



NEWSLETTER

VOL #48

HANWHA SUSTAINABILITY WITH ADD VALUE BUILD DREAM LEAD CULTURE

EMPLOYEE GATHERING

NATIONAL SALES
CONFERENCE

CEO VOICE

70th ANNIVERSARY
CELEBRATING

LIFEPLUS FIREWORKS
FESTIVAL

AGENCY TRIP TO JAPAN



Employee Gathering

Dalam rangka merayakan ulang tahun Hanwha Life Indonesia (HLI) yg ke-9 (Sembilan) pada 24 Oktober 2022 lalu, perusahaan menyelenggarakan acara Employee Gathering 2022 untuk seluruh karyawan HLI. Acara yang diselenggarakan pada 20 - 22 Oktober 2022 di hotel Mason Pine, Bandung, mendapatkan antusiasme dari seluruh karyawan baik dari Head Office maupun Sales Office.





Dalam rangka merayakan ulang tahun Hanwha Life Indonesia (HLI) yg ke-9 (Sembilan) pada 24 Oktober 2022 lalu, perusahaan menyelenggarakan acara Employee Gathering 2022 untuk seluruh karyawan HLI. Acara yang diselenggarakan pada 20 - 22 Oktober 2022 di hotel Mason Pine, Bandung, mendapatkan antusiasme dari seluruh karyawan baik dari *Head Office* maupun *Sales Office*.

Pada acara tersebut, HLI memperkenalkan jajaran manajemen baru kepada seluruh karyawan, bersamaan dengan itu manajemen juga menyampaikan visi dari masing-masing chief.

Pada kesempatan itu, Steven Namkoong selaku CEO Hanwha Life Indonesia mengatakan "Target Hanwha Life pada tahun 2023 menjadi perusahaan asuransi No.1 yang menggunakan InsurTech dalam kompetensi bisnis, dengan memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dan membawa seluruh masyarakat Indonesia merasakan pengalaman berasuransi yang sesungguhnya".

Dengan **Spirit Add Value, Build Dream, Lead Culture**, manajemen berkomitmen untuk melakukan berbagai langkah strategis untuk mewujudkan target Hanwha Life 2023-2025. **Langkah Hanwha Life pada tahun 2023 akan berfokus untuk Add Value**, yakni dengan melakukan ekspansi dan inovasi yang memberikan nilai lebih bagi perusahaan dan nasabah.

Sementara pada tahun 2024, melalui Build Dream Hanwha Life akan meningkatkan sinergi bisnis baru dan inovasi teknologi digital.

Pada tahun 2025, Hanwha Life akan menerapkan Lead Culture, yakni menjadi market leader yang menghadirkan service of excellence pada industri asuransi di Indonesia.

Strategi lainnya yakni dengan melakukan ekspansi jumlah kantor pemasaran dua kali lipat, menjadi 40 kantor pemasaran di Indonesia, dan mengembangkan Wealth Lounge baru, serta layanan Korean Desk untuk memberikan kenyamanan lebih bagi expatriate Korea di Indonesia.

Kedepannya, Hanwha Life akan terus melakukan perjalanan baru dalam pengembangan dan kolaborasi dibidang digital untuk mewujudkan target perusahaan menjadi Top 15 Perusahaan Asuransi Terbaik, dan memiliki 500 ribu Hanwha Friends (individu yang pernah berinteraksi dan memiliki pengalaman berasuransi bersama Hanwha Life).



Selanjutnya peserta employee gathering juga mendapatkan training implementasi H-Standar yang diimplementasikan di seluruh Hanwha Group.



Seluruh karyawan HLI juga turut berkompetisi dalam sesi *Team Building*, dipersatukan dari berbagai unit kerja dan kantor cabang, menyatu dan berkompetisi secara sehat. Puncak acara dengan perayaan ulang tahun Hanwha Life, Perusahaan menggelar *Gala Dinner* dengan tema *Crazy Rich Korean*, di sesi tersebut juga diumumkan Hanwha Core Values Award yang merupakan penghargaan untuk karyawan terbaik yang menjalankan nilai-nilai perusahaan.

Pemenang Core Values diantaranya Fanny Hendra Kusuma (team IT), Eri Wahyudi (team IT), dan Vinita Susane (team LPA), serta hiburan lainnya seperti pembagian *doorprize*, penampilan dari Hanwha's Got Talent, pemilihan Best Dress, dll.



Dari acara *employee gathering* ini diharapkan semua karyawan tetap semangat dan bertanggung jawab terhadap fungsi masing-masing yang membuat Hanwha Life Indoensia terus tumbuh dan berkembang di Indonesia serta karyawan dan perusahaan dapat saling berkontribusi dan bersinergi sehingga semakin banyak hal positif yang dapat dirasakan dan dilakukan.



National Sales Conference

Pada tanggal 20 Oktober 2022, Hanwha Life Indonesia mengadakan National Sales Conference – Final Sprint Meeting Q4 2022 di Mason Pine Hotel, Bandung. National Sales Conference ini dihadiri oleh seluruh Sales Employee dari Divisi Agency & Commercial dengan total 50 (lima puluh) peserta.

Tentunya penyelenggaraan conference ini bertujuan untuk memungkinkan semua sales employee agar dapat mengubah dan mengembangkan pola pikir mereka ke level yang lebih tinggi, sehingga mereka lebih siap dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. National Sales Conference ini digelar agar semua team dapat berkolaborasi dengan semua ide baru, inisiatif baru, serta brainstorming untuk mendapatkan semangat baru dalam menghadapi kuartal akhir 2022 yang tinggal beberapa pekan lagi.



Sales employee berupaya mengonsolidasikan dan mensinergikan berbagai program dan inisiatif marketing dalam rangka mencapai target Perusahaan di tahun 2023 dengan melakukan peningkatan aktivitas dan strategi. Acara ini dihadiri oleh CEO, Steven Namkoong dan CMSO, Han Chang Woo yang memberikan motivasi kepada peserta agar dapat menambah keyakinan dan semangat untuk menutup tahun 2022 dengan kinerja yang kuat, team yang kuat dan hasil yang maksimal.



CEO VOICE

Kali ini *team communication* mendapatkan kesempatan melakukan wawancara secara eksklusif dengan CEO Hanwha Life, Steven Namkoong. Adapun pertanyaan-pertanyaan di sampaikan terkait bisnis Hanwha Life di Indonesia.



Menurut Anda apa kekuatan terbesar perusahaan ini saat ini?

Menurut Mr. Steven kekuatan terbesar di Hanwha Life Indonesia (HLI) memiliki banyak poin kekuatan, yang terbesar adalah tenaga manusia, saat ini sekitar 240 tenaga manusia (karyawan) yang dapat mengubah bisnis HLI tanpa terkecuali semua karyawan memiliki tugas dan fungsi masing-masing yang dibutuhkan perusahaan. Mr. Steven juga mengatakan bahwa yang dapat mendatangkan keuntungan adalah diri kita sendiri. Meskipun ada banyak perubahan pada bisnis, kita harus percaya dengan kebersamaan keluarga Hanwha Life pada akhirnya kita dapat mencapai kemana kita ingin pergi dan apa yang kita inginkan



Apa tujuan yang Anda miliki untuk perusahaan?

Setiap kesempatan kami selalu membagikan maksud dan tujuan untuk perusahaan, kami memiliki visi dan misi perusahaan tertentu, untuk memaksimalkan nilai bagi pemegang saham yang merupakan karyawan, pelanggan dan siapa saja yang terkait dengan HLI dan untuk 270 juta orang Indonesia kita harus mendukung seluruh masyarakat Indonesia untuk membersihkan dunia asuransi dengan ini.

Misi yang ingin dicapai oleh HLI yaitu menjadi perusahaan Insurtech No.1. Berdasarkan bisnis utama kami, sebagai CEO Hanwa Life sesuai visi dan misi pribadi saya, saya harus bertanggung jawab terhadap karyawan dan keluarga saya. HLI memiliki sekitar 240 keluarga yang bekerjasama dengan karyawan, saya dapat mengatakan saya mungkin harus mengambil tanggung jawab saya sekitar 1000 orang dengan asumsi 1 (satu) keluarga 4 (empat) orang. Apa yang saya lakukan sesuai visi dan misi saya untuk mengembangkan bisnis perusahaan dengan cara terbaik agar dapat memenuhi tanggung jawab saya untuk karyawan dan keluarga saya.

Apa peran inovasi dalam budaya perusahaan?

Jadi di setiap perusahaan, inovasi adalah faktor terpenting untuk menumbuhkan perusahaan, itu bukan pilihan tetapi kewajiban. Seperti yg kita alami contohnya penggunaan *handphone* 10 tahun yang lalu, kita menggunakan *handphone* dan sekarang kita menggunakan *smartphone* karena inovasi. Saat ini dapat kita lihat seperti Tokopedia dan Shopee adalah perusahaan *unicorn* di bidang *e-commerce*. Walaupun mereka masih merugi bukan untung tetapi valuasinya sangat besar karena dengan inovasi mereka sudah menumbuhkan nilai dan kriteria untuk mengevaluasi atau menilai bisnis.



Dalam kehidupan Hanwha di industri asuransi, inovasi adalah salah satu pendorong utama untuk tumbuh, mengembangkan bisnis kami di industri ini dan bahkan bertahan di industri ini tetapi yang harus kami ketahui adalah untuk memahami arti inovasi. Dalam bahasa Korea arti inovasi, kami menyebutnya inovasi *hyeoksin* artinya *gajugeul beotkida* artinya kulit terkelupas (*peel skin*) yang artinya tidak mudah tetapi sangat sulit walaupun terkadang sakit. Namun terkadang sakit jika kita dapat mengelola proses yang sangat sulit atau kita mengatakan kita dapat melakukan inovasi dengan hasil bisnis yang sedikit, untuk itu perusahaan dapat berinovasi dan dapat berkembang dengan sukses.

Ekspektasi apa yang Anda harapkan dari karyawan Hanwha Life?

Saya memiliki banyak harapan/ekspektasi kepada tim saya di HLI. **Saya percaya pada hubungan apapun di antara kita yang penting adalah adanya ekspektasi.**

Untuk itu ada 3 hal penting dalam bekerja yang saya harapkan dari karyawan :

1. **Working hard**, bekerja keras berarti fokus. Bukan tentang berapa kali atau berapa lama kita bekerja, bahkan jika kita fokus 2-3 jam saja sebenarnya kita dapat produktif, tergantung dari kita dapat mengelola waktu dengan baik atau tidak
2. **Smart**, makna lain dari smart adalah bekerja dengan detail. Seseorang yang memiliki pemikiran yang smart atau pemikiran yang kreatif, mereka akan membuat rincian pekerjaan secara detail
3. **Pride**, harapan saya terhadap karyawan tentunya mereka dapat bekerja di HLI dengan bangga. Membuat karyawan bangga juga salah satu misi saya, saya harus tetap menjadi CEO yang dapat dibanggakan oleh semua karyawan HLI



Jika resesi terjadi ditahun depan, apa saran Anda kepada karyawan HLI?

Seperti yang diperkirakan dan banyak sumber menunjukkan bahwa situasi ekonomi global tidak hanya di Indonesia. Situasinya mungkin tidak sebaik yang kita alami saat ini (*pandemic situation*), kita dapat mempertimbangkan situasi terburuk dengan situasi covid lainnya dan juga inflasi. Jika resesi sampai terjadi, saya ingin meminta kepada seluruh karyawan HLI agar mempercayakan diri kepada manajemen. Karyawan akan tetap fokus pada tanggungjawab masing-masing dan tidak perlu khawatir karena manajemen sudah memiliki beberapa skenario berdasarkan situasi yang mungkin terjadi di tahun depan.

Manajemen juga sudah mulai berkomunikasi dengan HQ untuk membuat strategi dan sudah mendapat banyak saran dari advisor untuk menyiapkan rencana bisnis berdasarkan skenario tersebut. Tidak ada yang tahu situasi seperti apa yang akan terjadi di tahun 2023, tetapi kami (manajemen) yakin dan percaya semua dapat diatasi. Hal tersebut akan mudah jika semua karyawan dapat bekerja sama dengan baik dan pada akhirnya kita dapat mengendalikan bersama-sama. Mari tetap semangat dan fokus pada bisnis Hanwha Life di Indonesia!

Hanwaha's 70th Anniversary

Dalam rangka perayaan ulang tahun Hanwaha ke- 70 tahun, Hanwaha mengirim pesan lewat **511 fireworks drone** yang terbang dan menari ke udara serta menerangi langit malam dengan logo Hanwaha. Perayaan tersebut mendapatkan penghargaan Rekor Dunia dari Guinness karena merayakan ulang tahun perusahaan secara unik dan meriah.





Sejak didirikan pada tahun 1952, Hanwha mengalami banyak tantangan. Namun, Hanwha telah membuktikan ketangguhannya, bertahan melalui kesulitan untuk mengubah hambatan menjadi peluang pertumbuhan. Saat Hanwha memulai babak baru dalam sejarahnya, perusahaan tetap didorong oleh semangatnya yang gigih, merangkul inovasi dan kemitraan untuk mewujudkan masa depan yang lebih penuh harapan dan berkelanjutan.

Bagi Hanwha, *“komitmen tanpa henti terhadap keberlanjutan mendorong inovasi berani kami, yang membuat kami menciptakan solusi transformatif bagi individu, masyarakat, dan planet ini”*.

Saat Hanwha merefleksikan perjalanannya selama 70 tahun terakhir, ada rasa terima kasih yang mendalam untuk setiap orang yang telah mendukung perusahaan di setiap langkahnya. Karena komunitas pembuat perubahan ini, Hanwha mampu mewujudkan pertumbuhan yang luar biasa dan jalan yang sukses ke depan.



Inti dari setiap bisnis Hanwha adalah *sustainability*, dan perusahaan berusaha untuk meningkatkan kehidupan sehari-hari terhadap pelanggannya melalui nilai fundamental ini. Saat Hanwha melaju ke era berikutnya, ia tetap berkomitmen untuk menciptakan dunia yang lebih baik untuk generasi mendatang.

“Keunggulan tidak dapat dicapai dalam semalam,” kata ***Ketua Grup Hanwha Seung Youn Kim*** dalam pidato memperingati ulang tahun ke-70 perusahaan. *“Kami telah memupuk keunggulan dari waktu ke waktu...mempertahankan keyakinan yang kuat untuk meningkatkan kualitas hidup umat manusia dan membangun masa depan yang berkelanjutan. Bersama-sama, kita dapat membangun masa lalu kita dan meluncur ke masa depan untuk menciptakan 100 tahun Hanwha berikutnya.”*

LIFEPLUS Fireworks Festival

Fireworks Festival (festival kembang api) terbaik di Korea kembali dilaksanakan di Seoul, Korea Selatan. *Seoul International Fireworks Festival* yang disponsori oleh Hanwha Group diselenggarakan pada 08 Oktober 2022 di Yeouido Hangang Riverside Park.



Para pengunjung datang ke lokasi acara di pagi hari untuk mengamankan tempat dengan menggelar tikar atau mendirikan tenda. Pengunjung rela datang dari pagi untuk mendapatkan tempat terbaik pada saat menonton pertunjukan kembang api.

Tema yang diambil untuk festival kembang api tahun ini adalah **"We Hope Again"** yang bertujuan untuk mengajak orang-orang yang lelah dengan Covid-19 untuk kembali memiliki kehidupan normal serta kembali membangun mimpi dan harapan. Selain Korea Selatan, negara lain seperti Jepang dan Italia juga berpartisipasi dalam festival ini.

Festival dimulai pada pukul 7 malam waktu Korea. Meskipun bentuknya sederhana, tetapi setiap kembang api memiliki arti sendiri dan sangatlah indah. Setiap kembang api dinyalakan, sorak-sorai dari para pengunjung mengalir deras.



Hanwha Group sebagai perwakilan dari tim Korea mempersembahkan pertunjukan kembang api. Dengan tema **'We Hope Again'**, dengan kata lain meluncur dengan impian dan harapan. Setiap kali *fireworks* ditampilkan, penonton berdiri dan bersorak menyambut meriahnya kembang api yang mewarnai langit cerah malam itu.



Agency Trip to Japan

ACE Club merupakan Club Membership paling bergengsi yang ada di Agency Hanwha Life Indonesia (HLI). ACE sendiri kepanjangan dari Amaze, Creative, Elegant. Keanggotaan ACE Club terbuka untuk semua Tenaga Pemasar HLI (FP, AM, AD) yang telah memiliki lisensi aktif AAJI dibawah HLI.



Bagi Tenaga Pemasar yang telah memenuhi target ACE Club akan mendapatkan hadiah berupa trip yang berbeda disetiap tahunnya. Tahun 2021 ini peserta ACE berkesempatan untuk menerima hadiah berupa *Trip* ke Jepang selama 5 hari 3 malam. Terdapat total 12 agent yang berhasil memenuhi target sebesar APE 880 juta, 605 juta, dan 396.



Trip ke Jepang diadakan pada tanggal 9 – 13 Oktober 2022. Selama di Jepang para peserta mengunjungi beberapa tempat terkenal diantaranya Mount Fuji, Oshino Hakai, Ginza District, Asakusa Temple, dll. Umbu Prabawa selaku perwakilan dari Management HLI turut serta bergabung dalam trip tersebut. “Diharapkan dengan adanya trip ini dapat meningkatkan kebersamaan antara sales force dan Management HLI, serta untuk meningkatkan motivasi bagi *sales force* lain agar dapat memenuhi target ACE Club ditahun selanjutnya dan bergabung menikmati hasil pencapaian mereka bersama-sama” ungkap Umbu Prabawa.

 www.hanwhalife.co.id

 [@hanwhalife.id](https://www.facebook.com/hanwhalife.id)

 [@hanwhalife.id](https://www.instagram.com/hanwhalife.id)

 [Hanwha Life Insurance Indonesia](https://www.youtube.com/HanwhaLifeInsuranceIndonesia)



Informasi lebih lanjut mengenai publikasi umum perusahaan, kirimkan pertanyaan Anda ke marketing.communication@hanwhalife.co.id
Copyright ©Hanwha Life Indonesia