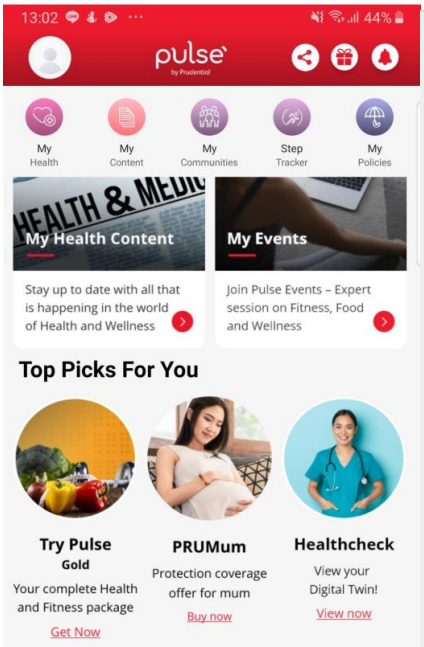
如何做到這一點？當然要忠實踐行我們的宗旨：集中構建能夠大規模定制的產品組合。這意味著我們設計、開發及部署的任何元素均可在其他產品組合以及英國保誠經營所在的其他市場中重複使用。我們採用自家的軟件開發工具(簡稱 SDK)方法，確保組成部分具可配置特性，令流程可擴展且易於更改，而非硬編碼。

[4] 作為英國保誠全集團資訊安全政策的一部分，該政策與業內專家合作制定，符合 ISO 27001/2、新加坡金管局及美國國家標準技術研究所網絡安全框架等 20 多項國際標準，以及區域和地方監管及法律規定。有關進一步資料，請參閱 2020 年年報第 62 頁。網站：https://www.prudentialplc.com/~/media/Files/P/Prudential-V3/reports/2020/prudential-plc-ar-2020.pdf

最後，我們透過清晰的數據結果，持續衡量自身的效率及成效。

我們透過 The1 提供的首款端到端數碼產品「The1 孕期護理」(The1 Pregnancy Care) 已於近期推出。這是一款單一保費生育期保障計劃，為母嬰提供全面保障。該產品亦稱為 PruMum，旨在透過 The1 Pulse SDK 進行整合，這意味著該產品經過定制，以貼合 The1 會員在使用 The1 應用程式時的預期數碼體驗。

提供 PRUMum 的 Pulse 應用程式　　**提供 PRUMum 的 The1 應用程式**



這引出創造長期價值的第二個重要概念：優化 Pulse 上的數碼銷售流程，以提供順暢無阻的購買途徑。我們精心設計 Pulse，盡可能減少客戶購買所需的驗證步驟，為產品及服務提供便捷易用的付款選項，並透過遊戲化的體驗提高潛在轉換率。

第三個概念是數據，以及使用數據帶來的洞察力，對我們新的數碼合作夥伴關係進行持續優化及反覆修正。

那麼，如何衡量這些合作夥伴關係的業務影響和創造的價值？

第一個指標是產品接受度。*有多少新客戶或現有客戶採取行動？新客戶或現有客戶採取關鍵行動的速度有多快？*

第二個指標：推出、失敗及反覆修正的能力。*我們部署「多臂老虎機」測試（一種極為精密的機器學習 A/B 測試解決方案，亦可提高模型在優化方面的智能程度）的速度有多快？*

第三個指標：潛在客戶轉化為現金的增長速度。*在推出的所有數碼產品或服務中，我們創造了多少有關潛在客戶的資料？我們再次聯絡客戶的速度如何？我們成功實現的後續銷售或交叉銷售有多少？我們與多少人持續溝通？*

英國保誠投資者日視頻
新世代合作夥伴（泰國）
泰國合作夥伴及產品：成功之路

我們與 AIS 合作的核心本質是將數據視為寶貴資產。2020 年 12 月，我們共同推出首次線上線下稅款節省活動。活動最初以 60 萬名 AIS 會員為目標，測試了三個人工智能傾向模型：白領、保險興趣及負擔能力。

客戶僅需透過 MyAIS 應用程式註冊登記意向，而我們的電話營銷員將針對目標受眾有策略地定制方案。

由於選定目標的依據是意向而非人口統計數據，因此轉化幾率極高，平均達到 9.5%。The1 與 AIS 相結合的成功範例有跡可循，為英國保誠帶來獨特價值。

我們憑藉開創性的參與工具及數據人工智能指導的產品組合，致力擴展行業邊界。我們亦樂於分享作為開拓者所累積的經驗和教訓。

最後，AIS 致力為泰國人民帶來連接、交流及價值，而 The1 在零售領域不懈追求卓越，二者與我們共同努力，必能贏得泰國人民的擁護、認同和讚賞。

中、英文文本之文意如有歧異，在任何情況下概以英文文本為準。