



11.08.2022
THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Generali Việt Nam được vinh danh tại Giải thưởng Bảo hiểm Châu Á 2022 hạng mục “Sáng kiến Tiếp thị của Năm”

Tp. HCM – 11/08/2022, công ty TNHH BHNT **Generali Việt Nam** (“Generali Việt Nam”) vừa giành chiến thắng hạng mục “Sáng kiến Tiếp thị của Năm” tại giải thưởng Bảo hiểm Châu Á (Insurance Asia Awards) 2022 với chiến dịch thương hiệu “Lời Cầu Hôn Thứ 2”.

“Lời Cầu Hôn Thứ 2” đã giúp Generali vào top 1 thương hiệu nổi bật trên mạng xã hội trong thời gian chiến dịch triển khai những tháng đầu năm 2022 (theo bảng xếp hạng của YouNet Media), nâng cao mạnh mẽ mức độ nhận biết, cân nhắc và yêu mến thương hiệu với hơn 40 triệu lượt tiếp cận, 35 triệu lượt xem và 10 triệu lượt tương tác. Chiến dịch cũng góp phần mạnh mẽ giúp Generali tiếp tục dẫn đầu về chỉ số R-NSP đo lường mức độ hài lòng toàn phần của khách hàng trong ngành bảo hiểm.

“Lời Cầu Hôn Thứ 2” là chiến dịch truyền thông tích hợp được Generali triển khai nhân dịp Lễ Tình Nhân 14/02/2022. Chiến dịch bao gồm một **bộ phim ngắn âm nhạc** đầy sáng tạo lấy cảm hứng từ những câu chuyện tình yêu kinh điển, rất nhiều màn hình LED ấn tượng mang những lời cầu hôn ngọt ngào, những chiếc xe buýt “tình yêu” chạy qua hàng chục tuyến phố lớn tại Hà Nội và Tp. HCM, mang đến những thông điệp “gắn bó trọn đời” từ Generali gửi đến đồng đảo công chúng và khách hàng. Chiến dịch khép lại bằng màn trình diễn nghệ thuật tại Nhà hát Tp. HCM với sự xuất hiện của Đức Phúc, LyLy, Osad... mang đến những trải nghiệm âm nhạc tuyệt vời, tiếp tục lan tỏa những thông điệp tích cực cùng lời cam kết “Người bạn Trọn đời” từ Generali.

Bà Tina Nguyễn, Tổng Giám đốc **Generali Việt Nam** chia sẻ: “*“Lời Cầu Hôn Thứ 2” đã nói tiếp những chiến dịch thương hiệu rất thành công khác của Generali trong thời gian qua như “Sống Như Ý”, “Đề Ngày Mai Luôn Tới”, v.v. nhằm mang thương hiệu Generali tới gần hơn với hàng triệu khách hàng tại Việt Nam. Tên gọi “Lời Cầu Hôn Thứ 2” có ý nghĩa thể hiện cam kết của Generali trở thành “Người bạn Trọn đời”, không ngừng mang đến những sản phẩm bảo hiểm tốt nhất cũng như chất lượng dịch vụ hàng đầu cho khách hàng.*”

Giải thưởng “Sáng kiến Tiếp thị của Năm” tại Giải thưởng Bảo hiểm Châu Á 2022 này một lần nữa khẳng định tính sáng tạo, nhân văn, sâu sắc trong cách tiếp cận cũng như các thông điệp thương hiệu mà Generali muốn truyền tải. Generali cũng được vinh danh là Thương hiệu truyền cảm hứng tại Giải thưởng Asia Pacific Enterprise Awards 2021 khi luôn gây ấn tượng mạnh và tạo dấu ấn riêng với nhiều chiến dịch thương hiệu nổi bật trong thời gian qua như “Sống Như Ý”, “Tựa Vào Nhau Cho Đời Như Ý”. Đặc biệt “Sống Như Ý” cũng là chiến dịch đã mang về cho Generali giải thưởng “Chiến dịch Tiếp thị của Năm 2020” do InsuranceAsia News (Tạp chí Bảo hiểm Châu Á) trao tặng.

Giải thưởng Bảo hiểm Châu Á (Insurance Asia Awards) là giải thưởng thường niên được tổ chức bởi Tập đoàn Truyền thông Charlton Media. Giải thưởng tôn vinh các doanh nghiệp bảo hiểm xuất sắc có những đóng góp tích cực cho sự phát triển của ngành bảo hiểm trong khu vực. Giải thưởng được đánh giá và xét duyệt độc lập bởi một hội đồng các chuyên gia từ các tổ chức uy tín trong lĩnh vực tài chính, bảo hiểm Châu Á.

Giám đốc Truyền thông,
Quan hệ Đối ngoại & CSR

Nguyễn Huyền My (Ms)

Generali Plaza,
43 – 45 Tú Xương, Phường Võ Thị Sáu
Quận 3, TP.HCM, Việt Nam
T +84 28 6288 6888
F +84 28 6291 6308
E : my.nguyen.h@generalilife.com.vn

Công ty TNHH BHNT Generali Việt Nam

Generali Plaza,
43 – 45 Tú Xương, Phường Võ Thị Sáu
Quận 3, TP.HCM, Việt Nam
T +84 28 6288 6888
F +84 28 6291 6308
E : info@generalilife.com.vn

www.generalilife.com.vn



GENERALI VIỆT NAM

[Generali Việt Nam](#) là thành viên của Generali, tập đoàn bảo hiểm và quản lý tài sản hàng đầu thế giới đến từ Italia. Sau hơn 190 năm phát triển, tập đoàn Generali hiện đang có hơn 75.000 nhân viên, phục vụ 67 triệu khách hàng tại 50 quốc gia trên thế giới.

Thành lập tại Việt Nam năm 2011, với phương châm hoạt động “Đơn giản, hiệu quả, lấy khách hàng làm trọng tâm”, [Generali Việt Nam](#) đã nhanh chóng trở thành một trong những công ty bảo hiểm hàng đầu nhờ vào chiến lược tập trung phát triển sản phẩm và nâng cao trải nghiệm dịch vụ, kiên định theo đuổi mục tiêu trở thành “Người bạn Trọn đời” của khách hàng. [Generali Việt Nam](#) tự hào sở hữu danh mục sản phẩm vượt trội, đa dạng, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng cùng với chỉ số R-NPS – đo lường mức độ hài lòng của khách hàng dẫn đầu thị trường. Với hệ thống kênh phân phối đa dạng cùng mạng lưới hoạt động rộng khắp gồm hơn 80 Tổng Đại lý (GenCasa) và Trung tâm Dịch vụ Khách hàng, [Generali Việt Nam](#) hiện đang phục vụ hơn 450.000 khách hàng trên toàn quốc.

Với những thành tựu trong kinh doanh cũng như đóng góp cho cộng đồng, [Generali Việt Nam](#) liên tục được ghi nhận qua nhiều giải thưởng uy tín như: “Giải thưởng Rồng Vàng” 2017 – 2022 của *Tạp chí Kinh tế Việt Nam* với danh hiệu “Công ty Bảo hiểm có sản phẩm bảo hiểm liên kết đơn vị hàng đầu Việt Nam” và “Công ty Bảo hiểm cung cấp bảo hiểm sức khỏe và trải nghiệm khách hàng hàng đầu Việt Nam” trong năm 2022, 2021; Danh hiệu “Top 100 Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam” theo khảo sát của *Anphabe* năm 2021; Giải thưởng “Nhân sự Xuất sắc” tại Vietnam Excellence 2021; Giải thưởng “Thương hiệu truyền cảm hứng 2021” tại Asia Pacific Enterprise Awards; Giải thưởng “Chiến dịch Tiếp thị của Năm” do *Tạp chí Bảo hiểm Châu Á (InsuranceAsia News)* trao tặng cho chiến dịch “Sống Như Ý”; bằng khen của Bộ trưởng Bộ LĐ-TB&XH cho tập thể và cá nhân cho công tác phòng chống dịch Covid-19, bảo vệ và chăm sóc trẻ em Việt Nam trong năm 2020 & 2021; chứng nhận “Doanh nghiệp vì Cộng đồng – Saigon Times CSR 2020 & 2021” của *Tạp chí Kinh tế Sài Gòn*.