

Monthly coverage Dossier May 2019

Future Generali India Life Insurance Company Limited

| SR NO. | OVERVIEW OF ACTIVITIES | KEY PUBLICATIONS |
|--------|--|---|
| 1 | Spokesperson Profiling:- | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Jyoti Vaswani ● Ruchira Bharadwaja ● Munish Sharda | <ul style="list-style-type: none"> ● CNBC TV 18 ● Times Group (High Tea Live Chat) ● ET BFSI CXO Conclave 2019 |
| 2 | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks | <ul style="list-style-type: none"> ● Nirmal Gujarat ● Gujarat Pranam ● Standard Herald ● Vyapar ● Daily News ● Rajasthan Patrika ● Free Press Gujarat ● Western Times ● Samachar Jagat ● Rajasthan Khoj Khabar ● Khabaro ki Duniya |

| | | |
|---|---|--|
| 3 | Better Customer Service in Future Generali India Life Insurance adopted "Digital First" | <ul style="list-style-type: none"> ● Sukhabar ● Vyapar ● Prabhurashtra ● Sambad Prabha ● Arthik Lipi ● Dainik Jagran ● Dainik Statesman ● Navgujarat Samay ● Jai Hind ● Arthik Dhara ● Samagya ● DNA ● The Statesman ● The Echo of India ● Navgujarat Samay ● Standard Herald ● Free Press Gujarat ● Western Times ● Dainik Navjyoti ● Rajasthan Patrika ● Khabaro ki Duniya ● Rajasthan khoj Khabar ● Samachar Jagat ● Daily News |
| 4 | Miscellaneous | <ul style="list-style-type: none"> ● The Hindu Business Line ● DNA ● Business Standard ● Money Control ● Stock Market ● Bull Fax |

| SR NO | Publication | Headline | Date | Coverage appeared |
|-------------------------------|-------------------------|--|---------------------------|-------------------|
| National Press Release | | | | |
| 1 | CNBC TV18 | Jyoti Vaswani is live on CNBC TV18 | 08 th May 2019 | TV |
| 2 | The Hindu Business Line | Premium Tracker | 27 th May 2019 | Print |
| 3 | DNA | Expert View | 26 th May 2019 | Print |
| 4 | Business Standard | Check veracity before signing policy form | 23 rd May 2019 | Print |
| 5 | Nirmal Gujarat | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks | 22 nd May 2019 | Print |
| 6 | Gujarat Pranam | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks | 22 nd May 2019 | Print |
| 7 | Sukhabar | Better Customer Service in Future Generali India Life Insurance adopted "Digital First" | 21 st May 2019 | Print |
| 8 | The Hindu Business Line | Premium Tracker | 20 th May 2019 | Print |
| 9 | Standard Herald | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks | 20 th May 2019 | Print |
| 10 | Vyapar | FGILI adopts "Digital First" strategy | 18 th May 2019 | Print |
| 11 | Vyapar | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks says Future Generali India Life Insurance Company Limited | 18 th May 2019 | Print |
| 12 | Prabhurashtra | Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience | 18 th May 2019 | Print |

| | | | | |
|----|-----------------------|--|---------------------------|-------|
| 13 | Sambad Prabha | Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience | 18 th May 2019 | Print |
| 14 | Daily News | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks | 18 th May 2019 | Print |
| 15 | Rajasthan Patrika | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks | 18 th May 2019 | Print |
| 16 | Arthik Lipi | The insurance companies need to focus on customers | 17 th May 2019 | Print |
| 17 | Dainik Jagran | The insurance companies need to focus on customers | 17 th May 2019 | Print |
| 18 | Dainik Statesman | The insurance companies need to focus on customers | 17 th May 2019 | Print |
| 19 | Navgujarat Samay | Future Generali creates awareness about policies | 17 th May 2019 | Print |
| 20 | Free Press Gujarat | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks | 17 th May 2019 | Print |
| 21 | Western Times | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks | 17 th May 2019 | Print |
| 22 | Samachar Jagat | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks says Future Generali India Life Insurance Company Limited | 17 th May 2019 | Print |
| 23 | Rajasthan Khoj Khabar | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks says Future Generali India Life Insurance Company Limited | 17 th May 2019 | Print |
| 24 | Khabaro ki Duniya | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks says Future Generali India Life Insurance Company Limited | 17 th May 2019 | Print |

| | | | | |
|----|-----------------------|--|---------------------------|-------|
| 25 | Jai Hind | The digital arm of FGILI is witnessing a change | 16 th May 2019 | Print |
| 26 | Arthik Dhara | How Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience | 16 th May 2019 | Print |
| 27 | Samagya | Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience | 16 th May 2019 | Print |
| 28 | DNA | FGILI focuses on digitization | 15 th May 2019 | Print |
| 29 | The Statesman | FGILI adopts "Digital First" strategy | 15 th May 2019 | Print |
| 30 | The Echo of India | FGILI adopts "Digital First" strategy | 15 th May 2019 | Print |
| 31 | Navgujarat Samay | FGILI focuses on digitization | 15 th May 2019 | Print |
| 32 | Standard Herald | How Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience | 15 th May 2019 | Print |
| 33 | Free Press Gujarat | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience | 14 th May 2019 | Print |
| 34 | Western Times | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience | 14 th May 2019 | Print |
| 35 | Dainik Navjyoti | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience | 14 th May 2019 | Print |
| 36 | Rajasthan Patrika | FGILI is going through a change in the digital landscape | 14 th May 2019 | Print |
| 37 | Khabaro ki Duniya | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience | 14 th May 2019 | Print |
| 38 | Rajasthan khoj Khabar | Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience | 14 th May 2019 | Print |

| | | | | |
|----|-------------------------|---|---------------------------|--------|
| 39 | Samachar Jagat | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience | 14 th May 2019 | Print |
| 40 | Daily News | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience | 14 th May 2019 | Print |
| 41 | The Hindu Business Line | Premium Tracker | 13 th May 2019 | Print |
| 42 | The Hindu Business Line | Premium Tracker | 06 th May 2019 | Print |
| 43 | Money Control | Why technology is a strategic priority for insurance companies today | 23 rd May 2019 | Online |
| 44 | Stock Market | Why technology is a strategic priority for insurance companies today | 23 rd May 2019 | Online |
| 45 | Money Control | Digital transformation for Customer Connect | 08 th May 2019 | Online |
| 46 | Bull Fax | Am i doing enough for my financial future? | 05 th May 2019 | Online |
| 47 | Money Control | In today's digital era, leveraging data is key for marketers: Rakesh Wadhwa | 03 rd May 2019 | Online |

ELECTRONIC COVERAGE

| | |
|----------|---|
| Date | 08 th May 2019 |
| TV | CNBC TV 18 |
| Headline | Jyoti Vaswani is live on CNBC TV18 Show: Closing bell |



MARKET: KEY THEMES & TRIGGERS

NSE CLOSING BELL

NIFTY IT
 16105.40 ▼ 30.35 [0.19%]

16706
 15426
 14146

THIS YEAR ▲ 11.53%

Jan Mar May

A Network 18 Initiative

NSE CLOSING BELL

Jyoti Vaswani
 Future Generali India Life Ins

Wed
NIFTY BANK
 28975.75
 ▼ 312.45

SrCem^{TD} 117.3k 19750.00 ▼ 16.60

SRF^{TD} 228.2k 2

CHSg^{TD} 4.8k 243.25 ▼ 12.15

GjAlk^{TD} 62.3k 526.95 ▼ 1

CNBC TV18

PRINT COVERAGE

| | |
|-------------|---------------------------|
| Date | 27 th May 2019 |
| Publication | The Hindu Business Line |
| Headline | Premium Tracker |

THE HINDU
BusinessLine

| Premium Tracker | | | | | |
|---|------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| Company | Plan Name | Max. Coverage (years) | Max. Policy term (years) | Annual Premium (incl.GST) (₹) | Claim Settlement ratio (%) |
| For a 30-yr old male, non-smoker, for sum assured of ₹ 1 crore upto 70 years | | | | | |
| Aditya Birla Capital | Ultima Term | 85 | 50 | 10270 | 96.3 |
| Aegon Life | iTerm | 100 | 82 | 8331 | 95.6 |
| Aviva Life Insurance | iTerm Smart | 80 | 62 | 9007 | 94.4 |
| Bajaj Allianz | eTouch | 75 | 40 | 14067 | 92.0 |
| Bharti AXA | Flexi Term Plan | 85 | 67 | 9440 | 96.8 |
| Canara HSBC OBC Life Insurance | iSelect | 80 | 40 | 9491 | 95.2 |
| DHFL Pramerica Life Insurance | Flexi e-Term | 75 | 57 | 9403 | 96.6 |
| Edelweiss Tokio Life Insurance | Zindagi+ | 80 | 62 | 9206 | 95.2 |
| Future Generali | Flexi Online Term | 75 | 57 | 9427 | 93.1 |
| HDFC Life | Click2Protect 3D Plus- Life Option | 100 | 74 | 12478 | 97.8 |
| ICICI Prudential | iProtect Smart | 100 | 81 | 12502 | 97.8 |
| IDBI Federal Life Insurance | iSureance Flexi Term | 80 | 62 | 12402 | 91.9 |
| India First Life | e-Term Plan | 80 | 40 | 8260 | 89.8 |
| Kotak Life Insurance | Kotak e-Term Plan | 75 | 57 | 9558 | 93.7 |
| LIC | eTerm | 75 | 35 | 18672 | 98.0 |
| Max Life | Online Term Plan Plus | 85 | 50 | 10148 | 98.2 |
| PNB Met Life | Mera Term Plan | 99 | 81 | 10146 | 91.1 |
| Reliance Nippon Life | Digi Term Plan | 80 | 40 | 11012 | 95.1 |
| SBI Life | eShield New | 80 | 62 | 15070 | 96.7 |
| TATA AIA Life | Sampoorna Raksha | 100 | 82 | 9912 | 98.0 |
| For a 30-yr female, non-smoker, for sum assured of ₹ 1 crore coverage upto 70 years | | | | | |
| Aditya Birla Capital | Ultima Term | 85 | 50 | 8733 | 96.3 |
| Aegon Life | iTerm | 100 | 82 | 6861 | 95.6 |
| Aviva Life Insurance | iTerm Smart | 80 | 62 | 7,741 | 94.4 |
| Bajaj Allianz | eTouch | 75 | 40 | 10896 | 92.0 |
| Bharti AXA | Flexi Term Plan | 85 | 67 | 8260 | 96.8 |
| Canara HSBC OBC Life Insurance | iSelect | 80 | 40 | 8022 | 95.2 |
| DHFL Pramerica Life Insurance | Flexi e-Term | 75 | 57 | 8025 | 96.6 |
| Edelweiss Tokio Life Insurance | Zindagi+ | 80 | 62 | 7522 | 95.2 |
| Future Generali | Flexi Online Term | 75 | 57 | 8184 | 93.1 |
| HDFC Life | Click2Protect 3D Plus- Life Option | 100 | 74 | 11004 | 97.8 |
| ICICI Prudential | iProtect Smart | 100 | 81 | 11028 | 97.8 |
| IDBI Federal Life Insurance | iSureance Flexi Term | 80 | 62 | 10136 | 91.9 |
| India First Life | e-Term Plan | 80 | 40 | 7080 | 89.8 |
| Kotak Life Insurance | Kotak e-Term Plan | 75 | 57 | 8260 | 93.7 |
| LIC | eTerm | 75 | 35 | 18672 | 98.0 |
| Max Life | Online Term Plan Plus | 85 | 50 | 7670 | 98.2 |
| PNB Met Life | Mera Term Plan | 99 | 81 | 8675 | 91.1 |
| Reliance Nippon Life | Digi Term Plan | 80 | 40 | 8719 | 95.1 |
| SBI Life | eShield New | 80 | 62 | 12898 | 96.7 |
| TATA AIA Life | Sampoorna Raksha | 100 | 82 | 9086 | 98.0 |

Source: www.policybazaar.com and individual companies
Claim Settlement Ratio- as per IRDAI Report 2017-18
iC coverage is upto 65-yr for age group of 30 yr

| | |
|------|---------------------------|
| Date | 26 th May 2019 |
|------|---------------------------|

| | |
|-------------|-------------|
| Publication | DNA |
| Headline | Expert View |



Expert view



Rakesh Wadhwa, CMO, Future Generali India Life Insurance Company Limited said, "Policyholders must thoroughly study the terms and conditions

of an insurance plan. They should also pay attention to any information shared by the insurer through e-mails, SMS, and calls to guard themselves against any fraud or malpractice. One should use the free-look period offered by insurance companies to study the policy." He further emphasized "read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks".

| | |
|-------------|---|
| Date | 23 rd May 2019 |
| Publication | Business Standard |
| Headline | Check veracity before signing policy form |

Business Standard

Check veracity before signing policy form

Claims can be rejected if the information given in the document is wrong

SANJAY KUMAR SINGH

In a case that went all the way to the Supreme Court, Reliance Life Insurance had repudiated a claim made by Rekhaben Nareshbhai Rathod because her husband, the insured, had failed to disclose at the time of buying the policy that he had purchased another policy from another insurer. The District Consumer Disputes Redressal Forum dismissed her complaint, but the state and the national forum ruled in her favour. However, the Supreme Court decided in favour of the insurer. This judgement underlines the need for insurance buyers to make complete and truthful disclosures in the proposal form.

The question that comes to mind is: Why should a life insurer enquire about the other policies a customer already owns? Experts point to the concept of human life value. "Suppose a person earns

₹1 crore a year. The maximum sum insured he can get should equal an amount, which if invested, can replace this income stream for the family," says C L Baradhvaj, executive vice president—legal and compliance, Future Generali India Life Insurance. An alternative approach is as follows. "The maximum sum insured can equal the total income a person can be expected to earn over his entire work life, factoring in

his current age, salary, and increments," says Anil Kumar Singh, chief actuarial officer, Aditya Birla Sun Life Insurance.

YOUR MONEY



From the total sum insured calculated, the sum insured of existing policies is deducted to arrive at the sum insured the insurer can offer. This is done to avoid the risk of over-insurance. "Sub-standard lives may try to insure themselves for a very high sum, resulting in losses for the insurer caused by anti-selection," says Baradhvaj. Insurers enquire about a

WHAT THE SUPREME COURT SAID

- Item 17 of the proposal form required a detailed disclosure of the other insurance policies held by the proposer. The insured wrote "not applicable"
- But he had purchased a policy of ₹11 lakh only two months earlier
- The disclosure regarding earlier cover was material to assessment of the risk being undertaken by the insurer
- Insurance contracts are governed by principle of utmost good faith. Any suppression of info is a breach of good faith

prospect's current health and history and that of his family. Questions pertaining to health have a direct bearing on mortality risk. Even information on diseases contracted a few years earlier should not be overlooked. The health history of parents and siblings should also be presented accurately as there is a preponderance of some diseases in certain families, while some tend to be genetically transferred. Insurers also enquire about a prospect's occupation to assess if the person faces above-average risk in his work environment.

Those buying a term plan could be asked about their educational qualifications. "Well-educated people are expected to be more aware and hence look after their health better, hence insurers prefer to cover them. Education also has a bearing on income and hence on human life value," says Bhawna Sharma, general manager, Policyx.

Insurers ask for full disclosures so that they are able to make an accurate assessment of whether to cover the person and to determine the loading to apply to the premium. The customer gives an under-

taking in the proposal form that whatever answers are given are true to the best of his knowledge. If there is any misstatement or concealment, the life insurer has the right to repudiate the claim.

Insurance contracts are based on the principle of utmost good faith. "It means contracting parties act honestly and not mislead or withhold information essential to the contract," says Subhash Nagpal, CEO and founder, Compare-policy.com. Fill up the proposal form yourself, or read it carefully before signing on the dotted line.



| | |
|-------------|--|
| Date | 22 nd May 2019 |
| Publication | Nirmal Gujarat |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks |

નિર્મલ ગુજરાત દૈનિક

મુશ્કેલીઓ ટાળવા માટે તમારી વીમા યોજના પર પ્રિન્ટ વાંચો



ગુજરાત, :

પોલિસીધારકોએ વીમા યોજનાના નિયમો અને શરતોનો સંપૂર્ણ અભ્યાસ કરવો જ જોઈએ. ફ્યુચર જનરલ ઈન્ડિયા લાર્ડ્સ ઈન્શ્યોરન્સે માર્ગદર્શન માર્ગમાં જણાવ્યું હતું કે, કોઈ પણ કપટ અથવા ગેરરીતિ સામે પોતાને સુરક્ષિત રાખવા માટે ઈ-મેઈલ, એસએમએસ અને કોલ દ્વારા વીમાદાતા દ્વારા વહેંચવામાં આવેલી કોઈપણ માહિતી પર ધ્યાન આપવું જોઈએ. ફ્યુચર જનરલ ઈન્ડિયા લાર્ડ્સ ઈન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ ના સીએમઓ રાકેશ વાધવા એ જણાવ્યું કે "પોલિસીના નિયમો અને શરતોને ધ્યાનમાં રાખીને તે ધ્યાનમાં રાખવું જરૂરી છે કે યોજના હેઠળની મુખ્ય લાભાક્ષિકતાઓ અને લાભો નીતિ ધારક દ્વારા સારી રીતે સમજી શકાય. સમાન રીતે, એનએડીના સમયે કોઈ પણ દાવાને ટાળવા માટે યોજના હેઠળ, જો કોઈ હોય, તો બાકાત સંદર્ભોનો ઉલ્લેખ કરવો પણ યોગ્ય છે. વીમા એક મુખ્ય જોખમ વ્યવસ્થાપન સાધન છે.

વીમા ઉત્પાદનોના ઘણા પ્રકારો હોવા છતાં, તેમની પસંદગી ઉંમર, આવક, આશ્રિતો, જવાબદારીઓ, જીવનના તબક્કાના લક્ષ્યો અને અન્ય આર્થિક પરિબળો પર આધારિત હોવી આવશ્યક છે. કંપનીના જણાવ્યા મુજબ, લગભગ બધી નીતિઓ બાકાત છે અને તેથી આવરી લેવાયેલી વસ્તુ અને તે શું બાકી છે તે શોધવાનું મહત્વપૂર્ણ છે.

ઉત્પાદન બાજુ પર, વ્યક્તિએ જે રક્ષણ પ્રદાન કરે છે તેના આધારે અથવા ટર્મિનલ બીમારીના લાભો અને કુલ અને કાયમી અપંગતા લાભ જે તે મંજૂરી આપે છે તેના આધારે નીતિને ધ્યાનમાં લેવો જોઈએ. ઉદાહરણ તરીકે, જો આરોગ્ય આવરણ લેતા હોય, તો તમારે કોઈ એવી યોજના લેવા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું જોઈએ જે મહત્તમ સ્વાસ્થ્ય કવરેજ આપે છે અને સારવાર માટે મહત્તમ રકમ આપે છે. પૂર્વ અસ્તિત્વમાં રહેલી રોગોના કિસ્સામાં, વીમદાર વ્યાખ્યાયિત રાહત અવધિમાં, કેટલીક વખત બે વર્ષ સુધી, ફક્ત દાવાને સ્વીકારશે.

વીમા કંપનીઓ દ્વારા નીતિની અભ્યાસ કરવા માટે ઓફર કરવામાં આવતી ફી-લુક અવધિનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ. જો તે અપેક્ષાઓથી ઓછી ધાય છે, તો તે ૧૫ દિવસની અંદર પરત કરી શકાય છે.

| | |
|-------------|--|
| Date | 22 nd May 2019 |
| Publication | Gujarat Pranam |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks |

મુશ્કેલીઓ ટાળવા માટે તમારી વીમા યોજના પર પ્રિન્ટવાંચો

ગુજરાત, મે -૨૦૧૯: પોલિસીધારકોએ વીમા યોજનાના નિયમો અને શરતોનો સંપૂર્ણ અભ્યાસ કરવો જ જોઈએ. ફ્યુચર જનરલ ઇન્ડિયા લાઈફ ઇન્શ્યોરન્સ માર્ગદર્શન માર્ગમાં જણાવ્યું હતું કે, કોઈ પણ કપટ અથવા ગેરરીતિ સામે પોતાને સુરક્ષિત રાખવા માટે ઈ-મેઈલ, એસએમએસ અને કોલ દ્વારા વીમાદાતા દ્વારા વહેંચવામાં આવેલી કોઈ પણ માહિતી પર ધ્યાન આપવું જોઈએ.

ફ્યુચર જનરલ ઇન્ડિયા લાઈફ ઇન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ ના સીએમઓ રાકેશ વાઘવાએ જણાવ્યું કે “પોલિસીના નિયમો અને શરતોને ધ્યાનમાં રાખીને તે ધ્યાનમાં રાખવું જરૂરી છે કે યોજના હેઠળની મુખ્ય લાક્ષણિકતાઓ અને લાભો નીતિધારક દ્વારા સારી રીતે સમજી શકાય. સમાન રીતે, એનએડીના સમયે કોઈ પણ દાવાને ટાળવા માટે યોજના હેઠળ, જોકોઈ હોય, તો બાકાત સંદર્ભોનો ઉલ્લેખ કરવો પણ યોગ્ય છે.”

વીમા એક મુખ્ય જોખમ વ્યવસ્થાપન સાધન છે. વીમા ઉત્પાદનોના ઘણા પ્રકારો હોવા છતાં, તેમની પસંદગી ઉંમર, આવક, આશ્રિતો, જવાબદારીઓ, જીવનના તબક્કાના લક્ષ્યો અને અન્ય આર્થિક પરિબલો પર અધારિત હોવી આવશ્યક છે. ઈન્ડિયાના જણાવ્યા મુજબ, લગભગ બધી નીતિઓ બાકાત છે અને તેથી આવરી લેવાયેલી વસ્તુ અને તે શું બાકી છે તે શોધવાનું મહત્વપૂર્ણ છે.

| | |
|-------------|---|
| Date | 21 st May 2019 |
| Publication | Sukhabar |
| Headline | Better Customer Service in Future Generali India Life Insurance adopted "Digital First" |

সুখবর

উন্নত গ্রাহক পরিষেবায় ফিউচার
জেনেরালি বিমা সংস্থায় 'ডিজিটাল ফাস্ট'



সিইও মুনিশ শারদা জানান, 'আজকের দিনে বিমা ব্যবসার ক্ষেত্রে সবচেয়ে বেশি গুরুত্ব দেওয়া হচ্ছে ক্রেতা পরিষেবায়।' তাঁর মতে, বিমা সংস্থার দায়িত্ব বিমা গ্রাহকের সুযোগ-সুবিধা বেশি করে দেখা। যাতে তাঁরা চটপট কাজ পান ও খুশি হন।

এই লক্ষ্যকে সামনে রেখে ফিউচার জেনারেলি ইন্ডিয়া ইনসিওরেন্স-এ আনা হয়েছে 'ডিজিটাল ফাস্ট প্রযুক্তি।' এই প্রযুক্তির মাধ্যমে খুব সহজে পলিসি হোল্ডার ও নতুন ক্রেতাদের সঙ্গে যোগাযোগ করা যাবে। তার জন্য বাড়তি লোক লাগবে না।

ক্রেতা পরিষেবার জন্য ফিউচার জেনারেলি ইন্ডিয়া লাইফ ইনসিওরেন্স চালু করেছে নেট প্রোমোটর স্কোর সিস্টেম। যার মাধ্যমে ক্রেতাদের ভয়েস বিশ্লেষণ করে তাঁদের জটিল সমস্যার কথাগুলো বোঝা যাচ্ছে।

আগামী দিনে উন্নত ক্রেতা পরিষেবার জন্য চালু করার পরিকল্পনা রয়েছে ট্যাবলেট অ্যাপস, ওয়েব অ্যাপস ও হোয়াটসঅ্যাপ। এছাড়াও এই বিমা সংস্থা চালু করতে চলেছে রোবটিক্স এনাবেলড ভারচুয়াল অ্যাসিস্ট্যান্স, মেশিন লার্নিং ও ন্যাচারাল ল্যাঙ্গুয়েজ আন্ডারস্ট্যান্ডিং ক্যাপাবিলিটিস ডিজাইন সিস্টেম।

নিজস্ব প্রতিনিধি : বিমা ক্ষেত্রে ডিজিটাল প্রযুক্তি চালু হওয়ায় গ্রাহক পরিষেবা আরো উন্নত, চটপটে ও স্মার্ট হয়েছে। ফিউচার জেনারেলি ইন্ডিয়া লাইফ ইনসিওরেন্স প্রযুক্তির ব্যবহারও ক্রেতা পরিষেবায় নটিকীয় বদল এনেছে। ফিউচার জেনারেলি ইন্ডিয়া লাইফ ইনসিওরেন্সের ম্যানেজিং ডিরেক্টর ও

| | |
|-------------|---------------------------|
| Date | 20 th May 2019 |
| Publication | The Hindu Business Line |
| Headline | Premium Tracker |

THE HINDU
BusinessLine

| Premium Tracker | | | | | |
|--|------------------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------|----------------------------|
| Company | Plan Name | Max Cover-age (years) | Max Policy term (years) | Annual Premium (₹) | Claim Settlement ratio (%) |
| For a 30-yr old male, non-smoker, for sum assured of ₹ 1 crore upto 70 years | | | | | |
| Aditya Birla Capital | Ultima Term | 85 | 50 | 10270 | 96.38 |
| Aegon Life | iTerm | 100 | 82 | 8331 | 95.67 |
| Aviva Life Insurance | iTerm Smart | 80 | 62 | 9007 | 94.45 |
| Bajaj Allianz | eTouch | 75 | 40 | 14067 | 92.04 |
| Bharti AXA | Flexi Term Plan | 85 | 67 | 9440 | 96.85 |
| Canara HSBC OBC Life Insurance | iSelect | 80 | 40 | 9491 | 95.22 |
| DHFL Pramerica Life Insurance | Flexi e-Term | 75 | 57 | 9403 | 96.62 |
| Edelweiss Tokio Life Insurance | Zindagi+ | 80 | 62 | 9206 | 95.24 |
| Future Generali | Flexi Online Term | 75 | 57 | 9427 | 93.11 |
| HDFC Life | Click2Protect 3D Plus- Life Option | 100 | 74 | 12478 | 97.80 |
| ICICI Prudential | iProtect Smart | 100 | 81 | 12502 | 97.88 |
| IDBI Federal Life Insurance | iSure Flexi Term | 80 | 62 | 12402 | 91.99 |
| India First Life | e-Term Plan | 80 | 40 | 8260 | 89.83 |
| Kotak Life Insurance | Kotak e-Term Plan | 75 | 57 | 9558 | 93.72 |
| LIC | eTerm | 75 | 35 | 18672 | 98.04 |
| Max Life | Online Term Plan Plus | 85 | 50 | 10148 | 98.26 |
| PNB Met Life | Mera Term Plan | 99 | 81 | 10146 | 91.12 |
| Reliance Nippon Life | Digi Term Plan | 80 | 40 | 11012 | 95.17 |
| SBI Life | eShield New | 80 | 62 | 15070 | 96.76 |
| TATA AIA Life | Sampoorna Raksha | 100 | 82 | 9912 | 98.00 |
| For a 30-yr female, non-smoker, for sum assured of ₹ 1 crore coverage upto 70 years | | | | | |
| Aditya Birla Capital | Ultima Term | 85 | 50 | 8733 | 96.38 |
| Aegon Life | iTerm | 100 | 82 | 6861 | 95.67 |
| Aviva Life Insurance | iTerm Smart | 80 | 62 | 7,741 | 94.45 |
| Bajaj Allianz | eTouch | 75 | 40 | 10896 | 92.04 |
| Bharti AXA | Flexi Term Plan | 85 | 67 | 8260 | 96.85 |
| Canara HSBC OBC Life Insurance | iSelect | 80 | 40 | 8022 | 95.22 |
| DHFL Pramerica Life Insurance | Flexi e-Term | 75 | 57 | 8025 | 96.62 |
| Edelweiss Tokio Life Insurance | Zindagi+ | 80 | 62 | 7522 | 95.24 |
| Future Generali | Flexi Online Term | 75 | 57 | 8184 | 93.11 |
| HDFC Life | Click2Protect 3D Plus- Life Option | 100 | 74 | 11004 | 97.80 |
| ICICI Prudential | iProtect Smart | 100 | 81 | 11028 | 97.88 |
| IDBI Federal Life Insurance | iSure Flexi Term | 80 | 62 | 10136 | 91.99 |
| India First Life | e-Term Plan | 80 | 40 | 7080 | 89.83 |
| Kotak Life Insurance | Kotak e-Term Plan | 75 | 57 | 8260 | 93.72 |
| LIC | eTerm | 75 | 35 | 18672 | 98.04 |
| Max Life | Online Term Plan Plus | 85 | 50 | 7670 | 98.26 |
| PNB Met Life | Mera Term Plan | 99 | 81 | 6675 | 91.12 |
| Reliance Nippon Life | Digi Term Plan | 80 | 40 | 8719 | 95.17 |
| SBI Life | eShield New | 80 | 62 | 12898 | 96.76 |
| TATA AIA Life | Sampoorna Raksha | 100 | 82 | 9086 | 98.00 |

Source: www.policybazaar.com and individual companies
 Claim Settlement Ratio: as per IRDAI Report 2017-18
 LIC coverage: if upto 65-yr for age group of 30 yr.

| | |
|-------------|--|
| Date | 20 th May 2019 |
| Publication | Standard Herald |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks |

મુશ્કેલીઓ ટાળવા માટે તમારી વીમા યોજના પર પ્રિન્ટ વાંચો

પોલિસીધારકોએ વીમા યોજનાના નિયમો અને શરતોનો સંપૂર્ણ અભ્યાસ કરવો જ જોઈએ. ફ્યુચર જનરલ ઈન્ડિયા લાઈફ ઈન્શ્યોરન્સ માર્ગદર્શન માર્ગમાં જણાવ્યું હતું કે, કોઈ પણ કપટ અથવા ગેરરીતિ સામે પોતાને સુરક્ષિત રાખવા માટે ઈ-મેઈલ, એસએમએસ અને કોલ દ્વારા વીમાદાતા દ્વારા વહેંચવામાં આવેલી કોઈપણ માહિતી પર ધ્યાન આપવું જોઈએ.

ફ્યુચર જનરલ ઈન્ડિયા લાઈફ ઈન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ ના સીએમઓ રાકેશ વાઘવા એ જણાવ્યું કે "પોલિસીના નિયમો અને શરતોને ધ્યાનમાં રાખીને તે ધ્યાનમાં રાખવું જરૂરી છે કે યોજના હેઠળની મુખ્ય લાક્ષણિકતાઓ અને લાભો નીતિ ધારક દ્વારા સારી રીતે સમજી શકાય. સમાન રીતે, એનએડીના સમયે કોઈ પણ દાવાને ટાળવા માટે યોજના હેઠળ, જો કોઈ હોય, તો બાકાત સંદર્ભોનો ઉલ્લેખ કરવો પણ યોગ્ય છે.

વીમા એક મુખ્ય જોખમ વ્યવસ્થાપન સાધન છે. વીમા ઉત્પાદનોના ઘણા પ્રકારો હોવા છતાં, તેમની પસંદગી ઉંમર, આવક, આશ્રિતો, જવાબદારીઓ, જીવનના તબક્કાના લક્ષ્યો અને અન્ય આર્થિક પરિબળો પર આધારિત હોવી આવશ્યક છે. કંપનીના જણાવ્યા મુજબ, લગભગ બધી નીતિઓ બાકાત છે અને તેથી આવરી લેવાયેલી વસ્તુ અને તે શું બાકી છે તે શોધવાનું મહત્વપૂર્ણ છે. ઉત્પાદન બાજુ પર, વ્યક્તિએ જે રક્ષણ પ્રદાન કરે છે તેના આધારે અથવા ટર્મિનલ બીમારીના લાભો અને ફુલ અને કાયમી અપંગતા લાભ જે તે મંજૂરી આપે છે તેના આધારે નીતિને ધ્યાનમાં લેવો જોઈએ. ઉદાહરણ તરીકે, જો આરોગ્ય આવરણ લેતા હોય, તો તમારે કોઈ એવી યોજના લેવા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું જોઈએ જે મહત્તમ સ્વાસ્થ્ય કવરેજ આપે છે અને સારવાર માટે મહત્તમ રકમ આપે છે. પૂર્વ અસ્તિત્વમાં રહેલી રોગોના કિસ્સામાં, વીમેદાર વ્યાખ્યાયિત રાહત અવધિમાં, કેટલીક વખત બે વર્ષ સુધી, ફક્ત દાવાને સ્વીકારશે.

| | |
|-------------|---------------------------------------|
| Date | 18 th May 2019 |
| Publication | Vyapar |
| Headline | FGILI adopts "Digital First" strategy |



फ्यूचर जनरली का नई टेक्नोलाजी पर जोर

फ्यूचर जनरली इंडिया लाईफ इंश्योरेंस (एफजीएलआई) नई टेक्नोलाजी पर जोर दे रही है तथा वह सुव्यवस्थिकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है। एफजीएलआई के एमडी और सीईओ मुनिश शारदा के अनुसार, ग्राहक सेवा पर बढ़ता फोकस डिजिटल ट्रांसफार्मेशन का आधार बन रहा है। ग्राहक के कार्य को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से पूरा करके उनके प्रति जिम्मेदार बनना महत्वपूर्ण है।

मानव की संलग्नता में कमी करने के लिए कंपनी ने डिजिटल फर्स्ट व्यूहनीति अपनायी है तथा एनपीएस सिस्टम का उपयोग शुरू किया है, जो ग्राहकों की आवाज का विश्लेषण करता है। कंपनी एजेंटों को टेब्लेट एप्स/वेब एप्स प्रदान कर रही है तथा वाट्सअप का भी उपयोग कर रही है। कंपनी ने रोबोटिक्स इनेबल्ड वर्चुअल अस्सिस्टेंट नामक चैट बोट भी अपनाया है। जिसमें मशीन लर्निंग और नेचरल लैंग्वेज अंडरस्टैंडिंग क्षमताएं हैं।

| | |
|-------------|--|
| Date | 18 th May 2019 |
| Publication | Vyapar |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks says Future Generali India Life Insurance Company Limited |



पॉलिसीधारकों को बीमा योजना के नियमों और शर्तों का बारीकी से अध्ययन करने की जरूरत

पॉलिसीधारकों को बीमा योजना के नियमों और शर्तों का गहराई से अध्ययन करना चाहिए। उन्हें बीमाकर्ता द्वारा ई-मेल, एसएमएस द्वारा दी गई सूचना पर भी ध्यान देना चाहिए तथा किसी फ्राड या

राकेश वाधवा
सीएमओ, पब्लिक रिलेशंस
इंडिया लाइफ इंश्योरेंस

जालसाजी से बचने के लिए कॉल करना चाहिए।

बीमा एक मुख्य जोखिम व्यवस्थापन साधन है। बीमा उत्पादों के विभिन्न प्रकार होते हैं, उनका चयन उम्र, आय, आशितों, दायित्वों, जीवन चरण के लक्ष्यों और अन्य आर्थिक घटकों पर आधारित होना चाहिए।

पॉलिसीधारक द्वारा योजना की मुख्य विशेषताओं और फायदों को अच्छी तरह से समझ लिया गया है, उसे सुनिश्चित करने के लिए पॉलिसी

के नियमों और शर्तों का अध्ययन करने में समझदारी है। इसी तरह यदि योजना के तहत अपवर्जन है तो उसका अवलोकन करना महत्वपूर्ण है।

वैसे लगभग सभी पॉलिसी में अपवर्जन होता है और इसलिए किसे कवर किया गया है और किसे छोड़ दिया गया है, उसका पता लगाना महत्वपूर्ण है।

जटिल बीमारी पॉलिसी के मामले में यदि पहले से मौजूद बीमारी के बारे में कोई प्रतिक्षा अवधि है तो उसके बारे में सतर्क रहने और जांच करने की जरूरत है। अस्वीकृत न हो उसे सुनिश्चित करने के लिए पॉलिसी की खरीदी के समय प्रस्ताव से संबंधित सभी मटीरियल वास्तविकताएं बतायी जानी चाहिए।

पॉलिसी की अवधि, प्रीमियम एवं लागू शर्तों के बारे में सूचित करने वाले कॉल्स, एसएमएस या ईमेल पर भी ध्यान देना चाहिए क्योंकि



यह जालसाजों की संभावित जाली पॉलिसियों से बचने का प्रभावी उपाय है।

वाधवा ने कहा, 'हम पॉलिसी की मुख्य विशेषताओं, अवधि, लाभ, वीमित रकम और लागू अपवर्जनों के बारे में स्पष्टीकरण करने के लिए

पॉलिसीधारकों को विडियो सत्यापन कॉल भी करते हैं।'

प्रोडक्ट के बारे में पॉलिसी को उसके द्वारा ऑफर की गई सुरक्षा या उसके द्वारा मान्य टर्मिनल बीमारी लाभ और संपूर्ण और स्थायी अपगंता लाभ के आधार पर

विचार करना चाहिए।

उदाहरण के तौर पर हेल्थ कवर लेने के लिए अधिकतम हेल्थ कवरेज और उपचार के लिए अधिकतम रकम ऑफर करने वाली योजना लेने पर फोकस होना चाहिए। पहले से मौजूद बीमारियों के मामले में बीमा की निश्चित प्रतिक्षा अवधि कभी-कभार (दो वर्ष तक की) के सिर्फ वाद ही दावा स्वीकार किया जाएगा।

पॉलिसी का अध्ययन करने के लिए बीमाकर्ता कंपनी द्वारा ऑफर की गई फ्री लुक अवधि का उपयोग करना चाहिए। उसके अपेक्षा से कम होने पर उसे 15 दिन के अंदर लौटाया जा सकता है। अदा किया गया प्रीमियम वापस हो जाएगा।

अंत में बीमा कंपनी के दावा नियमन अनुपात का अध्ययन करना भी महत्वपूर्ण है। यह आंकड़ा समय-समय पर निवामक आईआरडीएआई द्वारा प्रदान किया जाता है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 18 th May 2019 |
| Publication | Prabhurashtra |
| Headline | Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience |

प्रभुशास्त्र

फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस तकनीकी साधनों से ग्राहकों के अनुभव में बदलाव ला रही है

कोलकाता। बीमा कंपनियों के लिये ग्राहकों को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से सेवा प्रदान करने के लिये टेक्नालाजी महत्वपूर्ण हैं। उसे मान्य करते हुये फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में हैं। फ्यूचर जनरली के एमडी एवं सीईओ श्री मुनीश शारदा का मानना है, ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ फोकस डिजिटल ट्रांसफार्मेशन (बदलाव) का नया आधार बन रहा है। आज बीमा कंपनियों को सहजज्ञ ग्राहक फोकस रखने की जरूरत है। बीमा कंपनियों ने स्पर्धात्मक क्षमता बढ़ाने हेतु अपने ग्राहक सर्विस वैल्यू चेन के हर टचपाइन्ट पर मानव संलग्नता में कमी करने के उद्देश्य से अनेक तकनीकी साधनों को अपना कर डिजिटल फर्स्ट व्यूहनीति अपनायी है। फ्यूचर जनरली ने एनपीएस सिस्टम का उपयोग शुरू किया है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 18 th May 2019 |
| Publication | Sambad Prabha |
| Headline | Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience |

পাশ্চিমবঙ্গের বহুল প্রচারিত বাংলা সংবাদপত্র
সংবাদ প্রবাহ

গ্রাহক পরিষেবায়
টেকনোলজি প্রয়োগ
ফিউচার জেনারেলি'র



নিজস্ব সংবাদদাতা : বিমা কোম্পানিগুলির পক্ষে তাদের গ্রাহকদের পরিষেবা দেবার পক্ষে টেকনোলজির প্রয়োগ একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। এই বিষয়টিকে মাথায় রেখে ফিউচার জেনারেলি ইন্ডিয়া লাইফ ইনসিওরেন্স তাদের কাজের ইতিবাচক পরিবর্তন ঘটানোর জন্য টেকনোলজির প্রয়োগের মাত্রাকে বাড়িতে দিল। এ বিষয়ে কোম্পানির ম্যানেজিং ডিরেক্টর ও সিইও মুনিশ সারদা বলেন, গ্রাহকদের সুবিধার কথা ভাবার বিষয়টিকে গুরুত্ব দিয়ে এই ফিউচার জেনারেলি চালু করেছে ডিজিটাইজেশন, পদ্ধতি 'হোয়াটস অ্যাপ'-এর মাধ্যমে গ্রাহকদের কাছে পরিষেবা পৌঁছে দিচ্ছে এই কোম্পানি।

| | |
|-------------|--|
| Date | 18 th May 2019 |
| Publication | Daily News |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks |

डेली न्यूज़

बीमा योजना की बारीकियों का अध्ययन जरूरी: फ्यूचर जनरली

डेली न्यूज़, नई दिल्ली। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस ने कहा कि पॉलिसीधारकों को बीमा योजना के नियमों और शर्तों का गहराई से अध्ययन करना चाहिए। उन्हें बीमाकर्ता द्वारा ई-मेल, एसएमएस एवं कॉल द्वारा दी गई सूचना पर भी ध्यान देना चाहिए ताकी वे स्वयं को किसी भी

प्रकार कि धोखाधड़ी या जालसाजी के खिलाफ सुरक्षित कर सके। बीमा एक मुख्य जोखिम व्यवस्थापन साधन है।

बीमा योजना विभिन्न प्रकार कि होती हैं। उनका चयन उम्र आय आश्रितों दायित्वों जीवन चरण के लक्ष्यों और अन्य आर्थिक घटकों पर आधारित होना चाहिए। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस के सीएमओ राकेश वाघवा का कहना है की पॉलिसीधारको को योजना की मुख्य विशेषताएं और फायदों को अच्छी तरह से समझ लेना चाहिए एवं पॉलिसी के नियमों और शर्तों का अध्ययन करने में समझदारी है। इसी तरह जरूरत के समय किसी दावे संबंधी विवाद से बचने के लिए योजना के तहत यदि अपवर्जन है तो उसका अवलोकन करना भी महत्वपूर्ण है।



| | |
|-------------|--|
| Date | 18 th May 2019 |
| Publication | Rajasthan Patrika |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks |

राजस्थान पत्रिका

बीमा योजना का अध्ययन जरूरी

नई दिल्ली. फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस ने कहा है कि पॉलिसीधारकों को बीमा योजना के नियमों और शर्तों का गहराई से अध्ययन करना चाहिए। उन्हें बीमाकर्ता द्वारा ई-मेल एसएमएस एवं कॉल द्वारा दी गई सूचना पर भी ध्यान देना चाहिए। कंपनी सीएमओ राकेश वाघवा का कहना है की जटिल बीमारी पॉलिसी के मामले में यदि पहले से मौजूदा बीमारी के बारे में कोई प्रतीक्षा अवधि है तो उसके बारे में सतर्क रहने और जांच करने की जरूरत है। हम पॉलिसी की मुख्य विशेषताओं, अवधि, लाभ, बीमित रकम के बारे में पॉलिसीधारकों को विडियो सत्यापन कॉल भी करते हैं।

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Arthik Lipi |
| Headline | The insurance companies need to focus on customers |

লিপি

গ্রাহকদের
সুবিধা দেবে
জেনারেলি
ইন্ডিয়া লাইফ
ইনস্যুরেন্স



স্টাফ রিপোর্টার: গ্রাহকদের চাহিদা সন্তুস্ত বাড়ছে। তাঁদের আরও বেশি পরিষেবা দেওয়া শুরু করি। সেকথা মাথায় রেখেই বাজারে নতুন আঙ্গিকে পলিসি নিয়ে হাজির হল জেনারেলি ইন্ডিয়া লাইফ ইনস্যুরেন্স।

মাধুনিক প্রযুক্তিকে কাজে লাগিয়ে এই বিমা সংস্থা গ্রাহকদের আরও বেশি করে সুবিধা দিতে চাইছে। এক প্রসঙ্গের উত্তরে জেনারেলি ইন্ডিয়া লাইফ ইনস্যুরেন্সের ডব্লিউ থেকে জানানো হয়েছে, গ্রাহকদের পরিষেবার উপরে আমরা সবথেকে বেশি গুরুত্ব আরোপ করতে চাইছি, যা সমস্ত গ্রাহকদের সুবিধা দেবে। সেই কারণে আমাদের পলিসি বাজারে আরও বেশি আকর্ষণীয় হয়ে উঠবে।

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Dainik Jagran |
| Headline | The insurance companies need to focus on customers |



बीमा कंपनियों को ग्राहकों पर फोकस रखने की जरूरत

जागरण संवाददाता, कोलकाता : ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ फोकस डिजिटल ट्रांसफार्मेशन (बदलाव) का नया आधार बन रहा है। आज बीमा कंपनियों को ग्राहकों पर फोकस रखने की जरूरत है। यह बात फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस (एफजीआइएलआइ) के मैनेजिंग डायरेक्टर एवं सीईओ, मुनिश शारदा ने यहां कही है। उन्होंने कहा कि एफजीआइएलआइ ने नेट प्रोमोटर स्कोर (एनपीएस) सिस्टम का उपयोग शुरू किया है जो महत्वपूर्ण विंदुओं की पहचान करने और तकनीकी के उपयोग मार्फत उनका शीघ्रता से निराकरण करने के लिए ग्राहकों की आवाज का गहराई से विश्लेषण करता है। इसके अतिरिक्त कंपनी ने अपने एजेंटों को ऐसे साधनों से सुसज्ज करने की योजना बनायी है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Dainik Statesman |
| Headline | The insurance companies need to focus on customers |

দৈনিক স্টেটসম্যান.

বিমা ব্যবসায়
ডিজিটাল
সম্প্রতিভ
পরিষেবা জরুরি

নিজস্ব প্রতিনিধি— সাধারণের জন্য
বিমা সুবিধা প্রধানের ক্ষেত্রে ডিজিটাল
ব্যবস্থার পুরোপুরি ব্যবহার জরুরি।
ফিউচার জেনারেলি বিমা সংস্থার
পক্ষে মুনীশ শারদা জানান, গ্রাহকের
সুবিধার জন্য তাদের পরিষেবা দিতে
হবে দ্রুত, সহজ এবং অত্যন্ত
সম্প্রতিভভাবে।

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Navgujarat Samay |
| Headline | Future Generali creates awareness about policies |



ફ્યુચર જનરલનું વિમા જાણકારી અભિયાન

મુંબઈ: પોલિસીધારકોએ વીમા યોજનાના નિયમો અને શરતોનો સંપૂર્ણ અભ્યાસ કરવો જ જોઈએ. ફ્યુચર જનરલ ઇન્ડિયા લાઇફ ઇન્શ્યોરન્સે માર્ગદર્શન અંગે નવું અભિયાન શરૂ કર્યું છે અને જણાવ્યું હતું કે, કોઈ પણ ક્ષેત્ર અથવા ગેરરીતિ સામે પોતાને સુરક્ષિત રાખવા માટે ઇ-મેઇલ, એસએમએસ અને કોલ દ્વારા વહેંચવામાં આવતા વીમા સામે ધ્યાન આપવું જોઈએ. સમાન રીતે, એનએડીના સમયે કોઈ પણ ઘવાને ટાળવા માટે યોજના હેઠળ, જો કોઈ હોય, તો બાકાત સંદર્ભોનો ઉલ્લેખ કરવો પણ યોગ્ય છે.

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Free Press Gujarat |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks |

Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks

Ahmedabad: Policyholders must thoroughly study the terms and conditions of an insurance plan. They should also pay attention to any information shared by the insurer through e-mails, SMS and calls to guard themselves against any fraud or malpractice, Future Generali India Life Insurance said in a guidance note.

"It is prudent to go through the terms and conditions of the policy to ensure that the key features and benefits under the plan are well understood by the policy holder. Equally so, it is also pertinent to refer to exclusions, if any, under the plan to avoid any claims issues at the time of need," says Rakesh Wadhwa, CMO, Future Generali India Life Insurance Company Limited.

Insurance is a key risk management tool. Even as there



are many variants of insurance products, their selection must be based on age, income, dependents, liabilities, life stage goals and other economic factors.

According to the company, almost all policies have exclusions and therefore it is vital to find out what is covered and what is left out.

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Western Times |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks |

WESTERN TIMES

Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks

Ahmedabad,

Policyholders must thoroughly study the terms and conditions of an insurance plan. They should also pay attention to any information shared by the insurer through e-mails, SMS and calls to guard themselves against any fraud or malpractice, Future Generali India Life Insurance said in a guidance note.

"It is prudent to go through the terms and conditions of the policy to ensure that the key features and benefits under the plan are well understood by the policy holder. Equally so, it is also pertinent to refer to exclusions, if any, under the plan to avoid any claims issues at the time of need," says Rakesh Wadhwa, CMO, Future Generali India Life Insurance Company Limited.

Insurance is a key risk management tool. Even as there are many variants of insurance products, their selection must be based on age, income, dependents, liabilities, life stage goals and other economic factors.

According to the company, almost all policies have exclusions and there-



fore it is vital to find out what is covered and what is left out.

"In case of Critical illness policies, one needs to be careful and check if there are any waiting periods for pre-existing diseases to be covered. All material facts related to proposal should be disclosed at the time of buying a policy to ensure there is no rejection," Wadhwa said.

He also notes that attention should be paid to welcome calls, SMS or emails that inform about policy term, premium and applicable conditions as it is an effective way to deal with possible fraud policies raised by proxies.

"We conduct video veri-

fication call with policyholders explaining key features of the policy, tenure, benefits, sum assured and applicable exclusions," says Wadhwa.

On the product side, one should consider a policy based on the protection it offers or on riders like terminal illness benefit and total and permanent disability benefit that it allows.

For instance, if taking a health cover, one should focus on taking a plan that offers maximum health coverage and maximum amount for the treatment. In the case of pre-existing diseases, a claim will be accepted only after the insured serves a defined waiting period, sometimes up to two years.

"One should use the free-look period offered by insurance companies to study the policy. If it falls short of expectations, it can be returned within 15 days. The premium paid will be returned," says Wadhwa.

Finally, it is also important to look at claim settlement ratio of the insurance company. This data is given out by regulator Irdai periodically.

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Samachar Jagat |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks says Future Generali India Life Insurance Company Limited |



अवरोधों की रोकथाम के लिए बीमा योजना की बारीकियाँ का अध्ययन करें : फ्यूचर जनरली

नई दिल्ली। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस ने कहा है कि पॉलिसीधारकों को बीमा योजना के नियमों और शर्तों का गहराई से अध्ययन करना चाहिए। उन्हें बीमाकर्ता द्वारा ई-मेल एसएमएस एवं कॉल द्वारा दी गई सूचना पर भी ध्यान देना चाहिए ताकि वे स्वयं को किसी भी प्रकार कि धोकाधड़ी या जालसाजी के खिलाफ सुरक्षित कर सकें। बीमा एक मुख्य जोखिम व्यवस्थापन साधन है। बीमा योजना विभिन्न प्रकार कि होती हैं। उनका चयन उम्र आय आश्रितों दायित्वों जीवन चरण के लक्ष्यों और अन्य आर्थिक घटकों पर आधारित होना चाहिए। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लि. के सीएमओ राकेश वाघवा का कहना है कि पॉलिसीधारकों को योजना की मुख्य विशेषताएँ और फायदों को अच्छी तरह से समझ लेना चाहिए एवं पॉलिसी के नियमों और शर्तों का अध्ययन करने में समझदारी है। इसी तरह जरूरत के समय किसी दवा संबंधी विवाद से बचने के लिए योजना के तहत यदि अपवर्जन है तो उसका अवलोकन करना भी महत्वपूर्ण है। कंपनी के अनुसार लगभग सभी पॉलिसी में अपवर्जन होते हैं और इसलिए किसे कवर किया गया है और किसे छोड़ दिया गया है उसका पता लगाना महत्वपूर्ण है। वाघवा के अनुसार, जटिल बीमारी पॉलिसी के मामले में यदि पहले से मौजूद बीमारी के बारे में कोई प्रतीक्षा अवधि है तो उसके बारे में सतर्क रहने और जांच करने की जरूरत है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Rajasthan Khoj Khabar |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks says Future Generali India Life Insurance Company Limited |

दैनिक
राजस्थान खोज खबर

अवरोधों की रोकथाम के लिए बीमा योजना की बारीकियों का अध्ययन करें: जनरली

खोज खबर

जयपुर। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस ने कहा है कि पॉलिसीधारकों को बीमा योजना के नियमों और शर्तों का गहराई से अध्ययन करना चाहिए। उन्हें बीमाकर्ता द्वारा ई-मेल एसएमएस एवं कॉल द्वारा दी गई सूचना पर भी ध्यान देना चाहिए ताकी वे स्वयं को किसी भी प्रकार कि धोकाधडी या जालसाजी के खिलाफ सुरक्षित कर सके। बीमा एक मुख्य जोखिम व्यवस्थापन साधन है। बीमा योजना विभिन्न प्रकार कि होती हैं। उनका चयन उम्र आय आश्रितों दायित्वों जीवन चरण के लक्ष्यों और अन्य



आर्थिक घटकों पर आधारित होना चाहिए। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लि. के सीएमओ, राकेश वाघवा का कहना है की, पॉलिसीधारको को योजना की मुख्य विशेषताएं और फायदों को अच्छी तरह से समझ लेना चाहिए एवं पॉलिसी के नियमों और शर्तों का अध्ययन करने में समझदारी है।

इसी तरह जरूरत के समय किसी दावे संबंधी विवाद से बचने के लिए योजना के तहत यदि

अपवर्जन है तो उसका अवलोकन करना भी महत्वपूर्ण है। कंपनी के अनुसार, लगभग सभी पॉलिसी में अपवर्जन होते है और इसलिए किसे कवर किया गया है और किसे छोड़ दिया गया है उसका पता लगाना महत्वपूर्ण है। वाघवा के अनुसार, जटिल बीमारी पॉलिसी के मामले में यदि पहले से मौजूदा बीमारी के बारे में कोई प्रतीक्षा अवधि है तो उसके बारे में सतर्क रहने और जांच करने की जरूरत है। अस्वीकृति न हो उसे सुनिश्चित करने के लिए पालिसी की खरीदी के समय प्रस्ताव से संबंधित सभी महत्वपूर्ण वास्तविकताएं बतायी जानी चाहिए।

| | |
|-------------|--|
| Date | 17 th May 2019 |
| Publication | Khabaro ki Duniya |
| Headline | Read the fine print on your insurance plan to avoid setbacks says Future Generali India Life Insurance Company Limited |

खबरों की दुनिया

अवरोधों की रोकथाम के लिए बीमा योजनाओं को बारीकी से अध्ययन करें: फ्यूचर जनरली

नई दिल्ली। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस ने कहा है कि पॉलिसीधारकों को बीमा योजना के नियमों और शर्तों का गहराई से अध्ययन करना चाहिए। उन्हें बीमाकर्ता द्वारा ई-मेल एसएमएस एवं कॉल द्वारा दी गई सूचना पर भी ध्यान देना चाहिए ताकि वे स्वयं को किसी भी प्रकार कि धोखाधड़ी या जालसाजी के खिलाफ सुरक्षित कर सकें।



बीमा एक मुख्य जोखिम व्यवस्थापन साधन है। बीमा योजना विभिन्न प्रकार की होती हैं। उनका चयन उम्र आय आश्रितों दायित्वों जीवन चरण के लक्ष्यों और अन्य आर्थिक घटकों पर आधारित होना चाहिए।

फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लि. के सीएमओ, राकेश वाघवा का कहना है की, पॉलिसीधारकों को योजना की मुख्य विशेषताएं और फायदों को अच्छी तरह से

समझ लेना चाहिए एवं पॉलिसी के नियमों और शर्तों का अध्ययन करने में समझदारी है। इसी तरह जरूरत के समय किसी दावे संबंधी विवाद से बचने के लिए योजना के तहत यदि अपवर्जन है तो उसका अवलोकन करना भी महत्वपूर्ण है।

कंपनी के अनुसार, लगभग सभी पॉलिसी में अपवर्जन होते हैं और इसलिए किसे कवर किया गया है और किसे छोड़ दिया गया है उसका पता लगाना महत्वपूर्ण है।

वाघवा के अनुसार, जटिल बीमारी पॉलिसी के मामले में यदि पहले से मौजूदा बीमारी के बारे में कोई प्रतीक्षा अवधि है तो उसके बारे में सतर्क रहने और जांच करने की जरूरत है। अस्वीकृति न हो उसे सुनिश्चित करने के लिए पॉलिसी की खरीदी के समय प्रस्ताव से संबंधित सभी महत्वपूर्ण वास्तविकताएं बताई जानी चाहिए।

पॉलिसी की अवधि प्रीमियम एवं लागू शर्तों के बारे में सूचित करने वाले कॉल्स, एसएमएस या ईमेल पर खास ध्यान देना चाहिए क्योंकि यह जालसाजों की संभावित जाली पॉलिसियों से बचने का प्रभावी उपाय है।

वाघवा कहते हैं, हम पॉलिसी की मुख्य विशेषताओं, अवधि, लाभ, बीमित रकम और लागू अपवर्जनों के बारे में स्पष्टीकरण करने के लिए पॉलिसीधारकों को विडियो सत्यापन कॉल भी करते हैं। अपना बीमा कराते वक्त योजना के बारे में उसके द्वारा दी गई सुरक्षा या उसके द्वारा मान्य टर्मिनल बीमारी लाभ और संपूर्ण और स्थायी अपगंता लाभ के आधार पर विचार करना चाहिए। उदाहरण के तौर पर हेल्थ कवर लेने के लिए अधिकतम हेल्थ कवरेज और उपचार के लिए अधिकतम रकम ऑफर करने वाली योजना लेने पर ध्यान देना चाहिए। पहले से मौजूद बीमारियों के मामले में बीमा की निश्चित प्रतीक्षा अवधि कभी-कबार दो वर्ष तक के सिर्फ बाद ही दावे स्वीकार करती हैं। बीमा योजना का अध्ययन करने के लिए बीमाकर्ता को कंपनी द्वारा दी गई फ्री लुक अवधि का उपयोग करना चाहिए। यदि योजना में उसकी अपेक्षा के मुकाबले कोई कमतरता हो तो उसे 15 दिन के अंदर लौटाया जा सकता है। इस हालत में अदा किया गया प्रीमियम लौटा दिया जाता है।

| | |
|-------------|---|
| Date | 16 th May 2019 |
| Publication | Jai Hind |
| Headline | The digital arm of FGILI is witnessing a change |



ગ્રાહકોને સરળતાથી સેવા આપવા

ફ્યુચર જનરલી ઈન્ડિયા લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ ડિજિટલ ફેરફારના તબક્કામાં

વીમા કંપનીઓ માટે ગ્રાહકોને સરળ અને તુરંત સેવા પ્રદાન કરવા માટે ટેકનોલોજી મહત્વની છે. આ બાબતને યોગ્ય માનતા ફ્યુચર જનરલી ઈન્ડિયન લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ (એફજીઆઈએલઆઈ) વહીવટમાં પરિવર્તન તથા ડિજિટલ ફેરફારના તબક્કામાં છે.

ફ્યુચર જનરલી ઈન્ડિયન લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સના એમ.ડી. અને સીઈઓ મુનિશ શારદાનું માનવું છે કે, ગ્રાહક સેવા પર વધતું ફોકસ ડિજિટલ ટ્રાન્સફોર્મેશન (ફેરફાર)નો નવો આધાર બની રહ્યું છે. શારદાના માનવા મુજબ ગ્રાહકોને સરળતાથી સેવા આપવા માટે વ્યવસાયમાં ફેરફાર કરવો જરૂરી છે. આથી કંપનીએ 'ડિજિટલ ફર્સ્ટ'ની નીતિ અપનાવી છે. કંપનીએ એનપીએસ સીસ્ટમનો ઉપયોગ શરૂ કર્યો છે. તે ઉપરાંત કંપનીએ એજન્ટોને સાધનોથી સુસજ્જ કરવાની યોજના બનાવી છે.

એફજીઆઈએલઆઈ પોતાની વોટ્સ-અપ સર્વિસ અને ગ્રાહક સેવા વાર્તાલાપ મંચનો ઉપયોગ કરી રહી છે. વીમા ઉદ્યોગમાં પોતાના સમકક્ષોની માફક કંપનીએ રેખા (રોબોટિક્સ ઈનેબલ્ડ વર્ચુઅલ આસિસ્ટન્ટ) નામનું ચેટ અપનાવ્યું છે.

**ગ્રાહકોને સારી સેવા
આપવા વ્યવસાયમાં
ફેરફાર જરૂરી**

| | |
|-------------|--|
| Date | 16 th May 2019 |
| Publication | Arthik Dhara |
| Headline | How Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience |

आर्थिक धारा

फ्यूचर जनरली इण्डिया लाइफ इन्स्योरेन्स किस तरह ग्राहक के अनुभव में बदलाव ला रही है?

बीमा कम्पनियों के लिये ग्राहकों को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से सेवा प्रदान करने के लिये टेक्नालॉजी महत्वपूर्ण है, उसे मान्य करते हुये फ्यूचर जनरली इण्डिया लाइफ इन्स्योरेन्स भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है। फ्यूचर जनरली के एम.डी. एवं सीईओ श्री मुनिश शारदा का मानना है, ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ फोकस डिजिटल ट्रांसफार्मेशन (बदलाव) का नया आधार बन रहा है। आज बीमा कम्पनियों को सहज ग्राहक फोकस रखने की जरूरत है। बीमा कम्पनियों ने स्पर्धात्मक क्षमता बढ़ाने हेतु अपने ग्राहक सर्विस वैल्यू चेन के हर टचपाइन्ट पर मानव संलग्नता में कमी करने के उद्देश्य से अनेक तकनीकी साधनों को अपना 'डिजिटल फर्स्ट' व्यूहनीति अपनायी है। फ्यूचर जनरली ने एनपीएस सिस्टम का उपयोग शुरू किया है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 16 th May 2019 |
| Publication | Samagya |
| Headline | Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience |



फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस किस तरह ग्राहक के अनुभव में बदलाव ला रही है?

कोलकाता : बीमा कंपनियों के लिए ग्राहकों को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से सेवा प्रदान करने के लिए टेक्नोलोजी महत्वपूर्ण है, उसे मान्य करते हुए फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस (एफजीआईएलआई) भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस के मैनेजिंग डायरेक्टर एवं सीईओ, मुनिश शारदा का मानना है, 'ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ फोकस डिजिटल ट्रांसफार्मेशन (बदलाव) का नया आधार बन रहा है। आज बीमा कंपनियों को सहजज्ञ ग्राहक फोकस रखने की जरूरत है।' शारदा के अनुसार, ग्राहक के कार्य को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से पूरा करके उनके प्रति बिजनेस में बदलाव करना महत्वपूर्ण है। इस उद्देश्य के लिए बीमा कंपनियों ने स्पर्धात्मक क्षमता बढ़ाने हेतु अपने ग्राहक सर्विस वैल्यू चेन के हर टचपाइंट पर मानव संलग्नता में कमी करने के उद्देश्य से अनेक तकनीकी साधनों को अपनाकर 'डिजिटल फर्स्ट' व्यूहनीति अपनायी है। एफजीआईएलआई ने नेट प्रोमोटर स्कोर (एनपीएस) सिस्टम का उपयोग शुरू किया है जो महत्वपूर्ण बिन्दुओं की पहचान करने और तकनीकी के उपयोग मार्फत उनका शीघ्रता से निराकरण करने के लिए ग्राहकों की आवाज का गहराई से विश्लेषण करता है।

| | |
|-------------|------------------------------|
| Date | 15 th May 2019 |
| Publication | DNA |
| Headline | FGLI focuses on digitization |



FGLI focuses on digitization

Future Generali India Life Insurance (FGLI) is in the process of a massive operational, rationalization and digitization change. "Increased focus on customer service is fast becoming the new underpinning of digital transformation. Today, insurance companies need to have an intuitive customer focus," says Munish Sharda, Managing Director & CEO of Future Generali India Life Insurance.

| | |
|------|---------------------------|
| Date | 15 th May 2019 |
|------|---------------------------|

| | |
|-------------|---------------------------------------|
| Publication | The Statesman |
| Headline | FGILI adopts "Digital First" strategy |

The Statesman

Digital First: Future Generali India Life Insurance is undergoing an operational, rationalisation and digitisation change. It has adopted "Digital First" strategy with a series of technological tools that reduce human involvement at every touchpoint of its customer service value chain, says a company statement. SNS

| | |
|------|---------------------------|
| Date | 15 th May 2019 |
|------|---------------------------|

| | |
|-------------|---------------------------------------|
| Publication | The Echo of India |
| Headline | FGILI adopts "Digital First" strategy |

THE ECHO OF INDIA

FGILI adopts "Digital First" strategy

EOI CORRESPONDENT

KOLKATA, MAY 14/--/Recognizing that technology is the key for insurance companies to serve customers in faster, simpler and smarter way, Future Generali India Life Insurance (FGILI) is in the throes of a massive operational, rationalization and digitization change.

"Increased focus on customer service is fast becoming the new underpinning of digital transformation. Today, insurance companies need to have an intuitive customer focus," says Munish Sharda, Managing Director & CEO of Future Generali India Life Insurance.

According to Sharda, it is important to make the business responsive to the customers by doing their work faster, simpler and smarter way.

For this purpose, the insurance company has adopted "Digital First" strategy by adopting a series of technological tools that reduce human



involvement at every touchpoint of its customer service value chain in order to enhance competitive capability.

FGILI turned to Net Promoter Score (NPS) system which deeply analyzes the voice of customers to identify critical pain points and address them swiftly through the use of technology.

Further, the company has plans to equip its agents with the tools they need

to perform their new roles. In addition, it is enabling them with tablet apps/web apps. Customer data is also used for segmentation, enabling prospects to be steered to the channel that best suits their needs.

FGILI also using WhatsApp service, the most popular customer service conversation platform in the country, as part of its offerings.

Apart from receiving policy bonds on WhatsApp, the company is currently offering 13 services on this platform with 5 more planned in the pipeline. Customers can avail of all transactional requirements on this platform.

Much like its counterparts in the insurance industry, FGILI has also adopted an AI-powered chatbot. Called REVA (Robotics Enabled Virtual Assistant), the bot that has Machine Learning (ML) and Natural Language Understanding (NLU) capabilities designed to reduce manual intervention for day to day servicing transactions and maintain a smarter and faster customer experience.

| | |
|-------------|------------------------------|
| Date | 15 th May 2019 |
| Publication | Navgujarat Samay |
| Headline | FGLI focuses on digitization |



**ફ્યુચર જનરલ ઇન્ડિયાનો
ડિજિટલ ફર્સ્ટ પર ભાર**
અમદાવાદ: ફ્યુચર જનરલ ઇન્ડિયા લાઇફ ઇન્સ્યોરન્સ ગ્રાહકોની ઝડપી સર્વિસ આપવા માટે ડિજિટાઇઝેશન પર ભાર મૂક્યો છે. કંપનીના મેનેજિંગ ડિરેક્ટર અને સીઇઓ મુનિષ શાર્દાનું કહેવું હતું કે, આજે વીમા કંપનીઓને સાહજિક ગ્રાહકના ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવાની જરૂર છે. ગ્રાહકોને તેમના કાર્ય ઝડપી, સરળ અને સ્માર્ટ માર્ગ દ્વારા વ્યવસાયિક પ્રતિભાવ આપવાનું મહત્વપૂર્ણ છે. આ હેતુ માટે, વીમા કંપનીએ તકનીકી સાધનોની શ્રેણી અપનાવીને ડિજિટલ ફર્સ્ટ વ્યૂહરચના અપનાવી છે જે સ્પર્ધાત્મક ક્ષમતા વધારવાની સાથે મૂલ્ય ચેઇનના દરેક પોઇન્ટ પર માનવ સંડોવણી ઘટાડે છે.

| | |
|-------------|--|
| Date | 15 th May 2019 |
| Publication | Standard Herald |
| Headline | How Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience |

જાણો ફ્યુચર જનરલ ઈન્ડિયા લાઈફ ઇન્સ્યોરન્સ ગ્રાહક અનુભવને કેવી રીતે બદલી રહ્યું છે

માન્યતા આપવી કે વીમા કંપનીઓ માટે ઝડપી, સરળ અને સ્માર્ટ માર્ગે ગ્રાહકોને સેવા આપવા માટેની તકનીક એ ફ્યુચર જનરલ ઈન્ડિયા લાઈફ ઇન્સ્યોરન્સ (એફજીએલઆઈ) વિશાળ સંચાલન, બુદ્ધિકરણ અને ડિજિટાઈઝેશન પરિવર્તનના શ્રોત્રમાં છે.

ફ્યુચર જનરલ ઈન્ડિયા લાઈફ ઇન્સ્યોરન્સના મેનેજિંગ ડિરેક્ટર અને સીઈઓ મુનિષ શાર્દાનું કહેવું છે કે, આજે વીમા કંપનીઓને સાહજિક ગ્રાહકના ધ્યાન કેન્દ્રિત

કરવાની જરૂર છે. ગ્રાહક સેવા પર વધારે ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું એ ડિજિટલ પરિવર્તનની નવી પરાકાષ્ઠામાં ઝડપથી વૃદ્ધિ પામી રહ્યું છે.

શારદાના જણાવ્યા પ્રમાણે, ગ્રાહકોને તેમના કાર્ય ઝડપી, સરળ અને સ્માર્ટ માર્ગ દ્વારા વ્યવસાયિક પ્રતિભાવ આપવાનું મહત્વપૂર્ણ છે. આ હેતુ માટે, વીમા કંપનીએ તકનીકી સાધનોની શ્રેણી અપનાવીને "ડિજિટલ ફર્સ્ટ" વ્યૂહરચના અપનાવી છે જે સ્પર્ધાત્મક ક્ષમતા વધારવા માટે

ગ્રાહક સેવા મૂલ્ય ચેઈનના દરેક ટચપોઈન્ટ પર માનવ સંડોવણી ઘટાડે છે.

વધુમાં, કંપની તેના એજન્ટોને તેમની નવી ભૂમિકાઓ કરવા માટે જરૂરી સાધનો સાથે સજ્જ કરવાની યોજના ધરાવે છે. આ ઉપરાંત, તે ટેબ્લેટ એપ્લિકેશન્સ / વેબ એપ્લિકેશન્સ સાથે સક્ષમ છે. ગ્રાહક ડેટાનો ઉપયોગ સેગમેન્ટેશન માટે પણ થાય છે, ચેનલને સંભવિત રૂપે તેમની જરૂરિયાતોને અનુકૂળ થવાની શક્યતાને સક્ષમ કરે છે.

| | |
|-------------|--|
| Date | 14 th May 2019 |
| Publication | Free Press Gujarat |
| Headline | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience |

How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience

Ahmedabad: Recognizing that technology is the key for insurance companies to serve customers in faster, simpler and smarter way, Future Generali India Life Insurance (FGLI) is in the throes of a massive operational, rationalization and digitization change.

"Increased focus on customer service is fast becoming the new underpinning of digital transformation. Today, insurance companies need to have an intuitive customer focus," says Munish Sharda, Managing Director & CEO of

Future Generali India Life Insurance.

According to Sharda, it is important to make the business responsive to the customers by doing their work faster, simpler and smarter way.

For this purpose, the insurance company has adopted "Digital First" strategy by adopting a series of technological tools that reduce human involvement at every touchpoint of its customer service value chain in order to enhance competitive capability.

| | |
|-------------|--|
| Date | 14 th May 2019 |
| Publication | Western Times |
| Headline | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience |

WESTERN TIMES

How Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience

Gujarat, Recognizing that technology is the key for insurance companies to serve customers in a faster, simpler and smarter way, Future Generali India Life Insurance (FGLI) is in the throes of a massive operational, rationalization and digitization change.

"Increased focus on customer service is fast becoming the new underpinning of digital transformation. Today, insurance companies need to have an intuitive customer focus," says Munish Sharda, Managing Director & CEO of Future Generali India Life Insurance.

According to Sharda, it is important to make the business responsive to the customers by doing their work faster, simpler and smarter way.

For this purpose, the insurance company has adopted "Digital First" strategy by adopting a series of technological tools that reduce human involvement at every touchpoint of its customer service value chain in order to enhance competitive capability.

FGLI turned to Net Promoter Score (NPS) system which deeply analyzes the voice of customers to iden-

tify critical pain points and address them swiftly through the use of technology.

Further, the company has plans to equip its agents with the tools they need to perform their new roles. In addition, it is enabling them with tablet apps/web apps. Customer data is also used for segmentation, enabling prospects to be steered to the channel that best suits their needs.

FGLI also using WhatsApp service, the most popular customer service conversation platform in the country, as part of its offerings.

Apart from receiving policy bonds on WhatsApp, the company is currently offering 13 services on this platform with 5 more planned in the pipeline. Customers can avail of all transactional requirements on this platform.

| | |
|-------------|--|
| Date | 14 th May 2019 |
| Publication | Dainik Navjyoti |
| Headline | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience |



ग्राहक के अनुभव में बदलाव ला रही है फ्यूचर जनरली
एजेंसी/नवज्योति, नई दिल्ली

बीमा कंपनियों के लिए ग्राहकों को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से सेवा प्रदान करने के लिए टेक्नोलॉजी महत्वपूर्ण है, उसे मान्य करते हुए फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस (एफजीआईएलआई) भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस के मैनेजिंग डायरेक्टर एवं सीईओ मुनिश शारदा का मानना है ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ फोकस डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन (बदलाव) का नया आधार बन रहा है। आज बीमा कंपनियों को सहज ग्राहक फोकस रखने की जरूरत है। शारदा के अनुसार, ग्राहक के कार्य को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से पूरा करके उनके प्रति बिजनेस में बदलाव करना महत्वपूर्ण है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 14 th May 2019 |
| Publication | Rajasthan Patrika |
| Headline | FGILI is going through a change in the digital landscape |

राजस्थान पत्रिका

एफजीआइएलआइ डिजिटल बदलाव के दौर में

नई दिल्ली. फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस (एफजीआइएलआइ) भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है। कंपनी के सीईओ मुनिश शारदा का मानना है ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ फोकस डिजिटल ट्रांसफार्मेशन का नया आधार बन रहा है। एफजीआइएलआइ ने नेट प्रोमोटर स्कोर (एनपीएस) सिस्टम का उपयोग शुरू किया है। इसके अतिरिक्त कंपनी एजेंट्स को टेब्लेट एप्स/वेब एप्स देकर सक्षम बना रही है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 14 th May 2019 |
| Publication | Khabaro ki Duniya |
| Headline | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience |

खबरों की दुनिया

ग्राहक के अनुभव में बदलाव ला रही है, फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस

नई दिल्ली। बीमा कंपनियों के लिए ग्राहकों को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से सेवा प्रदान करने के लिए टेक्नोलॉजी महत्वपूर्ण है, उसे मान्य करते हुए फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस (एफजीआईएलआई) भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस के मैनेजिंग डायरेक्टर एवं सीईओ, मुनिश शारदा का मानना है ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ फोकस डिजिटल ट्रांसफार्मेशन (बदलाव) का नया आधार बन रहा है। आज बीमा कंपनियों को सहज ग्राहक फोकस रखने की जरूरत है।

शारदा के अनुसार, ग्राहक के कार्य को, शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से पूरा करके उनके प्रति बिजनेस में बदलाव करना महत्वपूर्ण है। इस उद्देश्य के लिए बीमा कंपनियों

ने स्पर्धात्मक क्षमता बढ़ाने हेतु अपने ग्राहक सर्विस वैल्यू चेन के हर टचपाइंट पर मानव संलग्नता में कमी करने के उद्देश्य से अनेक तकनीकी साधनों को अपनाकर डिजिटल फर्स्ट व्यूहनीति अपनायी है। एफजीआईएलआई ने नेट प्रोमोटर स्कोर (एनपीएस) सिस्टम का उपयोग शुरू किया है जो महत्वपूर्ण बिन्दुओं की पहचान करने और तकनीकी के उपयोग मार्फत उनका शीघ्रता से निराकरण करने के लिए ग्राहकों की आवाज का गहराई से विश्लेषण करता है।

इसके अतिरिक्त कंपनी ने अपने एजेंटों को ऐसे साधनों से सुसज्ज करने की योजना बनायी है, उन्हें जिसकी उनकी नई भूमिका अदा करने में जरूरत है। इसके अतिरिक्त कंपनी उन्हें टेबलेट एप्स/वेब एप्स देकर सक्षम बना रही है। ग्राहक

आंकड़े का विभक्तिकरण के लिए, प्रत्याशा को चैनल, जो उनकी जरूरतों के सर्वथा उपयुक्त है, की ओर ले जाने में समर्थ बनाने के लिए भी उपयोग किया जाता है।

एफजीआईएलआई अपनी ऑफरिंग के भाग रूप में वाट्सअप सर्विस देश के अति लोकप्रिय ग्राहक सेवा वार्तालाप मंच का भी उपयोग कर रही है। वाट्सअप पर पॉलिसी बाँड्स प्राप्त करने के अतिरिक्त कंपनी इस समय इस मंच पर 13 सेवाएं ऑफर कर रही है जबकि 5 अन्य पाइपलाइन में हैं। ग्राहक इस मंच पर सभी ट्रांजेक्शन जरूरत पूरी कर सकते हैं।

बीमा उद्योग के अपने समकक्षों की तरह ही कंपनी ने रेखा (रोबोटिक्स इनेबल्ड वच्युअल अस्सिस्टेंट) नामक एआई समर्थ चैट बोट भी अपनाया है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 14 th May 2019 |
| Publication | Rajasthan Khoj Khabar |
| Headline | Future Generali India Life Insurance is changing the customer experience |



ग्राहक के अनुभव में बदलाव ला रही है, फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस

खोज खबर, जयपुर। बीमा कंपनियों के लिए ग्राहकों को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से सेवा प्रदान करने के लिए टेक्नोलॉजी महत्वपूर्ण है, उसे मान्य करते हुए फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस (एफजीआईएलआई) भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस के मैनेजिंग डायरेक्टर एवं सीईओ, मुनिशा शारदा का मानना है ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ फोकस डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन (बदलाव) का नया आधार बन रहा है। आज बीमा कंपनियों को सहजज्ञ ग्राहक फोकस रखने की जरूरत है। शारदा के अनुसार, ग्राहक के कार्य को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से पूरा करके उनके प्रति बिजनेस में बदलाव करना महत्वपूर्ण है। इस उद्देश्य के लिए बीमा कंपनियों ने स्पर्धात्मक क्षमता बढ़ाने हेतु अपने ग्राहक सर्विस वैल्यू चेन के हर टचपाइंट पर मानव संलग्नता में कमी करने के उद्देश्य से अनेक तकनीकी साधनों को अपनाकर डिजिटल फर्स्ट व्यूहनीति अपनायी है।

| | |
|-------------|--|
| Date | 14 th May 2019 |
| Publication | Samachar Jagat |
| Headline | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience |



विश्वास आपका, साथ हमारा...
समाचार जगत

ग्राहक के अनुभव में बदलाव ला रही है फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस

नई दिल्ली। बीमा कंपनियों के लिए ग्राहकों को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से सेवा प्रदान करने के लिए टेक्नोलॉजी महत्वपूर्ण है, उसे मान्य करते हुए फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है।

फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस के मैनेजिंग डायरेक्टर एवं सीईओ मुनिश शारदा का मानना है कि ग्राहक सेवा पर बढ़ता हुआ प्रोसेस डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन (बदलाव) का नया आधार बन रहा

है। आज बीमा कंपनियों को सहज ग्राहक फोकस रखने की जरूरत है।

शारदा के अनुसार ग्राहक के कार्य को शीघ्रता, सरलता और स्मार्ट तरीके से पूरा करके उनके प्रति बिजनेस में बदलाव करना महत्वपूर्ण है। इस उद्देश्य के लिए बीमा कंपनियों ने स्पर्धात्मक क्षमता बढ़ाने हेतु अपने ग्राहक सर्विस वैल्यू चेन के हर टचपॉइंट पर मानव संलग्नता में कमी करने के उद्देश्य से अनेक तकनीकी साधनों को अपनाकर डिजिटल फर्स्ट व्यूहनीति अपनाई है। वाट्सअप पर पॉलिसी बांड्स प्राप्त करने के अतिरिक्त

कंपनी इस समय इस मंच पर 13 सेवाएं ऑफर कर रही है जबकि 5 अन्य पाइपलाइन में हैं। ग्राहक इस मंच पर सभी ट्रांजेक्शन जरूरत पूरी कर सकते हैं। बीमा उद्योग के अपने समकक्षों की तरह ही कंपनी ने रेखा (रोबोटिक्स इनेबल्ड वर्चुअल अस्सिस्टेंट) नामक एआई समर्थ चैट बोट भी अपनाया है। दिन-प्रतिदिन के सर्विसिंग ट्रांजेक्शन में मानवी हस्तक्षेप में कमी लाने एवं ग्राहक अनुभव में इजाफा करने के लिए बोट में मशीन लर्निंग (एमएल) और नेचरल लैंग्वेज अंडरस्टैंडिंग (एनएलयु) क्षमताएं हैं।

| | |
|-------------|--|
| Date | 14th May 2019 |
| Publication | Daily News |
| Headline | How Future Generali India Life Insurance is changing customer experience |

डेली न्यूज़

फ्यूचर जनरली ला रही है ग्राहक अनुभव में बदलाव

डेली न्यूज़, नई दिल्ली। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस (एफजीआईएलआई) भारी परिचालन, सुव्यवस्थीकरण और डिजिटल बदलाव के दौर में है। कंपनी के मैनेजिंग डायरेक्टर एवं सीईओ मुनिश शारदा ने बताया कि कंपनी ने नेट प्रोमोटर स्कोर (एनपीएस) सिस्टम का उपयोग शुरू किया है, जो महत्वपूर्ण बिन्दुओं की पहचान करने और तकनीकी के उपयोग मार्फत उनका शीघ्रता से निराकरण करने के लिए ग्राहकों की आवाज का गहराई से विश्लेषण करता है। इसके अतिरिक्त कंपनी ने अपने एजेंटों को ऐसे साधनों से सुसज्ज करने की योजना बनाई है, उन्हें जिसकी उनकी नई भूमिका अदा करने में जरूरत है। इसके अतिरिक्त कंपनी उन्हें टेब्लेट एप/वेब एप देकर सक्षम बना रही है। ग्राहक आंकड़े का विभक्तिकरण के लिए, प्रत्याशा को चैनल, जो उनकी जरूरतों के सर्वथा उपयुक्त है, की ओर ले जाने में समर्थ बनाने के लिए भी उपयोग किया जाता है। वाट्सअप पर पॉलिसी बांड्स प्राप्त करने के अतिरिक्त कंपनी इस समय इस मंच पर 13 सेवाएं ऑफर कर रही है, जबकि 5 अन्य पाइपलाइन में हैं। ग्राहक इस मंच पर सभी ट्रांजेक्शन जरूरत पूरी कर सकते हैं।

| | |
|-------------|---------------------------|
| Date | 13 th May 2019 |
| Publication | The Hindu Business Line |
| Headline | Premium Tracker |

THE HINDU
BusinessLine

| Premium Tracker | | | | | |
|--|------------------------------------|----------------------|-------------------------|------------------------------|----------------------------|
| Company | Plan Name | Max Coverage (years) | Max Policy term (years) | Annual Premium (ind.GST) (₹) | Claim Settlement ratio (%) |
| For a 30-yr old male, non-smoker, for sum assured of ₹ 1 crore upto 70 years | | | | | |
| Aditya Birla Capital | Ultima Term | 85 | 50 | 10270 | 96.38 |
| Aegon Life | iTerm | 100 | 82 | 8331 | 95.67 |
| Aviva Life Insurance | iTerm Smart | 80 | 62 | 9007 | 94.45 |
| Bajaj Allianz | eTouch | 75 | 40 | 14067 | 92.04 |
| Bharti AXA | Flexi Term Plan | 85 | 67 | 9440 | 96.85 |
| Canara HSBC OBC Life Insurance | iSelect | 80 | 40 | 9491 | 95.22 |
| DHFL Pramerica Life Insurance | Flexi e-Term | 75 | 57 | 9403 | 96.62 |
| Edelweiss Tokio Life Insurance | Zindagi+ | 80 | 62 | 9206 | 95.24 |
| Future Generali | Flexi Online Term | 75 | 57 | 9427 | 93.11 |
| HDFC Life | Click2Protect 3D Plus- Life Option | 100 | 74 | 12478 | 97.80 |
| ICICI Prudential | iProtect Smart | 100 | 81 | 12502 | 97.88 |
| IDBI Federal Life Insurance | iSurance Flexi Term | 80 | 62 | 12402 | 91.99 |
| India First Life | e-Term Plan | 80 | 40 | 8260 | 89.83 |
| Kotak Life Insurance | Kotak e-Term Plan | 75 | 57 | 9558 | 93.72 |
| LIC | eTerm | 75 | 35 | 18672 | 98.04 |
| Max Life | Online Term Plan Plus | 85 | 50 | 10148 | 98.26 |
| PNB Met Life | Mera Term Plan | 99 | 81 | 10146 | 91.12 |
| Reliance Nippon Life | Digi Term Plan | 80 | 40 | 11012 | 95.17 |
| SBI Life | eShield New | 80 | 62 | 15070 | 96.76 |
| TATA AIA Life | Sampoorna Raksha | 100 | 82 | 9912 | 98.00 |
| For a 30-yr female, non-smoker, for sum assured of ₹ 1 crore coverage upto 70 years | | | | | |
| Aditya Birla Capital | Ultima Term | 85 | 50 | 8733 | 96.38 |
| Aegon Life | iTerm | 100 | 82 | 6861 | 95.67 |
| Aviva Life Insurance | iTerm Smart | 80 | 62 | 7,741 | 94.45 |
| Bajaj Allianz | eTouch | 75 | 40 | 10896 | 92.04 |
| Bharti AXA | Flexi Term Plan | 85 | 67 | 8260 | 96.85 |
| Canara HSBC OBC Life Insurance | iSelect | 80 | 40 | 8022 | 95.22 |
| DHFL Pramerica Life Insurance | Flexi e-Term | 75 | 57 | 8025 | 96.62 |
| Edelweiss Tokio Life Insurance | Zindagi+ | 80 | 62 | 7522 | 95.24 |
| Future Generali | Flexi Online Term | 75 | 57 | 8184 | 93.11 |
| HDFC Life | Click2Protect 3D Plus- Life Option | 100 | 74 | 11004 | 97.80 |
| ICICI Prudential | iProtect Smart | 100 | 81 | 11028 | 97.88 |
| IDBI Federal Life Insurance | iSurance Flexi Term | 80 | 62 | 10136 | 91.99 |
| India First Life | e-Term Plan | 80 | 40 | 7080 | 89.83 |
| Kotak Life Insurance | Kotak e-Term Plan | 75 | 57 | 8260 | 93.72 |
| LIC | eTerm | 75 | 35 | 18672 | 98.04 |
| Max Life | Online Term Plan Plus | 85 | 50 | 7670 | 98.26 |
| PNB Met Life | Mera Term Plan | 99 | 81 | 8675 | 91.12 |
| Reliance Nippon Life | Digi Term Plan | 80 | 40 | 8719 | 95.17 |
| SBI Life | eShield New | 80 | 62 | 12898 | 96.76 |
| TATA AIA Life | Sampoorna Raksha | 100 | 82 | 9086 | 98.00 |

Source: www.policybazaar.com and individual companies
Claim Settlement Ratio: as per IRDAI Report 2017-18
LIC coverage is upto 65-yr for age group of 30-yr

| | |
|-------------|---------------------------|
| Date | 06 th May 2019 |
| Publication | The Hindu Business Line |
| Headline | Premium Tracker |

THE HINDU BusinessLine

| Premium Tracker | | | | | |
|--|------------------------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| Company | Plan Name | Max Coverage (years) | Max Policy term (years) | Annual Premium (₹) (incl.GST) | Claim Settlement rate (%) |
| For a 30-yr old male, non-smoker, for sum assured of ₹ 1 crore upto 70 years | | | | | |
| Aditya Birla Capital | Ultima Term | 85 | 50 | 10270 | 96.38 |
| Aegon Life | iTerm | 100 | 82 | 8331 | 95.67 |
| Aviva Life Insurance | iTerm Smart | 80 | 62 | 9007 | 94.45 |
| Bajaj Allianz | eTouch | 75 | 40 | 14067 | 92.04 |
| Bharti AXA | Flexi Term Plan | 85 | 67 | 9440 | 96.85 |
| Canara HSBC OBC Life Insurance | iSelect | 80 | 40 | 9491 | 95.22 |
| DHFL Pramerica Life Insurance | Flexi e-Term | 75 | 57 | 9403 | 96.62 |
| Edelweiss Tokio Life Insurance | Zindagi+ | 80 | 62 | 9206 | 95.24 |
| Future Generali | Flexi Online Term | 75 | 57 | 9427 | 93.11 |
| HDFC Life | Click2Protect 3D Plus- Life Option | 100 | 74 | 12478 | 97.80 |
| ICICI Prudential | iProtect Smart | 100 | 81 | 12502 | 97.88 |
| IDBI Federal Life Insurance | iSurance Flexi Term | 80 | 62 | 12402 | 91.99 |
| India First Life | e-Term Plan | 80 | 40 | 8260 | 89.83 |
| Kotak Life Insurance | Kotak e-Term Plan | 75 | 57 | 9558 | 93.72 |
| LIC | eTerm | 75 | 35 | 18672 | 98.04 |
| Max Life | Online Term Plan Plus | 85 | 50 | 10148 | 98.26 |
| PNB Met Life | Mera Term Plan | 99 | 81 | 10146 | 91.12 |
| Reliance Nippon Life | Digi Term Plan | 80 | 40 | 11012 | 95.17 |
| SBI Life | eShield New | 80 | 62 | 15070 | 96.76 |
| TATA AIA Life | Sampoorna Raksha | 100 | 82 | 9912 | 98.00 |
| For a 30-yr female, non-smoker, for sum assured of ₹ 1 crore coverage upto 70 years | | | | | |
| Aditya Birla Capital | Ultima Term | 85 | 50 | 8733 | 96.38 |
| Aegon Life | iTerm | 100 | 82 | 6861 | 95.67 |
| Aviva Life Insurance | iTerm Smart | 80 | 62 | 7,741 | 94.45 |
| Bajaj Allianz | eTouch | 75 | 40 | 10896 | 92.04 |
| Bharti AXA | Flexi Term Plan | 85 | 67 | 8260 | 96.85 |
| Canara HSBC OBC Life Insurance | iSelect | 80 | 40 | 8022 | 95.22 |
| DHFL Pramerica Life Insurance | Flexi e-Term | 75 | 57 | 8025 | 96.62 |
| Edelweiss Tokio Life Insurance | Zindagi+ | 80 | 62 | 7522 | 95.24 |
| Future Generali | Flexi Online Term | 75 | 57 | 8184 | 93.11 |
| HDFC Life | Click2Protect 3D Plus- Life Option | 100 | 74 | 11004 | 97.80 |
| ICICI Prudential | iProtect Smart | 100 | 81 | 11028 | 97.88 |
| IDBI Federal Life Insurance | iSurance Flexi Term | 80 | 62 | 10136 | 91.99 |
| India First Life | e-Term Plan | 80 | 40 | 7080 | 89.83 |
| Kotak Life Insurance | Kotak e-Term Plan | 75 | 57 | 8260 | 93.72 |
| LIC | eTerm | 75 | 35 | 18672 | 98.04 |
| Max Life | Online Term Plan Plus | 85 | 50 | 7670 | 98.26 |
| PNB Met Life | Mera Term Plan | 99 | 81 | 8675 | 91.12 |
| Reliance Nippon Life | Digi Term Plan | 80 | 40 | 8719 | 95.17 |
| SBI Life | eShield New | 80 | 62 | 12898 | 96.76 |
| TATA AIA Life | Sampoorna Raksha | 100 | 82 | 9086 | 98.00 |

Source: www.policybazaar.com and individual companies
Claim Settlement Rate- as per IRDAI Report 2017-18
LIC coverage is upto 65-yr for age group of 30 yr

ONLINE COVERAGE

| | |
|-------------|---|
| Date | 23 rd May 2019 |
| Publication | Money Control |
| Headline | Why technology is a strategic priority for insurance companies today |
| Link | https://www.moneycontrol.com/news/technology/why-technology-is-a-strategic-priority-for-insurance-companies-today-4012191.html |



Why technology is a strategic priority for insurance companies today

Rakesh Wadhwa, CMO, EVP - Strategy & Retail Assurance at Future Generali India Life Insurance takes us through the company's vision in tech adoption to achieve business goals.

“Technology used to be a competitive advantage at one point in time but now it is a strategic priority and new imperative for businesses across,” says Rakesh Wadhwa, CMO, EVP - Strategy & Retail Assurance, Future Generali India Life Insurance.

He believes that the new developments in the areas of AI, ML and neurosciences will change the insurance landscape as new use cases emerge.

Future Generali India Life Insurance, which is a joint venture of three leading groups—Future Group, Generali Group and Industrial Investment Trust Limited—today has its operations spread across 104 branches.

Technology has been a strategic area of investment for the insurer right from the beginning and this has helped the company in being adaptive to the dynamic changes in the market, says Wadhwa.



| | |
|-------------|---|
| Date | 23 rd May 2019 |
| Publication | Stock Market |
| Headline | Why technology is a strategic priority for insurance companies today |
| Link | https://stocksmarket.in/316503/2019/05/23/why-technology-is-a-strategic-priority-for-insurance-companies-today/ |

STOCKS MARKET.IN

Why technology is a strategic priority for insurance companies today

"Technology used to be a competitive advantage at one point in time but now it is a strategic priority and new imperative for businesses across," says Rakesh Wadhwa, CMO, EVP — Strategy & Retail Assurance, Future Generali India Life Insurance.

He believes that the new developments in the areas of AI, ML and neurosciences will change the insurance landscape as new use cases emerge.

Future Generali India Life Insurance, which is a joint venture of three leading groups—Future Group, Generali Group and Industrial Investment Trust Limited—today has its operations spread across 104 branches.

Technology has been a strategic area of investment for the insurer right from the beginning and this has helped the company in being adaptive to the dynamic changes in the market, says Wadhwa.

He emphasizes that technology can only be an enabler and it cannot be an end in itself. "Understanding what the consumers really wants and identifying the business priorities is really the key before using tools and technologies," he adds.

| | |
|-------------|---|
| Date | 08 th May 2019 |
| Publication | Money Control |
| Headline | Digital transformation for Customer Connect |
| Link | https://www.moneycontrol.com/news/technology/digital-transformation-for-customer-connect-3949291.html |



Digital transformation for Customer Connect

Future Generali's digital transformation journey saw it turning adversity into opportunity, keeping customer experience at the core.

Dealing with multiple legacy systems is a key challenge any organisation will face while embarking on digital transformation. Digital transformation requires building a credible API ecosystem which in turn warrants modernization of the existing core system and business applications – all of this prove to be daunting for any CTO.



Byju Joseph, Chief Technology Officer, Future Generali India Life Insurance, says, “No doubt we had to surmount this challenge and since our systems were operating in silos, we had issues of distributed data structures, inferior customer services experience and operational inefficiencies plaguing our business. However, instead of focusing on the problems, we saw this a great opportunity to turn adversity into opportunity by re-imagining our systems architecture using customer experience as our transformation driver.”

Joseph shares his first-hand experience of transforming the company's processes, technologies and customer experience:

“Soon as we changed our perspective to focus on consumer experience using NPS (Net Promoter Score) and voice of customers, we laid a road map of initiatives that would not only kill pain points but also ensure that we generate more and more promoters for our business.

| | |
|-------------|---|
| Date | 05 th May 2019 |
| Publication | Bull Fax |
| Headline | Am I doing enough for my financial future? |
| Link | https://www.bullfax.com/?q=node-am-i-doing-enough-my-financial-future |



AM I DOING ENOUGH FOR MY FINANCIAL FUTURE?

Future Generali India Life ties up with BigDecisions.com to educate consumers

MUMBAI: Future Generali India Life Insurance has partnered with BigDecisions, an online personal finance platform that aims to help consumers make better financial decisions through data and interactive tools. This platform will offer consumers a wide range of engaging content and personally actionable intelligence on the subject of life insurance and financial planning, a press release said. Using articles, videos and calculators powered by algorithms and data, this initiative will help empower Indian consumers.

| | |
|-------------|---|
| Date | 03 rd May 2019 |
| Publication | Money Control |
| Headline | In today's digital era, leveraging data is key for marketers: Rakesh Wadhwa |
| Link | https://www.moneycontrol.com/news/technology/in-todays-digital-era-leveraging-data-is-key-for-marketers-rakesh-wadhwa-3924821.html |



In today's digital era, leveraging data is key for marketers: Rakesh Wadhwa

Rakesh Wadhwa, CMO, EVP - Strategy & Retail Assurance at Future Generali India Life Insurance, talks about how data analytics helps the company to strengthen risk management, improve customer retention and do much more.

With rapid changes across the entire business of insurance, marketers need to utilize data better than ever before. Rakesh Wadhwa, CMO, EVP - Strategy & Retail Assurance at Future Generali India Life Insurance, shares his thoughts on the best way to do it.



Q: "Redefining marketing in the digital era". What is your take on this buzz phrase?

A: The Marketing practice is undergoing a rapid change owing to transformational changes that digital and data technologies are bringing about across businesses. As Marketers, we need to recognize and embrace this paradigm. Customers today follow a non-linear journey often discovering, researching and seeking reviews online before making a purchase decision. Therefore, a brand always needs to be visible, available and accessible to their customers. This needs to be across all platforms that customers may choose to engage with them on. If we miss the moments of truth with our customers, we are not going to be rewarded by them. This requires marketing professionals to work with the broader organization especially the technology teams in order to simplify customer journey and constantly re-define customer experience. Therefore, I recommend CMOs to upskill themselves and further to hire the required skillset in their department.