

# Monthly Coverage Dossier

August 2020

Future Generali India Life Insurance  
Company Limited

No	Overview of Activities	Key Publications
1	<p><b>Interview:</b> India's long-term story not derailed but delayed by a few quarters, say Jyoti Vaswani of Future Generali Insurance_ <i>Jyoti Vaswani</i></p> <p>Partnership with InsurTechs, google and Microsoft to help Future Generali India Life Insurance grow_ <i>Byju Joseph</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moneycontrol</li> <li>• ET BFSI 'Tech Tales' lead story</li> </ul>
2	<p><b>Authored article by Ruchira Bhardwaj</b> How Future Generali India Life Insurance kick-started its transformation process</p> <p>- Changing paradigms in performance mgmt &amp; productivity measurements</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ET HR World</li> <li>• People Matters</li> </ul>
3	<p><b>Authored article by Rakesh Wadhwa</b> Driving adoption of digital platforms during lockdown</p> <p>"Brace for Impact" – pandemic set to define new markets trends</p> <p>Marketing mantra in COVID times</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dainik Navyoti</li> <li>• Daily News</li> <li>• Dainik Navyoti</li> <li>• Dabang Dunia</li> <li>• Vishwa Mitra</li> <li>• Andhra Prabha</li> </ul>
4	<p><b>Industry story</b> Quote on RBI monetary policy_ <i>Jyoti Vaswani</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financial Express</li> <li>• Business Today</li> </ul>

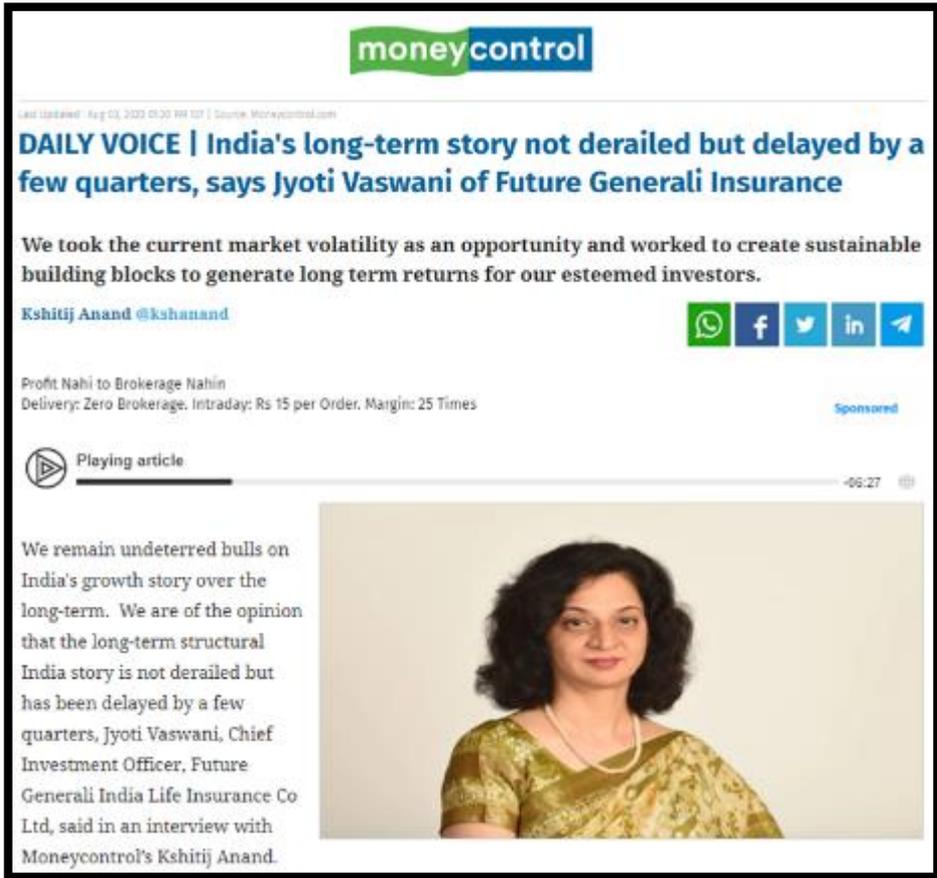
## INDEX

No	Publication	Headline	Date	Coverage appeared
<b>Interview</b>				
<b>Jyoti Vaswani</b>				
1	Moneycontrol	India's long-term story not derailed but delayed by a few quarters, say Jyoti Vaswani of Future Generali Insurance	3rd Aug 2020	Online
2	ET BFSI 'Tech Tales'	Partnership with InsurTechs, google and Microsoft to help Future Generali India Life Insurance grow	20th Aug 2020	Online
<b>Authored Article</b>				
3	ET HR World	How Future Generali India Life Insurance kick-started its transformation process_ <b>Ruchira Bhardwaja</b>	7th Aug 2020	Online
4	People Matters	Changing paradigms in performance mgmt & productivity measurements_ <b>Ruchira Bhardwaja</b>	19th Aug 2020	Online
5	Dainik Navjyoti	Driving adoption of digital platforms during lockdown_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	3rd Aug 2020	Print
6	Daily News	Driving adoption of digital platforms during lockdown_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	3rd Aug 2020	Print
7	Buzinessbytes.com	Driving adoption of digital platforms during lockdown_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	3rd Aug 2020	Online
8	Dinathodar	Driving adoption of digital platforms during lockdown_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	12th Aug 2020	Print
9	Dinakural	Driving adoption of digital platforms during lockdown_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	27th Aug 2020	Print
10	Dainik Bhaskar	"Brace for Impact" – pandemic set to define new markets trends_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	9th Aug 2020	Print
11	BusinessBytes (Eng)	"Brace for Impact" – pandemic set to define new markets trends_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	9th Aug 2020	Online
12	BusinessBytes (Hindi)	"Brace for Impact" – pandemic set to define new markets trends_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	9th Aug 2020	Online
13	Dabang Dunia	Pandemic welcomes new trends in the market_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	11th Aug 2020	Print

14	Vishwa Mitra	Marketing mantra in COVID times_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	15th Aug 2020	Print
15	Andhra Prabha	Marketing mantra in COVID times_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	29th Aug 2020	Print
16	Surya	Marketing mantra in COVID times_ <b>Rakesh Wadhwa</b>	30th Aug 2020	Print
17	Southern Mail	Real estate usage can be optimised post pandemic_ <b>S. Mahesh</b>	12th Aug 2020	Print
18	Dinakural	Real estate usage can be optimised post pandemic_ <b>S. Mahesh</b>	13th Aug 2020	Print
19	Hukumnama	Real estate usage can be optimised post pandemic_ <b>S. Mahesh</b>	13th Aug 2020	Print
20	Dainik Navjyoti	Real estate usage can be optimised post pandemic_ <b>S. Mahesh</b>	18th Aug 2020	Print
<b>Industry story</b>				
21	Financial Express	RBI monetary policy highlights: Repo rate cute on hold; Shashikanta Das unveils liquidity, stimulus measures	6th Aug 2020	Online
22	Business Today	RBI announces additional special liquidity facility of Rs 10,000 crore to boost housing sector, NBFCs, MFIs	6th Aug 2020	Online
23	Share Manthan	RBI policy: Welcome moves for liquidity strapped sectors	6th Aug 2020	Online
24	Media Catalyst	RBI monetary policy: MPC keeps repo rate unchanged	6th Aug 2020	Online

## **Interview**

Date	3 August 2020
Publication	Moneycontrol
Headline	India's long-term story not derailed but delayed by a few quarters, say Jyoti Vaswani of Future Generali Insurance
Link	<a href="https://www.moneycontrol.com/news/business/markets/daily-voice-indias-long-term-story-not-derailed-but-delayed-by-a-few-quarters-says-jyoti-vaswani-of-future-general-5632621.html">https://www.moneycontrol.com/news/business/markets/daily-voice-indias-long-term-story-not-derailed-but-delayed-by-a-few-quarters-says-jyoti-vaswani-of-future-general-5632621.html</a>



**moneycontrol**

Last Updated: Aug 03, 2020 09:20 AM IST | Source: Moneycontrol.com

### DAILY VOICE | India's long-term story not derailed but delayed by a few quarters, says Jyoti Vaswani of Future Generali Insurance

We took the current market volatility as an opportunity and worked to create sustainable building blocks to generate long term returns for our esteemed investors.

Kshitij Anand @kshanand

Profit Nahi to Brokerage Nahin  
Delivery: Zero Brokerage. Intraday: Rs 15 per Order. Margin: 25 Times

Playing article

We remain undeterred bulls on India's growth story over the long-term. We are of the opinion that the long-term structural India story is not derailed but has been delayed by a few quarters, Jyoti Vaswani, Chief Investment Officer, Future Generali India Life Insurance Co Ltd, said in an interview with Moneycontrol's Kshitij Anand.



Date	20 August 2020
Publication	ET BFSI 'Tech Tales'
Headline	Partnership with InsurTechs, google and Microsoft to help Future Generali India Life Insurance grow
Link	<a href="https://bfsi.economictimes.indiatimes.com/news/insurance/partnerships-with-insurtechs-google-and-microsoft-to-help-future-general-India-life-insurance-grow/77647558">https://bfsi.economictimes.indiatimes.com/news/insurance/partnerships-with-insurtechs-google-and-microsoft-to-help-future-general-India-life-insurance-grow/77647558</a>



From The Economic Times

## Partnership with InsurTechs, Google and Microsoft to help Future Generali India Life Insurance grow

*Digitisation is not the purview of innovation or technology team only. The whole function has to be taken into cognizance with constant feedback and then digitisation or digital transformation will be successful. Byju Joseph, CTO at Future Generali India Life Insurance, believes the needs of the end-user of that innovation have to be understood without their involvement no innovation can be successful.*

Ishan Shah • ETBFSI • August 20, 2020, 10:06 IST












---

In a free-wheeling conversation on BFSI Tech Tales, **Byju Joseph, Chief Technology Officer at Future Generali India Life Insurance (FGILI)** shares the technology and innovation strategy adopted at FGILI, what kind of implementations they've been exploring and focusing upon, how do they tie-up with InsurTechs and their cloud adoption journey. Edited Excerpts:

### Overall Tech Strategy & Digital layers



*Byju Joseph, Chief Technology Officer, Future Generali India Life Insurance*

At FGILI, the technology strategy is based on three pillars: innovation, digital & transformation. The insurer prioritises innovation in order to become a lifetime partner of customers (lifetime partner – a concept by the insurers parent arm Generali to support customers with integrated

## **Authored Article**

Date	7 August 2020
Publication	ET HR World
Headline	How Future Generali India Life Insurance kick-started its transformation process
Link	<a href="https://hr.economictimes.indiatimes.com/news/workplace-4-0/how-future-general-India-life-insurance-kick-started-its-transformation-process/77405122">https://hr.economictimes.indiatimes.com/news/workplace-4-0/how-future-general-India-life-insurance-kick-started-its-transformation-process/77405122</a>



From The Economic Times

## How Future Generali India Life Insurance kick-started its transformation process

*To address the required transformation at work, Future Generali India Life Insurance Company Limited (FGILI) adopted two broad segments to address with the changing paradigm. The core to both the segments is around its people.*

ETHRWorld Contributor • August 07, 2020, 08:21 IST



*Ruchira Bhardwaja, Chief Human Resources Officer, Future Generali India Life Insurance*

By Ruchira Bhardwaja

As India tries to get back on its feet, one thing is for sure; it will not be business as usual. The global pandemic has jolted everyone to adopt a new work paradigm, thereby grabbing a slice of time from the future and imposing it on the present times.

### How did FGILI kick-start the process of transformation?

To address the required transformation at work, Future Generali India Life Insurance Company Limited (FGILI) adopted two broad segments to address with the changing paradigm. The core to both the segments is around its people.

- (a) Immediate Focus: Having a structured approach towards supporting employees as they shift into the new work routine.
- (b) Resetting Future Way of Working: Designing people processes keeping in view the emerging business and customer requirements.

The instant focus of the company though remains to get the following three deliverables right and with an alacrity to be fully operational and have business continuity:

Date	19 August 2020
Publication	People Matters
Headline	Changing paradigms in performance mgmt & productivity measurements
Link	<a href="https://www.peoplesmatters.in/article/performance-management/changing-paradigms-in-performance-mgmt-productivity-measurements-26701">https://www.peoplesmatters.in/article/performance-management/changing-paradigms-in-performance-mgmt-productivity-measurements-26701</a>



  
AUTHOR  
**Ruchira Bhardwaja**

WEDNESDAY  
**19**  
AUG 2020

**326**  
READS

Performance Management

## Changing paradigms in performance mgmt & productivity measurements

While the performance gets reviewed by the manager at defined intervals, organizations also need to create innovative approach to manage and monitor employees' productivity which will play a pivotal role in the wellbeing of the organization.



The COVID-19 pandemic has emerged as a change management lever for the corporate world over, thereby forcing most organizations to develop newer ways of doing business. Most of the organizations across industries must establish newer organizational structures to stay relevant and competitive. The way companies grow and progress must be aligned to the changing work paradigm and evolving consumer behaviour. The latter is being influenced by three major factors:

Published Date:	3 August 2020	Publication:	Daily News (Jaipur)
Journalist:	Bureau	Page No:	06

लॉकडाउन से बदलाव

## डिजिटल लेन-देन को मजबूती

**भा**रत में डिजिटल क्रियतार की तीव्र रफ्तार के बावजूद देश में वित्तीय सेवाओं के उपभोक्ताओं ने अपने लेनदेन के लेनदेन के लिए अब भी डिजिटल प्लेटफॉर्मों को पूरी तरह से नहीं अपनाया है। यह गैर-पेटी बाजारों और शारीक इलाकों के लिए खासकर पर सच है। वास्तव में, अभी कुछ ही दिनों की बात है, क्योंकि इस परिवर्तन के लिए हमें मोड मोड की दिशा में अग्रिम कदम उठाने की आवश्यकता है। तब से, वित्तीय सेवाओं ने अपने कार्पोरेट डिजिटल रूपान्तरण कर लिया है। इसमें डिजिटल इडिया और जेएएम (जनधन, आरक्षण और सेवाएं) का अग्रिम स्थापित रूप, जिन्हें भारत सरकार वित्तीय समावेशन लक्ष्य के लिए अग्रिम दे रही है। फिलहाल जारी लॉकडाउन के दौर की बदलते वातावरण में विभिन्न पक्षों में डिजिटल प्लेटफॉर्मों को अपनाए जाने के लिए हमें एक और अग्रिम कदम उठाने का है।

कुछ मिलाकर यह बदलाव उपभोक्ताओं, व्यवसायों और अर्थव्यवस्था के लिए अच्छा हो होगा। जारी लॉकडाउन चरण में, बैंकों और बीमा कंपनियों को वित्तीय सेवा कंपनियों तक जनता को पहुंचाने का अग्रिम स्थापित करना है। ऐसा सरकार ने किया है, लेकिन रोजमर्रा की ज़िंदगी अर्थात् न हो और सामाजिक अराजकता की स्थिति न आने पाए। फिलहाल, इस तरह के संकटन में डिजिटल प्लेटफॉर्मों के साथ कार्यालय खोलना तो संभव है, लेकिन वे पूरी तरह से सही सेवाएं प्रदान करने में असमर्थ हैं। मोबाइल डिस्टेंसिंग भी ग्राहकों की आरक्षण को अर्थात् कर रही है। बैंकिंग और बीमा कंपनियों जैसे व्यक्तिगत वित्त संस्थानों में पहले से ही वे प्लेटफॉर्म हैं, परंतु गैर-पेटी बाजारों को अपनी डिजिटल क्षमताओं के विस्तार और ग्राहकों की सहूलियत के लिए नई सेवाएं जोड़ने की प्रेरित कर रही है। अपनी सफल सुरुवात प्रणालियों को मजबूत बनाने हुए वे बड़ी हुई संख्या को संभालने की तैयारी भी



**रविश चन्द्रा**  
स्वतंत्र निदेशक

**हमें यह समझना होगा कि ऑनलाइन लेनदेन भी बैंक या कार्यालय में खुद जाकर किए जाने वाले लेनदेन की तरह सुरक्षित क्यों और कैसे है।**



कर रहे हैं। ग्राहकों के लिए, इसका अर्थ है एक अलग वास्तविकता को अपनाए, अपनी डिजिटल व रुकावटों को दूर करना और अपनी वित्तीय जर्नल को पूर्ण के लिए तकनीक से खुलकर दोबारा करना। हालांकि यह बहुत-से क्षेत्रों को आरक्षण में बदलाव के लिए मजबूर कर सकता है, लेकिन यह अतिरिक्त सभी वर्गों के लिए अच्छा ही होगा। जहां महानगरी और बड़े शहरी शहरों में ग्राहकों और उपभोक्ताओं के कुछ सेगमेंट ने बैंकिंग और बीमा आदि के लिए ऑनलाइन लेन-देन को तेजी से अपनाया है, वहीं ग्रामीण, तकनीक के साथ अज्ञात सहज न हो पाए लोग और छोटे शहरों जैसे समाज के बड़े वर्गों ने एक बेहतर डेटा और बेतुच्छ

वाले सुनिश्चिता देने के बावजूद प्रतिक्रिया में इतनी तेजी नहीं दिखाई है। इसका एक कारण तो यह है कि उन्हें किसी लक्ष्य तक पहुंचाने और अपनी वित्तीय गतिविधियों को लेकर आस-सामने की चर्चा करने की सुविधा मिलती रही है, जिसमें वे सहजता सहभाग्य करते हैं। वित्तीय संस्थानों के साथ व्यवहार में धरोर भी अलग भूमिका होती है और इसलिए कुछ ऐसे संस्थानों के स्थानीय कार्यालय में जाने या संस्थानों के प्रतिनिधियों को अपने परिवार में चलाने की आवश्यकता देते हैं। फिलहाल, भले ही डिजिटल रूप, लेकिन सच तो यह है कि लॉकडाउन का समय हर किसी के लिए सुनिश्चिता को खोजने का एक अग्रिम अवसर है। इनमें पैमेंट गेटवे के ज़रिए ऑनलाइन फंड ट्रांसफर करना, निर्यात का पुनर्गठन करना, बैंकिंग सेवाएं करना और स्टेटमेंट प्राप्त करना आदि शामिल हैं- और यह सब बड़े आकार में पर वेब-वेबे किया जा सकता है। अब यह बड़ी ही एक बात है कि लॉकडाउन खत्म हो जाने के बाद भी मोबाइल डिस्टेंसिंग का पालन लक्ष्य समय तक करना होगा। इसलिए, वक्त की जरूरत है कि हम अपने कम्प्यूटिंग जैम से बाहर आए और लेन-देन करने तथा व्यवस्थापन पर सेवा प्रदाताओं के साथ जुड़ने के लिए डिजिटल तकनीक को अपनाए। यह समय की जरूरत है, क्योंकि लॉकडाउन के बाद वित्तीय के लिए वे अग्रिम से बचने के लिए हमें सुरक्षित रहना और अपनी बाहरी गतिविधियों व सामाजिक मूल्यों को व्यवस्थित रूप से रखना आवश्यक होगा।

यह वित्तीय सेवा देने वाले संस्थानों की जिम्मेदारी है कि वे इन प्लेटफॉर्मों को अपनाने की राह में आने वाली अड़चनों को पहचानें और इस प्रक्रिया को सरल बनाते हुए, हिचकने वाले ग्राहकों के लिए इस समूह अनुभव को अग्रिम सहज तथा निरंतरता को बहुत आसान बनाएं।



Date	3 August 2020
Publication	Businessbytes.com
Headline	Driving adoption of digital platforms during lockdown
Link	<a href="https://hindi.businessbytes.com/business/efforts-to-connect-to-digital-platforms-during-lockdown-are-getting-boosted/">https://hindi.businessbytes.com/business/efforts-to-connect-to-digital-platforms-during-lockdown-are-getting-boosted/</a>



## लॉकडाउन के दौरान डिजिटल प्लेटफॉर्मों से जुड़ने की कोशिशों को मिल रहा है बढ़ावा

In Hindi | August 1, 2020 | bbnews | 0 comments



बी बिजनेस बाइट्स, चीफ एग्जीक्यूटिव और ब्रह्मचर्य अडिटर, न्यूज क्लब्स इंडिया लॉन्ग इन्वॉल्व्ड क्लब्स इंडिया



bbnews

PROFILE

भारत में डिजिटल विपणन की तीव्र रफ्तार के बावजूद, देश में वित्तीय सेवाओं के उपभोक्ताओं ने अपने रोजमर्रा के लेनदेन के लिए अब भी डिजिटल प्लेटफॉर्मों को पूरी तरह से नहीं अपनाया है। यह गैर-बैंक बजारों और टापींग इलाकों के लिए खासतौर पर सच है। दरअसल, अभी शुरुआती दिनों तक रहे हैं, क्योंकि इस परिवर्तन के मिशन से अहम मोड़ मोड़ों के दौरान ही आया था। जब से, वित्तीय सेवाओं ने अपना काफी डिजिटल अग्रसरण कर लिया है। इसमें डिजिटल इंडिया और क्लैम्प (जबधन, आधन और मोबाइल) का बड़े पैमाने पर उपयोग रहा, जिसे भारत सरकार वित्तीय समावेशन लाने के लिए बढ़ावा दे रही है। क्लिपहास जारी लॉकडाउन के दौर की बदौलत बेहतर इन विभिन्न पहलु में डिजिटल प्लेटफॉर्मों को अपनाने लाने के मिशन से एक और अलग मोड़ देखने का रहे हैं। कुल मिलाकर यह बदलाव उपभोक्ताओं, व्यवसायों और अर्थव्यवस्था के लिए अच्छा ही होगा।

### क्या कहते हैं श्रीजुहा हावरा

जारी लॉकडाउन चलते में, बैंकों और बीमा कंपनियों वरीछी वित्तीय सेवा कंपनियों तक जनता की पहुंच को ज्यादा बढ़ाकर माना गया है। ऐसा सरकार ने किया है, लेकिन रोजमर्रा की जिंदगी बाधित न हो और सामाजिक अलगावता की स्थिति न आने पाए। बहुदहास, इस तरह के संगठन समितिक संस्था में कार्यवाहियों के साथ कार्यवाह संश्लो लो सहाजे हैं, लेकिन वे पूरी तरह से जारी बंधाएँ प्रदान करने में असमर्थ हैं। सोशल डिस्टेंसिंग भी साइक की आरम्भ को और बाधित कर रही है। बैंकिंग और बीमा कंपनियों जैसे व्यवस्थित वित्त संस्थाओं में पहले से ही वे प्लेटफॉर्म हैं, परंतु मोबाइल स्थिति संगठनों को अपनी डिजिटल क्षमताओं के विकास और साइकों की सतुलियत के लिए नई सेवाएं जोड़ने को प्रेरित कर रही है। अपनी साइबर सुरक्षा प्रणालियों को मजबूत बनाने हुए वे बड़ी हुई संस्था को सभालने की तैयारी भी कर रहे हैं।

Published Date:	12 August 2020	Publication:	Dinathodar (Chennai)
Journalist:	Bureau	Page No:	06

## ஊரடங்கின் போது டிஜிட்டல் தளங்களின் அமலாக்கத்தை முதன்மைபடுத்துதல்

எழுதியவர் ஃபியூச்சர் ஜெனரலி இந்தியாவைக் கிள்குரன்ஸ்கம்பெனிமிடெட் நிறுவனத்தின் தலைமை சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் வாடிக்கையாளர் அலுவலர்திரு. ராஜேஷ்வர்த்வா.

புதுடெல்லி, ஆக. 12 இந்நிலையில் டிஜிட்டல் பரவல் வேகம் மிக விரைவாக இருந்தபோதிலும், இந்நிலையில் திசு சேவையில் துக்ரீயோர் தங்களை அன்றாட நிதி பரிவார்த்தனைகளுக்கான டிஜிட்டல் தளங்களை இன்னும் முழுமையாக ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை என்பதை நிறுவனம் பெருகரம் அவ்வாத சந்தைகள் மற்றும் கிராமப்புற பகுதிகளில் இது குறிப்பிடத்தக்க உண்மையாகும். சரிவாகச் சொல்வதானால், இந்த மாற்றத்திற்கான துக்கப்புகளின் பண்பிப்பிழப்பு கட்டத்தில தான் துவங்கியது என்பதாகும். இவை இன்னும் ஆரம்ப நாட்கள் தான். அப்போதிருந்து, நிதி சேவையின் தங்கள் டிஜிட்டல் உருவாற்றத்தை டிஜிட்டல் இந்நிலா மற்றும் விவிலிஜன் தன் ஆதார மற்றும் மொடபல்) இலக்கங்களால் ஆரங்கின்றன. இந்த தற்போதைய ஊரடங்கு கட்டத்தில், டிஜிட்டல் தளங்களை ஏற்றுக்கொள்வதில் மற்றொரு ஊடுருவல் புள்ளியைக் களை தாம் கடமைப்பட்டுள்ளோம். இது ஊட்டு மொத்தமாக துக்ரீயோர், வணிகங்கள் மற்றும் மொகுளாதாரத்திற்கும் தங்க உதவும்.

### தற்போதைய நிலைமை

தட்டது கொள்வகுக்கும் ஊரடங்கு கட்டத்தில், வங்கிகள் மற்றும் காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் போன்ற நிதி சேவை நிறுவனங்கள் பொதுமக்கள் அணுகுவதற்கான அத்தியாவசியமானதாகக் கருதப்படுகின்றன. சமூக குழுவங்களைத் தவிர்த்து, அன்றாட வாழ்க்கை பாதிக்கப்படாமல் இருக்க இது அரசாங்கத்தால் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. இருப்பினும், அத்தகைய நிறுவனங்கள் வரையறுக்கப்பட்ட ஊழியர்களுடன் அலுவலகங்களைத் திறக்கும்போது, அவர்களால் முழு அளவிலான சே

வையகளை வழங்க முடியவில்லை. மேலும் சமூக இடைவெளியானது வாடிக்கையாளர்களின் வருகையை மேலும் கட்டுப்படுத்துகிறது. காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் போன்ற வங்கி மற்றும் தனித்தனி நிதி நிறுவனங்கள் ஏற்கனவே இந்த தளங்களை வைத்திருக்கின்றன, இருப்பினும் தற்போதுள்ள நிலைமை நிறுவனங்கள் தங்கள் டிஜிட்டல் நிறுவனத்தை அதிகரிக்கவும், தங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் துக்கப்புகைய புதிய சேவையை விரிவுபடுத்தவும் நிறுவனங்களை வலியுறுத்துகின்றன. அவர்கள் தங்கள் இணையதளங்கள் அமலாக்கத்தை வலுப்படுத்தவும் மற்றும் அபித நோத்தில் அதிகரிக்கும் அளவைக் கையாளவும் தயாராகி வருகின்றனர்.

### இதனால் பொதுமக்களுக்கு ஏன்வரும்

வாடிக்கையாளர்களைப் பொறுத்தவரை, இது வேறுபட்ட உதார்த்தத்திற்கு ஏற்ப அவர்களின் தடைகளை ஒதுக்கிவைப்பது மற்றும் அவர்களின் நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதொழிந்துப்பதற்கு தழுவவுது என்பதாகும். இது பல்வேடயே ஒரு பழக்க மாற்றத்தை கட்டாயப்படுத்தக்கூடும் என்றாலும், இறையில் அனைத்து அங்கத்தினருக்கும் இது தன்மையையே பங்கும்.

பெருகரங்கள் மற்றும் தகர்ப்புற நகரங்களில் உள்ள சில வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் துக்ரீயோர் வங்கி மற்றும் காப்பீட்டு போன்றவற்றுக்கான ஆன்மையப் பரிவார்த்தனைகளை விரைவாக ஏற்றுக்கொண்டாலும், சமூகத்தின் பல பிரிவுகளான முத்த குடிமக்கள் மற்றும் நிரிவநரங்கிய உண்மையின் மற்றும் தொழில்நுட்ப வசதிகள் அவ்வளவாக இல்லாதவர்கள் மத்தியில், மேம்பட்ட தழவு மற்றும்

அமலாக்கத்தை உட்கட்டமைப்பு இருந்தபோதிலும் இது அவ்வளவு விரைவாக இல்லை. இதற்கான ஒரு முக்கியக் காரணம், நோடிக்க ஒரு இடத்தில் சந்திப்பதும், அவர்களின் திடுதொடர்பான செயல்பாடுகளுக்கு நேரக்கு நேர கவனம்மையானது பாதிக்கப்படுவதே. நிதி நிறுவனங்களுடனான கையாளுதல்களில், தம்பிக்கை என்பது மிகவும் முக்கியமானது. எனவே, நிதி நிறுவனத்தின் உள்நூர் அலுவலகத்தைப் பரிசீலனைப்பி விடும்புறது அவ்வது அவர்களின் பிரதிநிதிகளை தங்கள் வளாகத்திற்கு வர வரமுத்து சந்திப்பது சிலரது பழக்கமாகும்.

முரண்பாட்டாக, இருந்தாலும், கட்டாய ஊரடங்கு காலம் அனைவருக்கும் பேமெண்ட் கேட்டுக்கள் வழியாக ஆன்மைய நிதி பரிமாற்றம் செய்வதல், புதுப்பித்தல்களை செலுத்துதல், திறமையான சரிபார்த்தல் மற்றும் அறிக்கைகளை மீட்டெடுத்தல் போன்ற அடிப்படை செயல்பாடுகளை அனைவருக்கும் ஏற்றுக்கொள்ளுதல்மையப்படுகும். இப்போது ஊரடங்கிற்குப் பின்பும், சமூகஇடைவெளிகள் தடை காலம் தீக்கடிவன்று என்பது தெளிவாகத் தெரிகிறது. எனவே, தற்போதைய காலத்தின் தேவை, தமது வசதிவான தன்மையை மறந்து, பரிவார்த்தனைகளை நடத்துவதற்கும், சேவை வழங்குதற்கு டிஜிட்டல் பெருமளவில் சடுபடுவதற்கும் டிஜிட்டல் தொழில்நுட்பத்தைத் தழுவவுதே ஆகும் ஊரடங்கிற்குப் பின்பு, தொற்றுநோயின் மீள் எழுச்சியைத் தவிர்ப்பதற்கு தாம் பாதுகாப்பாக இருக்க வேண்டும், தமது இலக்கங்கள் மற்றும் சமூக தொடர்புகளை கட்டுப்படுத்த வேண்டும் என்பதால் இது எவற்றின் தேவைவாகும்.



Published Date:	9 August 2020	Publication:	Dainik Bhaskar (Delhi)
Journalist:	Bureau	Page No:	10

संपादक उनम उपाध्याय के लिए अलम हूए बदलाव का परिणाम है।

वर्तमान हालात किस तरह से उपभोक्ता के व्यवहार में बदलाव ला रहे हैं ?

## 'बदलाव को अपनाना'-महामारी परिभाषित कर रही है मार्केट के नए ट्रेंड

नाई दिल्ली, एजेंसी। देश भर में एक अरब से ज्यादा लोग अपने घरों में सिम्ट कर रह गए हैं। लोगों के रूटिन बाधित हो गए हैं। काम की आदतें और यहां तक कि सामाजिक मानदंड भी पूरी तरह बदल रहे हैं। फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लिमिटेड के चीफ मार्केटिंग एंड करंटनर ऑफिसर राकेश खड्का का मानना है कि निरंतर चल रहा लॉकडाउन और सोशल डिस्टेंसिंग की जरूरत शायद उपभोक्ताओं के व्यवहार को स्थायी रूप से बदल देगी। कोई भी विश्वस्तनीय समाधान किलहाल दूर ही दिख रहा है। चूंकि ज्यादातर लोग घर के अंदर रहने

पसंद करेंगे। भविष्य में इसका प्रभाव लोगों की खपत की आदतों और खर्च के पैटर्न में दिखाई देगा। बिजनेस लीडरों और बाजार से जुड़े लोगों को अब इस दौर को वास्तविकता के तौर पर अपनाना होगा और आगे बढ़ते हुए अपनी रणनीति पर कड़ी नजर रखनी होगी। कोविड-19 के खिलाफ लंबी खिंचती लड़ाई, हम क्या, कब और कैसे उपभोग करते हैं, इसके तरीकों में बदलाव लाएगी। इस संदर्भ में नीचे कुछ विचारणीय बिंदु दिए जा रहे हैं :



1. उपभोक्ता अपने खर्चों और बजट को सीमित करेंगे : अपनी कम्पाई में कमी होते देख ब्रह्मक अपने खर्चों पर नजर रखना शुरू करेंगे और खासकर वैर-जरूरी और शौकिया वस्तुओं की खरीद पर अंकुश लगाएंगे। वे डिस्काउंट, मुफ्त आइटम या किसी अन्य संबंधित सेवा के रूप में अपने हर खर्च पर कुछ अतिरिक्त पाने चाहत रखेंगे ताकि अपनी खरीद को लेकर उन्हें अच्छा महसूस हो या फिर कम अपराध बोध लगे।

2. भीड़-भाड़ वाली जगहों में जाने से लोग बचेंगे : सोशल डिस्टेंसिंग इतनी आम बात हो जाएगी कि वीकेंड पर शॉपिंग

मॉल, मूवी थिएटर और रेस्तरां पर भीड़ होने की कल्पना करना भी मुश्किल हो जाएगा। कई लोग तो सोजनल या स्टॉक विलपरिंग सेल की भीड़ में घुसना भी पसंद नहीं करेंगे।

वर्क फ्रॉम होम की संस्कृति बढ़ेगी : ज्यादा सुविधा और सुरक्षा चाह रहे कर्मचारियों के बीच वर्क फ्रॉम होम नीति एक जरूरत बन कर उभरेगी। फिजिकल मीटिंग की जगह ई-मीटिंग लेगी। चूंकि वर्चुअल मीटिंग संगठनों को भी फायदेमंद लगेगी, ऐसे में, कोविड-19 से पहले वाले बिजनेस ट्रेवल अब शायद निकट भविष्य में तो देखने को न मिलें। ऐसे स्थिति में संगठन अपने खर्चों

को घटाने के लिए अपने कार्पोरेट, कमरिचल स्पेंस में कमी ला सकते हैं।

ज्यादा लोग ऑनलाइन का रुख करेंगे

उपभोक्ता अब अपनी रोजमर्रा की जरूरतों को पूरा करने के लिए टेक्नोलॉजी को अपनाने के लिए मजबूर होंगे। भारत में ऐसा पहली बार हुआ है कि ग्रामीण भारत से इंटरनेट उपयोग करने वालों की संख्या ज्यादा निकल कर रहने आई है। यहां तक कि सुरत और बदलावों को लेकर संशय रखने वाले लोग भी ऑनलाइन, घर से पिकअप, डिलीवरी, डिजिटल भुगतान और ओटटी स्ट्रीमिंग सेवाओं को अपनाते दिखने लगेगे।

Date	9 August 2020
Publication	Businessbytes.com (English)
Headline	"Brace for Impact" – pandemic set to define new markets trends
Link	<a href="https://businessbytes.com/article/brace-for-impact-pandemic-set-to-define-new-market-trends/">https://businessbytes.com/article/brace-for-impact-pandemic-set-to-define-new-market-trends/</a>



## "Brace for Impact" – Pandemic set to define new market trends

📄 In Article/Interview 📅 August 9, 2020 📁 News Desk 💬 0 comments



Rakash Wadhwa, Chief Marketing and Customer Officer, Future Generali India Life Insurance Company Ltd



News Desk

PROFILE

Over a billion people across the country have been confined to their homes. Routines have been disrupted. Work habits and even socialising norms have been completely upended. The continuing lockdown and need for social distancing will possibly change **consumer behaviour permanently**. Any credible solution seems a long way off and as more people will prefer to stay indoors, further impact shall be seen in consumption habits and spending patterns. Business leaders and marketers are now required to brace for a different reality and take a hard look at their strategy going ahead.

**How is the current situation driving change in consumer behaviour?**

A prolonged battle against **COVID19** will force significant changes in what, when and how we consume anything. Here are a few scenarios to consider:

- 1. Consumers will reduce spending and budgets:** As customers see their earnings drop, they will scrutinize their purchases and cut expenditure especially on non-essential and discretionary items. They will also demand more value out of each spend in the form of discounts, freebies or associated services to feel good or less guilty about their purchase.
- 2. People will refrain from going to crowded places:** As social distancing will become the norm, it is hard to imagine shopping complexes, malls, movie theatres and restaurants bustling with weekend rush. This will also keep many customers away from attending big rush days of seasonal and stock clearance sale.

Date	9 August 2020
Publication	Businessbytes.com (Hindi)
Headline	"Brace for Impact" – pandemic set to define new markets trends
Link	<a href="https://hindi.businessbytes.com/article/brace-for-impact-pandemic-set-to-define-new-market-trends/">https://hindi.businessbytes.com/article/brace-for-impact-pandemic-set-to-define-new-market-trends/</a>



## 'बदलाव को अपनाना'- महामारी परिभाषित कर रही है मार्केट के नए ट्रेंड

By News Desk — August 9, 2020 — सर्वाधिकार सुरक्षित



Photo credit: © iStockphoto.com/Alfons Vogel - www.istock.com/Alfons Vogel

देश भर में एक अरब से ज्यादा लोग अपने घरों में सिमट कर रह गए हैं। लोगों के रूटिन बाधित हो गए हैं। काम की आदतें और यहां तक कि सामाजिक मानदंड भी पूरी तरह बदल रहे हैं। निरंतर चल रहा लॉकडाउन और सोशल डिस्टेंसिंग की जरूरत शायद उपभोक्ताओं के व्यवहार को स्थायी रूप से बदल देगी। कोई भी विश्वसनीय समाधान फिलहाल दूर ही दिख रहा है। चूंकि ज्यादातर लोग घर के अंदर रहना पसंद करेंगे। भविष्य में इसका प्रभाव लोगों की खपत की आदतों और खर्च के पैटर्न में दिखाई देगा। बिजनेस लीडरों और बाज़ार से जुड़े लोगों को अब इस दौर को वास्तविकता के तौर पर अपनाना होगा और आगे बढ़ते हुए अपनी रणनीति पर कड़ी नजर रखनी होगी।

**वर्तमान हालात किस तरह से उपभोक्ता के व्यवहार में बदलाव ला रहे हैं ?**

कोविड-19 के खिलाफ लंबी खिंचती लड़ाई, हम क्या, कब और कैसे उपभोग करते हैं, इसके तरीकों में बदलाव लाएगी। इस संदर्भ में नीचे कुछ विचारणीय बिंदु दिए जा रहे हैं :

- 1. उपभोक्ता अपने खर्चों और बजट को सीमित करेंगे :** अपनी कमाई में कमी होते देख ग्राहक अपने खर्चों पर नजर रखना शुरू करेंगे और खासकर गैर-जरूरी और शौकिया वस्तुओं की खरीद पर अंकुश लगाएंगे। वे डिस्काउंट, मुफ्त आइटम या किसी अन्य संबंधित सेवा के रूप में अपने हर खर्च पर कुछ अतिरिक्त पाने चाहत रखेंगे ताकि अपनी खरीद को लेकर उन्हें अच्छा महसूस हो या फिर कम अपराध बोध लगे।
- 2. भीड़-भाड़ वाली जगहों में जाने से लोग बचेंगे :** सोशल डिस्टेंसिंग इतनी आम बात हो जाएगी कि वीकेंड पर शॉपिंग मॉल, मूवी थिएटर और रेस्तरां पर भीड़ होने की कल्पना करना भी मुश्किल हो जाएगा। कई लोग तो सौजनल या स्टॉक क्लियरिंग सेल की भीड़ में घुसना भी पसंद नहीं करेंगे।

Published Date:	11 August 2020	Publication:	Dabang Dunia (Delhi)
Journalist:	Bureau	Page No:	04

## महामारी परिभाषित कर रही है बाजार के नए ट्रेंड

नई दिल्ली। देश भर में एक अरब से ज्यादा लोग अपने घरों में सिमट कर रह गए हैं। लोगों के रूटिन बाधित हो गए हैं। काम की आदतों और यहां तक कि सामाजिक मानदंड भी पूरी तरह बदल रहे हैं। निरंतर चल रहा लॉकडाउन और सोशल डिस्टेंसिंग की जरूरत शायद उपभोक्ताओं के व्यवहार को स्थायी रूप से बदल देगी। कोई भी विश्वसनीय समाधान फिलहाल दूर ही दिख रहा है। चूंकि ज्यादातर लोग घर के अंदर रहना पसंद करेंगे। भविष्य में इसका प्रभाव लोगों की खपत की आदतों और खर्च के पैटर्न में दिखाई देगा। बिजनेस लीडरों और बाजार से जुड़े लोगों को अब इस दौर को वास्तविकता के तौर पर अपनाना होगा और आगे बढ़ते हुए अपनी रणनीति पर कड़ी नजर रखनी होगी। उक्त विचार राकेश वाघवा, चीफ मार्केटिंग एंड कस्टमर ऑफिसर, फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लिमिटेड ने व्यक्त किए। वर्तमान हालात किस तरह से उपभोक्ता के व्यवहार में बदलाव ला

रहे हैं अगर इस पर चर्चा करें तो कोविड-19 के खिलाफ लंबी खिंचती लड़ाई, हम क्या, कब और कैसे उपभोग करते हैं, इसके तरीकों में बदलाव लाएगी। इस संदर्भ में विचारणीय है कि उपभोक्ता अपने खर्चों और बजट को सीमित करेंगे, अपनी कमाई में कमी होते देख ग्राहक अपने खर्चों पर नजर रखना शुरू करेंगे और खासकर गैर-जरूरी और शौकिया वस्तुओं की खरीद पर अंकुश लगाएंगे। वे डिस्काउंट, मुफ्त आइटम या किसी अन्य संबंधित सेवा के रूप में अपने हर खर्चे पर कुछ अतिरिक्त पाने चाहत रखेंगे ताकि अपनी खरीद को लेकर उन्हें अच्छा महसूस हो या फिर कम अपराध बोध लगे। जाहिर है कि इस महामारी को लेकर ग्राहकों की जो प्रतिक्रिया होगी वह पहले के मानदंडों से बिल्कुल अलग होगी। इसलिए संगठनों को ताजा ट्रेंडों पर नजर रखनी होगी और सतर्क बने रहना होगा। अपने ग्राहकों की कल्पना को समझने के लिए उन्हें ज्यादा सक्रिय और शीघ्र प्रतिक्रिया देना होगा।

Published Date:	15 August 2020	Publication:	Vishwa Mitra (Kolkata)
Journalist:	Bureau	Page No:	06

## कोविड-19 के दौर के लिए मार्केटिंग मंत्र

नयी दिल्ली, 14 अगस्त (एजेंसियां)। श्री राकेश वाधवा, चीफ मार्केटिंग एंड कस्टमर ऑफिसर, फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लिमिटेड बताते हैं कोविड-19 की वैश्विक महामारी ने हमारे देश में एक अरब से ज्यादा लोगों को घर में दुबकने को मजबूर कर दिया है। सवाल यह है कि इस संकट की बेला में ब्राण्ड और बिजनेसों को अपना काम करने के लिए किन तरीकों को अपनाना चाहिए ताकि वे प्रासंगिक बने रह सकें? मंत्र दिए गए हैं, जिनका उपयोग बिजनेस लीडर और मार्केट पेशेवर बदलते हुए समय की चुनौतियों से निपटने के लिए कर सकते हैं। जिन ब्रांड्स ने एक स्पष्ट उद्देश्य स्थापित किया है और जो अपने मूल मूल्यों पर खरे उतरे हैं, उनके लिए हालात के अनुकूल होना आसान होगा। वे बदलाव का नेतृत्व करने में तेज साबित होंगे। अनिश्चित समय में, उद्देश्य रणनीति को सर्वोत्तम रूप से निर्देशित कर सकता है और हमें हमारे मूल्यों पर खरा उतरने में मदद कर सकता है।

Published Date:	29 August 2020	Publication:	Andhra Prabha (Hyderabad)
Journalist:	Bureau	Page No:	17

## కోవిడ్-19 శకంలో మార్కెటింగ్ మంత్రాలు

హైదరాబాద్, ఆగస్టు 28 (ప్రభ స్పెషల్): కోవిడ్ -19 శకంలో మార్కెటింగ్ మంత్రాలను ఉపయోగించాలని ఫ్యాచర్ జనరల్ ఇండియా లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్ చీఫ్ మార్కెటింగ్ అండ్ కస్టమర్ ఆఫీసర్ రాశీశ్ వాధ్వా అన్నారు. ఆయన మాట్లాడుతూ... కోవిడ్ -19 ఆంతర్జాతీయ మహమ్మారి మనదేశంలో ఒక విలియన్ ప్రజలను ఇళ్ళకి పరిమితం చేసింది. లాక్ డౌన్ విధానం, ఫౌచికడూరం ఆవశ్యకత అనేవి కొనుగోలుదారుల ప్రవర్తనాధారణలను కూడా మారుస్తున్నాయిన్నాయి. మారుతున్న పరిస్థితులకు అనుగుణంగా టిజినెస్ లీడర్లు, మార్కెటింగ్ నిపుణులకు ఐదు సూత్రాలివ్వవచ్చు... 1. మీ బ్రాండ్ ఉద్దేశం, విలువలను రెఫర్ చేయాలన్నారు. ఒక స్పష్టమైన పర్సన్ ను ఏర్పరచుకున్న బ్రాండ్లు, తమ కీలక విలువలకు కట్టుబడిన బాండ్లు ఈ పరిస్థితికి మరిపోవడాన్ని సులభమనే భావిస్తామన్నారు. మార్పు పిలుపు ఇవ్వడానికి సారథ్యం వహించడంలో అవి వేగవంతంగా ఉంటాయన్నారు. ఆనిశ్చిత పరిస్థితుల్లో పర్సన్ అనేది మన వ్యూహానికి మార్గదర్శనం చేస్తుందన్నారు. 2. కొనుగోలుదారులను బాగా అర్థం చేసుకోవాలన్నారు. ప్రస్తుతం ఉన్న కస్టమర్లను కాపాడుకునేందుకు అత్యధిక ప్రాధాన్యం ఇవ్వాలన్నారు. అది మీ కార్యకలాపాలకు సునిర్వహణ అందిస్తుందన్నారు. అంతమాత్రాన సర్వేలు చేయాలనో, కస్టమర్ రీసెర్చ్ నిర్వహించాలనో కాదన్నారు. ఇబ్బందులకు గురవుతున్న ఆంకాల వద్ద వేగంగా తగు చర్యలు తీసుకునేందుకు వీలవుతుందన్నారు. ఇలాంటి క్లిష్ట పరిస్థితుల్లో వినియోగదారులు బ్రాండ్ నుంచి మరోసారి గట్టి హామీని కోరుకుంటారన్నారు. 3. డిజిటల్ కార్యక్రమాలను ముమ్మరం చేయాలన్నారు. ఇటీవలి కాలంలో ఎన్నో

సంస్థలు డిజిటల్ పరివర్తనకు లోనయ్యారని, ఈనేపథ్యంలో ఈ మహమ్మారి మీ డిజిటల్ ప్రయత్నాలను మరింతగా వేగవంతం చేసింది కూడా కావచ్చన్నారు. తక్కువ ప్రభావంతో ఈ సంక్షోభాన్ని ఎదుర్కోవడం అనేది ఎంతో ముఖ్యమన్నారు. మార్కెటర్లు మరోసారి తమ వాణిజ్య ప్రకటనల వ్యూహాన్ని సమీక్షించుకోవాల్సి ఉంటుందన్నారు. ఓమ్ని ఛానల్ ఉనికీని వృద్ధి చేసుకోవాల్సిన అవసరముందన్నారు. 4. పటిష్టమైన కంటెంట్ వ్యూహం ఉండాలన్నారు. ప్రస్తుత పరిస్థితుల్లో ప్రజలు ప్రయాణాలపై నలుగురినీ కలవడంపై తక్కువ సమయం వెచ్చిస్తారన్నారు. ఫలితంగా వారు ఉపకరణాలపై ఎక్కువ సమయం వెచ్చిస్తారన్నారు. ఎక్కువ కంటెంట్ ను, వివిధ రకాల కంటెంట్ ను వినియోగిస్తారని, ఆన్ లైన్ అన్వేషణ పోల్చిచూడడంతో వినియోగదారులు మరెంతో సమాచారాన్ని గ్రహిస్తారన్నారు. బ్రాండ్లు వివిధ రకాల కొనుగోలుదారులను, వారి అవసరాలను ధృష్టిలో ఉంచుకొని పటిష్ట కంటెంట్ వ్యూహాన్ని రూపొందించుకోవాలన్నారు. 5. ఆటెంటివ్ గా ఉండాలి, కలెక్టివ్ థింక్ చేయాలన్నారు. కోవిడ్ 19 సంక్షోభాన్ని అధిగమించేందుకు ప్రజలు, సంస్థలు, కమ్యూనిటీల మధ్య అన్ని స్థాయిల్లో కూడా భారీ స్థాయిలో పరస్పర సహకారం అవసరమన్నారు. మన సహాయం బాగా అవసరమైన వారికి తోడ్పాటునందించేందుకు ఎన్నో సంస్థలు, చారిటీలను రంగంలోకి దింపేందుకు తీవ్ర ప్రయత్నాలు జరుగుతున్నాయన్నారు. నూతన, మెరుగైన సాధారణ ప్రపంచాన్ని నిర్మించడంలో అవి పారదర్శకంగా ఉండాలని, మానవత్వంతో, సామాహిక దృక్పథంతో వ్యవహరించాలన్నారు.



Published Date:	12 August 2020	Publication:	Southern Mail (Chennai)
Journalist:	Bureau	Page No:	05

## Real estate usage can be optimised post pandemic

**Chennai:**

By Mr. S. Mahesh, EVP & Head Operations, Future Generali India Life Insurance Company Ltd. Life can be expected to be very different post CoViD. The scenes of large numbers of migrant workers trying to get to their homes, long lines outside, trucks vending groceries and chaotic scenes outside liquor shops are images that are not likely to be erased from the mind for a long time.

Home makers can no longer rely on domestic help. People are having to quickly develop skills to become self reliant and manage time efficiently. The disruption created by the pandemic has catalysed businesses to hurtle towards the future.

A journey that was once slow and leisurely, with plenty of stops for planning, imagining and consulting, has had to pull out all stops and make a dash towards a future that is driven more by technology instead of brick and mortar. One of the immediate changes brought about by the pandemic has been the need for employees to 'work from home'. This is an opportunity that

can be extrapolated to 'work from anywhere' post the pandemic. Many organisations have already been practicing this in a small way. This will now likely become the norm. It is a great opportunity for organisations to re-assess their real estate presence. They will now have to re-think how much office space they actually need, and redesign their work spaces in keeping with the new working style.

To illustrate, an office may presently be designed for 100 people and if a large number of employees can be enabled to work from anywhere, the office space can be redesigned to accommodate the new social distancing norms and with lesser space. In many cases, the actual space needed will be reduced drastically.

This can bring about great savings in costs. Many companies already have a system whereby the sales force carries a virtual office on their devices through which the organisation provides them with timely leads on real-time opportunities. Such systems can be leveraged for better adaptability after the pandemic and the entire sales cycle

can be managed by the distributor digitally there by reducing the necessity of the physical brick and mortar office. This does not call for a major investment, but for well thought through and easy to use digital platforms, good network connectivity and collaboration platforms. Artificial intelligence and machine learning are likely to emerge as game changers in this situation.

Such systems could have been visualised over the next seven or eight years in the absence of the pandemic. CoViD has simply provided organisations with a shot in the arm to make it happen now if they want to survive. Those who seize the opportunity are the ones who will gain an edge over their peers.

In one sense, the virus has come as a great leveller, because it does not distinguish between large and small businesses. But we are fortunate to be living at a time when technology can come to the rescue.

This is a disruption that was being talked about for some time, but it needs to be embraced quickly if businesses do not want to face an existential crisis.

Published Date:	13 August 2020	Publication:	Dinakural (Chennai)
Journalist:	Bureau	Page No:	04

## ரியல் என்டேட் பயன்பாட்டை நோற்று நோய்க்குப் பின் மேம்படுத்தலாம் - S.மகேஷ்

CoVIDக்குப் பிறகு வாழ்க்கை மிகவும் வித்தியாசமாக இருக்கும் என்று நிச்சயம் எதிர்பார்க்கலாம். ஏராளமான புலம்பெயர்ந்த தொழிலாளர்கள் தங்கள் விடுகளுக்குச் செல்ல முயற்சித்த காட்சிகள், வெஸ்டில் நீண்ட கோடுகள், மனிகை பொருட்களை விற்பனை செய்யும் லாரிகள் மற்றும் மதுகளைக் கடைகளுக்கு வெளியே குழப்பமான காட்சிகள் ஆகியவை, இனி நீண்ட காலம் நம் மனதில் இருந்து அழிக்கப்பட முடியாத காட்சிகளாக பதிவாகியுள்ளன. குடும்பத் தலைவிகள் இனி வேலை உதவியாளர்களை சார்ந்திருக்க முடியாது. மக்கள் சுய சார்பினை அடைவதற்கும், நேரத்தை திறம்பட நிர்வகிப்பதற்கும் திறன்களை விரைவாக வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.

இத்தகைய சூழலில் இருந்து மட்டுமல்லாமல், மேலநிலை செலவுகளைக் குறைப்பதிலிருந்தும் சேமிப்புகளை பெறலாம். அலுவலகத்தில் குறைவான நபர்கள் இருப்பதால், மின்சாரம், நீர், கேட்டரிங், சீருடை, சலவை செலவுகள் ஆகியவற்றில் கணிசமான குறைப்பு இருக்கும். இது ஒரு நீண்ட பட்டியல் ஆகும். பல கிளை மற்றும் பிராந்திய அலுவலகங்களைக் கொண்ட நிறுவனங்கள் உண்மையில் இந்த அலகுகளில் சிலயற்றை அக்கலாம் என சேய் முடிவு செய்யலாம். அதற்கு பதிலாக அதிக திறன்களை அடைய டிஜிட்டல் திறன்களைப் பயன்படுத்தலாம். இந்த காலகட்டத்தில் மேய்நிகர் உத்தியோகபூர்வ கூட்டங்கள் வெற்றிகரமாக பெரிய அளவில் செய்யப்பட்டுள்ளதால், அலுவலகங்களில் சந்திப்பு அறை இத்தகைய தவிர்ந்து, அதிக சேமிப்புக்கு வழியாகும். பணியாளர்களைப் பொறுத்த வரை, ஒரு வசதியான சூழலில் தடைபிணி பணியாற்றுவதற்கான நெகிழ்வுத்தன்மையைப் பெறுகிறார்கள். அதனால் அதே முடிவுகளை அடைவார்கள். பணியமர்த்துனர், இடம் மற்றும் மேலநிலைகளில் சேமிக்கும்போது, பணியாளர் பணநேரம் மற்றும் செலவில் சேமிப்பார்.

பல நிறுவனங்கள் ஏற்கனவே ஒரு அமைப்பு முறையை உருவாக்கியுள்ளன. இதன் மூலம் விற்பனைக் குழுவினர், தங்கள் சாதனங்களில் ஒரு மேய்நிகர் அலுவலகத்தை கொண்டு செல்கின்றனர் மற்றும் அமைப்பு அவர்களுக்கு நிகழ்நேர வாய்ப்புகளை சரியான நேரத்தில் வழங்குகிறது. நோற்று நோய் இல்லாத நிலையில், இத்தகைய அமைப்புகள் அடுத்த ஒரு அல்லது எட்டு ஆண்டுகளில் சிந்திக்கப்பட்டிருக்கலாம். நிறுவனங்கள் பிழைத்திருக்க விரும்பினால் அதை இப்போது நிகழ்த்துவதற்கான ஒரு கட்டாயத்தை சிஷ்கிவினீ உண்டாக்கியுள்ளது. இந்த வாய்ப்பைப் பயன்படுத்துவதற்கான தங்கள் சக போட்டியாளர்களுக்கு மேலாகத் திகழும் வாய்ப்பைப் பெறலாம்.

ஒரு வகையில் பார்த்தால், வைரஸ் ஒரு பெரிய அளவிலான சமநிலையை உண்டாக்கியுள்ளது. ஏனெனில் இது பெரிய மற்றும் சீறு வணிகங்களுக்கு இடையில் வேறுபடவில்லை. ஆனால் தொழில்நுட்பம் மீட்டிக்கு வரக்கூடிய இத்தகைய ஒரு நேரத்தில் நாம் வாழ்வது நமது அதிர்ஷ்டமாகும். இது சில காலமாக பேசப்பட்டு வந்த ஒரு மாற்றமாகும். ஆனால் வணிகங்கள் இருத்தவியல் நெருக்கடியை எதிர்கொள்ள விரும்பவில்லை என்றால் இதை விரைவாக ஏற்றுக்கொள்ளத்தான் வேண்டும் என எழுதியுள்ளார் S.மகேஷ், செயல் துணைத்தலைவர் - தலைவர் செயல்பாடுகள், பியூச்சர் டிரெண்டி இன்டியா ஸ்டாப் இன்டர்நல் கம்பெனி லிமிடெட்.

Published Date:	13 August 2020	Publication:	Hukumnama (Jaipur)
Journalist:	Bureau	Page No:	05

## ऑफिस की जगह का अधिकतम उपयोग महामारी के बाद मुमकिन है

जयपुर। श्री एस. महेश, ईवीपी और प्रमुख - ऑपरेशंस, फ्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लिमिटेड बताते हैं कोविड काल के बाद जिंदगी वैसी नहीं रहने की उम्मीद की जा सकती है, जैसी कि यह इसके पहले हुआ करती थी। प्रवासी मजदूरों की घर लौटने की जद्दोजहद, घरेलू सामान को लाते-ले जाते ट्रक और शराब की दुकानों के बाहर का दृश्य, ये कुछ ऐसी घटनाएं हैं, जो लंबे समय तक भुलाई नहीं जा सकेंगी। घर के नौकरों पर अब आप ज्यादा निर्भर नहीं रह सकते। आत्मनिर्भर बनने और समय का कुशलता से प्रबंधन करने के लिए लोग तेजी से अपनी स्किल्स का विकास कर रहे हैं। महामारी से उत्पन्न व्यवधान ने व्यवसायों को भविष्य की ओर देखने के लिए प्रेरित किया है। व्यावसायिक क्रियाकलाप जो कभी धीमी और इतिमिमान से होती थी और जिसमें योजना बनाने, कल्पना और परामर्श के लिए बहुत सारे ठहराव थे। आज यह यात्रा वैसी नहीं रही

है। चुनौतियों से भरे इस समय में जरूरी हो गया था कि सभी स्टॉपों को जोड़ते हुए भविष्य की ओर ले जाने वाला एक सेतु बनाया जाए और यह सेतु ईंट और सीमेंट से नहीं, बल्कि टेक्नोलॉजी पर आधारित हो। महामारी को लेकर आए तात्कालिक बदलावों में से एक यह है कि कर्मचारियों को वर्क फ्रॉम होम करने की जरूरत है। यह एक अवसर है जिसे महामारी के बाद कहीं से भी काम करने के रूप में साकार किया जा सकता है। कई संगठनों ने पहले ही छोटे स्तर पर ऐसा करना शुरू कर दिया है। जल्द ही यह एक सामान्य प्रक्रिया बन जाएगी। यह संगठनों के लिए महत्वपूर्ण अवसर है कि वे रियल एस्टेट क्षेत्र में अपनी मौजूदगी का फिर से आकलन करें। अब उन्हें फिर से सोचना होगा कि उन्हें ऑफिस के लिए कितनी जगह की वाकई जरूरत होगी। उन्हें कार्य की नई संस्कृति के मद्देनजर अपने कार्य स्थलों को फिर से डिजाइन करना होगा।

Published Date:	17 August 2020	Publication:	Dainik Navjyoti (Jaipur)
Journalist:	Bureau	Page No:	09

जिंदगी अब पहले जैसी नहीं रह जाएगी

# ऑफिस की जगह का अधिकतम उपयोग होगा महामारी के बाद

नई दिल्ली। एस महेश ईवीपी और प्रमुख ऑपरेशंस प्यूचर जनरली इंडिया लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लिमिटेड बताते हैं कोविड काल के बाद जिंदगी वैसी नहीं रहने की उम्मीद की जा सकती है, जैसी कि यह इसके पहले हुआ करती थी। प्रवासी मजदूरों की घर लौटने की जहोजहद, घरेलू सामान को लाते ले जाते ट्रक और शराब की दुकानों के बाहर का दृश्य ये कुछ ऐसी घटनाएँ हैं, जो लंबे समय तक भुलाई नहीं जा सकेंगी। घर के नौकरों पर अब आप ज्यादा निर्भर नहीं रह सकते।



## करना होगा निजी कौशल का विकास

आत्मनिर्भर बनने और समय का कुशलता से प्रबंधन करने के लिए लोग तेजी से अपनी स्किल्स का विकास कर रहे हैं। महामारी से उत्पन्न व्यवधान ने व्यवसायों को भविष्य की ओर देखने के लिए प्रेरित किया है। व्यावसायिक क्रियाकलाप जो कभी धीमी और इतिमन्नान से होती थी और जिसमें योजना बनाने, कल्पना और परामर्श के लिए बहुत सारे ठहराव थे। आज यह यात्रा वैसी नहीं रही है। चुनौतियों से भरे इस समय में जरूरी हो गया था कि सभी स्टाफों को जोड़ते हुए भविष्य की ओर ले जाने वाला एक सेतु बनाया जाए और यह सेतु ईंट और सीमेंट से नहीं, बल्कि टेक्नोलॉजी पर आधारित हो।

## वर्क फ्रॉम होम करने की जरूरत

महामारी को लेकर आए तात्कालिक बदलावों में से एक यह है कि कर्मचारियों को वर्क फ्रॉम होम करने की जरूरत है। यह एक अवसर है जिसे महामारी के बाद कहीं से भी काम करने के रूप में साकार किया जा सकता है। कई संगठनों ने पहले ही छेदे स्तर पर ऐसा करना शुरू कर दिया है। जल्द ही यह एक सामान्य प्रक्रिया बन जाएगी। यह संगठनों के लिए महत्वपूर्ण अवसर है कि वे रियल एस्टेट क्षेत्र में अपनी मौजूदगी का फिर से आकलन करें। अब उन्हें फिर से सोचना होगा कि उन्हें ऑफिस के लिए कितनी जगह की वाकई जरूरत होगी। उन्हें कार्य की नई संस्कृति के दृष्टिगत अपने कार्य स्थलों को फिर से डिजाइन करना होगा। इसे एक उदाहरण के तौर पर समझा जा सकता है। मान लीजिए किसी ऑफिस को फिलहाल 100 लोगों के लिए डिजाइन किया गया है। अब अगर इनमें से एक बड़ी संख्या में लोगों को कहीं से भी काम करने की अनुमति दे दी जाए तो ऑफिस की जगह को नए सोशल डिस्टेंसिंग मानक के आधार पर तैयार किया जा सकेगा और जगह की भी बचत होगी।

## **Industry Story**

Date	6 August 2020
Publication	Financial Express
Headline	RBI monetary policy highlights: Repo rate cut on hold; Shashikanta Das unveils liquidity, stimulus measures
Link	<a href="https://www.financialexpress.com/economy/rbi-monetary-policy-live-updates-repo-rate-cut-rbi-governor-shaktikanta-das-august-2020/2045984/">https://www.financialexpress.com/economy/rbi-monetary-policy-live-updates-repo-rate-cut-rbi-governor-shaktikanta-das-august-2020/2045984/</a>



**FINANCIAL EXPRESS**  
Read to Lead

## RBI Monetary Policy Highlights: Repo rate cut on hold; Shaktikanta Das unveils liquidity, stimulus measures

By: FE Online | Updated: August 6, 2020 8:13:03 pm

RBI Monetary Policy Highlights: MPC has decided that the repo rate will remain unchanged amid the possibility of a high inflation. Shaktikanta Das announced Rs 10,000 crore at repo rate to NABARD and NHB to alleviate the liquidity crisis.



16:50 (IST)  
06 AUG 2020





**MPC's committed towards prime objective of inflation targeting**

The decision of 'status quo' stems from the fact that the near term inflation outlook remains uncertain owing to supply-side disruptions and cost-push factors and thus underscores MPC's cautious stance and its commitment towards its prime objective of inflation targeting. Nonetheless, the MPC has conspicuously signalled further policy space by maintaining accommodative stance, thus giving reassurance to the markets of the requisite support as the inflation recedes in the second half. - Jyoti Vaswani, CIO, Future Generali India Life Insurance Co Ltd

Date	6 August 2020
Publication	Business Today
Headline	RBI announces additional special liquidity facility of Rs 10,000 crore to boost housing sector, NBFCs, MFIs
Link	<a href="https://www.businesstoday.in/current/economy-politics/rbi-announces-additional-special-liquidity-facility-of-rs-10000-crore-to-boost-housing-sector-nbfc-mfi/story/412192.html">https://www.businesstoday.in/current/economy-politics/rbi-announces-additional-special-liquidity-facility-of-rs-10000-crore-to-boost-housing-sector-nbfc-mfi/story/412192.html</a>

**Business Today**  
Friday, August 7, 2020 | Updated 16:53 IST

## RBI announces additional special liquidity facility of Rs 10,000 crore to boost housing sector, NBFCs, MFIs

Reserve Bank of India (RBI) governor Shaktikanta Das on Thursday said that additional special liquidity facility of Rs 10,000 crore will be provided at the policy repo rate consisting Rs 5,000 crore to the National Housing Bank (NHB)

[BusinessToday.In](#) | August 6, 2020 | Updated 17:18 IST



RBI monetary policy

"The extension of the MSME restructuring and the opening up of restructuring window for corporates, personal loans and MSME's ,along with additional liquidity to NHB and NABARD, is indeed a welcome move for the liquidity strapped sectors. Besides increase in LTV for gold loans is yet another significant step. Overall it was a balanced policy with MPC delivering on all fronts and exemplifying the need to use policy space judiciously to maximize its beneficial impact on the economy," said Jyoti Vaswani, CIO, Future Generali India Life Insurance.

Date	6 August 2020
Publication	Share Manthan
Headline	RBI policy: Welcome moves for liquidity strapped sectors
Link	<a href="https://www.sharemanthan.in/the-news/65190-rbi-monetary-policy-jyoti-vaswani-20200806">https://www.sharemanthan.in/the-news/65190-rbi-monetary-policy-jyoti-vaswani-20200806</a>

# शेयर मंथन

## RBI Policy: Welcome moves for liquidity strapped sectors

06 AUGUST 2020 PARENT CATEGORY: NEWS खान खबरें

जयवीजय

ADD THIS

**Jyoti Vaswani**  
CIO, Future Generali India Life Insurance

MPC has yet again delivered a 'Pragmatic Policy' by extending the financial safety net to assuage the stress in the system, while reassuring the hopes of further easing.

The decision of 'status quo' stems from the fact that the near term inflation outlook remains uncertain owing to supply side disruptions and cost push factors and thus underscores MPC's cautious stance and its commitment towards their prime objective of inflation targeting. Nonetheless the MPC has conspicuously signalled further policy space by maintaining accommodative stance, thus giving reassurance to the markets of the requisite support as the inflation recedes in the second half.

The extension of the MSME restructuring and the opening up of restructuring window for corporates, personal loans and MSME's ,along with additional liquidity to NHB and NABARD, is indeed a welcome move for the liquidity strapped sectors. Besides increase in LTV for gold loans is yet another significant step. Overall it was a balanced policy with MPC delivering on all fronts and exemplifying the need to use policy space judiciously to maximize its beneficial impact on the economy. (Share Manthan, 6th August 2020)

Date	6 August 2020
Publication	Media Catalyst
Headline	RBI monetary policy: MPC keeps repo rate unchanged
Link	<a href="https://www.mediacatalyst.in/rbi-monetary-policy-mpc-keeps-repo-rate-unchanged/">https://www.mediacatalyst.in/rbi-monetary-policy-mpc-keeps-repo-rate-unchanged/</a>



## RBI Monetary Policy: MPC Keeps Repo Rate Unchanged

Posted by MediaCatalyst on August 6th, 2020

Amid rising inflationary pressure and a grim economic outlook, the Reserve Bank of India's Monetary Policy Committee (MPC) announced that the repo rate will remain unchanged. The RBI Monetary policy has called forth responses from industry leaders.



In a significant move, RBI Governor announced Rs 10,000 crore at repo rate to NABARD and NHB to alleviate the liquidity crisis.

**Jyoti Vaswani, CIO, Future Generali India Life Insurance Co Ltd** said, "The decision of 'status quo' stems from the fact that the near term inflation outlook remains uncertain owing to supply-side disruptions and cost-push factors and thus underscores MPC's cautious stance and its commitment towards its prime objective of inflation targeting. Nonetheless, the MPC has conspicuously signaled further policy space by maintaining the accommodative stance, thus giving reassurance to the markets of the requisite support as the inflation recedes in the second half."