



LimeLighter



Latest news and update | July 2022

IN THIS ISSUE:

HKRSA Member Survey 2022

We appreciate if you can take a few minutes to complete the HKRSA Member Survey 2022 to help us better address your needs before 25 Aug 2022.

"You can access the survey by clicking [here](#) or by scanning the QR code"



*Respondents who have completed the survey will receive a coffee e-coupon as a thank you for taking part!
(Don't forget to complete the contact section. The coupon will be offered on a first-come, first-served basis)*



Summary of webinar

Innovation in Member Engagement
策略與創新－實現與強積/退休金成員之互動經驗
by BCT Group
12 May 2022



Premier Sponsors 2022



HKRSA Webinar –
Thursday, 12 May 2022
11:00am - 12:00noon
Conducted in Cantonese

探索退休金管理數碼新策略 提升成員互動體驗

By BCT Group

疫情令許多人的生活天翻地覆，也催化了日常生活與業務模式進入數碼化時代，強積金及退休金管理亦不例外。無論客戶抑或信託機構，都要適應市場步伐，為數碼化做好準備。「香港退休計劃協會」與「BCT銀聯集團」早前合辦「策略與創新一實現與強積金/退休金成員之互動體驗」網上研討會，邀請了多位不同界別的專家分享市場的最新發展及策略，為成員的退休策劃增值。

香港退休計劃協會行政委員會成員及兩岸三地研討會召集人劉嘉時認為疫情令數碼化勢不可擋，客戶的期望亦愈來愈高，尤其重視個人化體驗。她指出企業的產品內容要更有價值、更符合客戶所需。做法是企業先收集消費者數據，進行分析以了解不同客戶的特性及喜好，從而提供貼心的產品或服務。「過往由企業主導，今日則由客戶主導。」

BCT銀聯集團副行政總裁李德麟感覺強積金或予人印象複雜、遙遠，但疫情加速了各行各業的「電子化」，近年明顯多了僱主及強積金成員使用強積金電子平台及經電子渠道供款。個人化服務同產品是未來趨勢，集團的電子顧客服務不斷推陳出新，並將加入任務及獎賞元素，以加強與成員的互動。不過，如何善用電子工具亦是學問。李德麟認為一個好的流動程式應以易用、以較少文字精簡為主，同時設計要「個人化」。

香港互動市務商會創會及榮譽會長、香港資訊科技商會榮譽會長方保僑亦贊同要令大眾樂於使用網上服務，企業須思考如何提升使用體驗，包括介面是否方便使用者，並且需要一目了然。他以市面的手機理財程式為例，若各項理財功能在介面中未有歸類清晰，用家會感到混亂，甚至不知從何用起，這已很大程度影響了這個程式的用戶體驗。

德勤數字合夥人葉子陽認為企業若想帶來更好成員互動體驗（member engagement），推出新服務要考慮市場與客戶的角度，箇中元素是否與品牌一致。他又提及要「遊戲化」（gamification）令客戶覺得有成就感是其中一個策略，遊戲不必複雜，簡單如儲分升級及獲得獎品等即可。被問及要如何在個人私隱與個人化兩者之間取得平衡時，葉子陽回答指如果能給予對方有意義的資訊，對方應該不介意多分享一點私人資料。

如欲重溫此研討會視頻，請瀏覽以下連結內的錄影部分：

<https://www.hkrsa.org.hk/en-gb/Presentations>



策略與創新
實現與強積金/退休金成員之互動體驗

HKRSA 香港退休計劃協會
The Hong Kong Retirement Schemes Association

Logos: Allianz, Amundi, BCT, Fidelity, First Sentier, Franklin Templeton, Mercer, Ninety One, T. Rowe Price, Manulife

