

Press Release

Cigna Merilis EaziFuture untuk Mengajak Konsumen Rencanakan Masa Depan

EaziFuture, produk terbaru dari Cigna Indonesia yang akan melindungi hidup Anda dan mengajak konsumen untuk merencanakan keuangan masa depan di waktu yang bersamaan.

Jakarta, 28 Oktober 2014 – PT Asuransi Cigna Indonesia merilis produk asuransi jiwa terbaru yang dinamakan EaziFuture. Rencana perlindungan ini menawarkan 4 manfaat di bawah satu polis asuransi. Dengan Cigna EaziFuture, konsumen tidak hanya mendapatkan benefit dari sebuah asuransi jiwa, tetapi juga perlindungan dan uang pertanggungan yang pasti hingga 500 juta rupiah. Dengan skema perencanaan dari Cigna EaziFuture, konsumen tidak hanya memperoleh perlindungan asuransi jiwa seperti pada umumnya, tetapi konsumen juga akan memulai untuk merencanakan kebutuhan finansial masa depan.

Merujuk pada hasil studi yang telah dilakukan oleh PT Asuransi Cigna, masyarakat Indonesia selalu mengkhawatirkan keamanan finansial mereka. Selain itu, 43% mengakui bahwa mereka khawatir tentang menyediakan perlindungan bagi diri mereka sendiri dan keluarga mereka. Menanggapi temuan ini, terlihat jelas bahwa meningkatkan literasi keuangan bagi para konsumen di Indonesia akan bantu pastikan kemampuan konsumen dalam merencanakan masa depan sehingga dapat meredakan kekhawatiran ini. Apalagi bila produk yang disediakan terjangkau dan mudah diakses, hanya dengan premi mulai dari Rp.13.200 saja per hari. Kombinasi ini akan membantu konsumen di Indonesia untuk lebih memahami perencanaan keuangan serta perlindungan yang diberikan oleh produk asuransi

Tim Shields, CEO PT Asuransi Cigna mengatakan bahwa Cigna EaziFuture adalah sebuah produk inovatif yang akan bantu tingkatkan literasi keuangan, memberikan uang pertanggungan, dan perlindungan asuransi. “Kami memahami bahwa konsumen di Indonesia membutuhkan produk perlindungan yang inovatif dan pengetahuan akan perencanaan keuangan. Maka dari itu, kami hadir dengan Cigna EaziFuture yang tidak hanya memberikan akses untuk perlindungan, tetapi juga akan membantu untuk merencanakan kebutuhan finansial konsumen di masa mendatang,” kata Tim Shields pada siaran pers.

Lebih lanjut, Tim menjelaskan bahwa konsumen akan mendapatkan benefit maksimum dari Cigna EaziFuture yang dapat digunakan secara fleksibel untuk segala cita-cita dan kebutuhan konsumen. “Kami mengerti bahwa untuk membayar biaya pendidikan atau menunaikan ibadah keagamaan membutuhkan rencana finansial yang tepat karena pasti akan memerlukan banyak sekali biaya. Cigna EaziFuture akan membantu mewujudkan kebutuhan-kebutuhan masa depan konsumen karena kami memberikan keamanan dan uang pertanggungan pasti yang dapat digunakan untuk berbagai macam kemungkinan yang tak terbatas,” tambahnya. Apakah nanti akan ada klaim atau tidak, dana pertanggungan yang telah terjadwal akan diberikan kepada pemegang polis dan/atau penerima manfaat dalam tiga atau empat tahapan berdasarkan rencana yang diambil.

Untuk mendapatkan seluruh manfaat dari Cigna EaziFuture, konsumen hanya akan membayar premi tetap selama 10 tahun dan Cigna akan membebaskan biaya premi di tahun-tahun berikutnya. Terdapat 4 rencana yang ditawarkan, mulai dari periode 11 tahun hingga 17 tahun dan konsumen dapat memanfaatkan produk ini tanpa tes kesehatan.

Cigna EaziFuture memberikan manfaat hingga 100% jika tertanggung meninggal dunia karena sakit, kecelakaan, atau mengalami ketidakmampuan tetap. Tertanggung juga mendapatkan manfaat ganda jika tertanggung meninggal karena kecelakaan. Selanjutnya, Cigna akan tetap melanjutkan pembayaran premi dan akan memberikan jumlah uang pertanggungan yang pasti kepada ahli waris sesuai dengan perencanaan yang telah dipilih.

Mike Rini Sutikno, seorang perencana keuangan bersertifikat dari Mitra Rencana Edukasi mengatakan bahwa kebutuhan masa depan kita seharusnya telah direncanakan dengan matang, karena bila tidak sudah pasti dapat menimbulkan rasa stress dan kekhawatiran. “Sebagai bagian dalam peningkatan literasi keuangan, sangatlah penting bagi masyarakat Indonesia untuk memulai merencanakan kebutuhan masa depan mereka. Kehadiran produk finansial seperti Cigna EaziFuture ini akan mengedukasi masyarakat Indonesia akan manfaat berinvestasi dan mendapatkan perlindungan di waktu yang sama,” jelas perencana keuangan yang berpengalaman ini.

“Di Cigna, kami selalu berusaha untuk menemukan jawaban atas kebutuhan-kebutuhan konsumen. Kini, melalui Cigna EaziFuture kami memberikan sebuah perlindungan yang menyeluruh kepada konsumen, mulai dari asuransi jiwa serta rencana investasi yang aman untuk kebutuhan masa depan mereka. Pada akhirnya, kami berharap bahwa inisiatif ini akan meningkatkan kepemilikan asuransi di Indonesia,” tutup Tim.

Tentang Cigna

Cigna (NYSE : CI), merupakan sebuah perusahaan layanan kesehatan global yang membaktikan diri untuk membantu meningkatkan kesehatan, kesejahteraan dan rasa aman konsumennya melalui penyediaan serangkaian perawatan, rencana dan pelayanan kesehatan yang terintegrasi serta program-program kesehatan dan kesejahteraan yang telah terbukti. Cigna adalah salah satu perusahaan pelayanan kesehatan terbesar di pasar Amerika Serikat, berkantor pusat di Bloomfield – Connecticut, juga beroperasi secara internasional di 30 negara, dan memiliki sekitar 85 juta konsumen di seluruh dunia yang dilayani oleh kurang lebih 35.000 karyawan.

PT Asuransi Cigna (Cigna Indonesia), sebuah perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) didirikan pada tahun 1990, dan kini telah tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia dengan keunggulan dalam menyediakan produk dan layanan yang menjangkau konsumen dan rekan bisnis secara langsung. Pada akhir tahun 2013, Cigna Indonesia membukukan pencapaian rasio tingkat solvabilitas, atau disebut RBC (*Risk Based Capital*) sebesar 755% jauh di atas peraturan pemerintah sebesar 120%.

Sejalan dengan perkembangannya, Cigna Indonesia telah menerima sejumlah penghargaan dari berbagai institusi dan majalah bisnis di Indonesia. Penghargaan tersebut membuktikan komitmen Cigna Indonesia untuk menjadi organisasi yang *customer centric* dan senantiasa memberikan produk serta pelayanan terbaik bagi konsumen.

Untuk informasi lebih lanjut kunjungi www.cigna.co.id

Media Contact:

Fitriannisa Soegiharto

Public Relations Manager

Cigna Indonesia

P: 0813 8095 9299

E: Fitriannisa.Soegiharto@Cigna.com

Lesly Gijbsert

Consultant

Imogen Public Relations

P: 0818 0660 0410

E: lesly@imogenpr.com