

SIARAN PERS

Untuk didistribusikan segera

Citi Indonesia Luncurkan “Citigold On Your Terms” Campaign dengan Mengedepankan Layanan Perbankan Digital untuk Optimalkan Pertumbuhan Investasi Sesuai Preferensi Nasabah

Jakarta, 5 September 2017 - Menyadari bahwa preferensi nasabah Citigold telah berubah, Citi Indonesia meluncurkan kampanye “**Citigold On Your Terms**” yang menawarkan layanan *wealth management* melalui digital dan solusi finansial yang disesuaikan dengan aspirasi nasabah. Program ini diperuntukkan untuk menjawab berbagai perubahan perilaku nasabah Citigold yang semakin global dan digital.

Chief Executive Officer Citi Indonesia Batara Sianturi menyatakan, “Citi Indonesia senantiasa berusaha meningkatkan kualitas dan kinerja *retail banking* agar semakin relevan bagi nasabah Citigold di segmen *affluent*. Perkenalan ‘Citigold On Your Terms’ menjawab berbagai perubahan tren dan preferensi tujuan finansial nasabah melalui layanan perbankan digital untuk mengoptimalkan pertumbuhan investasi yang ditanamkan.”

Hasil studi terbaru yang dilakukan Citi Indonesia terhadap tren dan preferensi nasabah di segmen *affluent* menunjukkan terjadinya peningkatan penggunaan layanan digital oleh nasabah Citigold yang memiliki produk investasi dibandingkan tahun 2015. Lebih lanjut, pertumbuhan layanan digital tersebut dipicu oleh nasabah yang memiliki tujuan investasi yang berorientasi pada pertumbuhan dan berusia lebih dari 45 tahun.

Head of Consumer Banking Citi Indonesia Bea Tan menegaskan, “Hal ini menunjukkan nasabah Citigold semakin berorientasi pada pertumbuhan aset, tak sekedar menabung. Penggabungan tren ini didukung dengan kemudahan penggunaan aplikasi digital perbankan Citi Mobile seperti teknologi *touch ID* dan *soft token* untuk akses ke aplikasi *mobile banking*. Selain itu Citi juga memiliki *internet banking* yang memberikan kemudahan memantau performa dana investasi kapan pun dan dimana pun, termasuk juga fitur *e-mutual funds* untuk transaksi *top up*, *sell*, dan *switching* reksadana. Keseluruhan fitur ini akan membantu nasabah Citigold untuk dapat lebih menikmati hidup. Harapan kami nasabah Citigold menjadi aspirasi bagi masyarakat luas untuk memiliki perencanaan keuangan”.

Laporan McKinsey Consumer Insight Indonesia 2013 memproyeksikan laju konsumsi di 3 area (edukasi, *leisure*, dan kesehatan) akan meningkat lebih dari 6% per tahun¹ dari tahun 2010 – 2030 didorong oleh urbanisasi. **Head of Retail Banking Citi Indonesia Harsya Prasetyo**

¹Sumber: McKinsey Consumer Insight Indonesia 2013

menyatakan, “Tren laju konsumsi nasabah Citigold mewakili *affluent segment* di ketiga area tersebut tumbuh lebih cepat dibandingkan proyeksi umum dimana dibandingkan pada tahun 2015, terjadi pertumbuhan pengeluaran untuk edukasi lima kali lebih besar (30%), *leisure* empat kali lebih besar (24%), dan kesehatan dua kali lebih besar (12%).”

Khusus untuk kesehatan, jumlah nasabah yang melakukan transaksi di sektor kesehatan, turun sebesar 22% dibandingkan 2015 dikarenakan peningkatan jumlah nasabah yang memiliki produk asuransi sebesar 56%. Artinya, semakin banyak nasabah yang sudah terproteksi pembiayaannya, sehingga terjadi penurunan jumlah nasabah yang melakukan pengeluaran di area ini.

Hasil studi juga menunjukkan bahwa nasabah sudah semakin global, dimana kebutuhan telah bergeser untuk menjadi semakin terkoneksi dengan jaringan global (*borderless*) dan *real-time*. “Terjadi peningkatan transaksi di luar negeri secara signifikan, misalnya jumlah nasabah Citigold yang menggunakan Uber dan Hotels.com di luar negeri meningkat empat kali dan dua kali, juga terjadi peningkatan frekuensi belanja di Amazon sebesar 39%,” papar **Harsya**. “Dengan tren ini, kami meningkatkan keamanan kartu debit Citigold dengan teknologi *chip* dan *Mastercard 3D secure code* untuk transaksi *online*. Terdapat pula layanan kartu debit tambahan untuk nasabah rekening gabungan dalam mata uang pilihan untuk anggota keluarga yang berada di luar negeri. Dengan fasilitas ini, nasabah tidak perlu lagi membuka rekening tambahan di negara lain.”

Dengan tren dan perubahan preferensi nasabah, melalui “Citigold On Your Terms”, Citi Indonesia memberikan layanan dengan empat pilar keunggulan Citigold terbaru yang merefleksikan layanan *wealth management* melalui digital dan solusi finansial yang disesuaikan dengan aspirasi nasabah, yaitu:

1. **Advisory**, sehingga nasabah selalu memiliki opsi terbaik. Pilar ini dirancang untuk mendukung perjalanan investasi nasabah. Layanan: *e-mutual fund* (termasuk *top up, sell, switch*) dan *online risk profiling*.
2. **Insights**, sehingga nasabah selalu terinformasikan akan kondisi pasar investasi saat ini dan proyeksi di masa depan, dari lensa Citi sebagai bank berskala global. Nasabah berkesempatan mendapatkan akses: *market watch, market outlook* dengan *insights* lebih dari 400 global Citi analis, serta akses mengikuti *webinars*.
3. **Your Team**, sehingga nasabah selalu didukung oleh tim ahli yang membantu agar mereka tetap *on-track* dalam mencapai tujuan finansial. Tim Citigold terdiri dari: *Dedicated Relationship Manager (RM), Investment Consultant (IC), Insurance Specialist (IS), dan Treasury & FX Specialist (TFX)*
4. **Privileges**, sehingga nasabah selalu dimanjakan melalui antara lain Citigold *world privileges*, dimana nasabah Citigold Indonesia mendapatkan berbagai penawaran menarik secara global, akses ke Citigold *lounge* di seluruh dunia, biaya transaksi perbankan yang lebih murah, dan banyak lainnya.

“Harapan kami dengan diluncurkannya ‘Citigold On Your Terms’, adalah agar kami dapat melayani dengan lebih baik lagi dan menjadi semakin relevan bagi nasabah melalui berbagai layanan digital yang diperbaharui, serta akses lebih luas ke *global financial experts*. Kami pun ingin memberikan inspirasi kepada masyarakat luas akan pentingnya berinvestasi dan mencapai tujuan finansial yang diinginkan. Keberhasilan kami dalam membantu *emerging* dan *affluent segment* untuk berusaha dan berhasil mengembangkan aset diharapkan dapat memacu masyarakat untuk melakukan perencanaan keuangan yang lebih matang dan berusaha untuk sukses secara finansial.” tutup **Batara**.

--oo00oo--

Untuk informasi lebih lanjut, silakan menghubungi:

Elvera N. Makki

Country Head of Corporate Affairs

Citi Indonesia (Citibank N.A., Indonesia)

corporateaffairs.indonesia@citi.com

Tentang Citi Indonesia

Citi Indonesia adalah cabang yang dimiliki secara penuh oleh Citigroup, Inc – New York, Amerika Serikat. Di Indonesia, Citi telah berdiri sejak tahun 1968 dan merupakan salah satu bank berjangkaran internasional terbesar di negara ini. Citi mengoperasikan 10 cabang di enam kota besar – Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, dan Denpasar. Di Indonesia, Citi memiliki salah satu jaringan transaksi konsumen terbesar, dengan 33.000 titik pembayaran dan salah satu jaringan distribusi korporasi terbesar dengan 4.800 lokasi di 34 provinsi. Citibank N.A., Indonesia tergabung dalam jaringan ATM Bersama dengan lebih dari 70.000 terminal ATM yang tersebar di berbagai lokasi di seluruh wilayah Indonesia.

Di tahun 2017, Citi Indonesia mendapatkan penghargaan bergengsi sebagai **“Best Foreign Bank di Indonesia”** dari Finance Asia, **“Bank dengan Kepatuhan Pelaporan Terbaik di Kategori LLD (Lalu Lintas Devisa) dan DHE (Devisa Hasil Ekspor)”** dari Bank Indonesia, The Asset Asian Triple-A Awards sebagai **“Best e-Bank in Indonesia”**, **“Best Bank – Global in Indonesia”**, **“Best Corporate and Institutional Bank – Global in Indonesia”**, **“Best Corporate Bond in Indonesia”**, dan **“Best Liability Management in Indonesia”** serta **“Best Perform in Custodian Bank”** dan **“Indonesia Digital Innovation Award 2017”** di kategori Bank Asing dari majalah Warta Ekonomi. Tahun 2016 ini Citi Indonesia mendapatkan berbagai penghargaan, antara lain dari Triple-A Asset Awards sebagai **“Best e-Bank in Indonesia”** dan dari Global Finance sebagai **“The Best Digital Bank”**, dari Finance Asia dan dari Alpha Southeast Asia sebagai **“Best Foreign Bank in Indonesia”**, dari majalah SWA sebagai *co-winner* **“Best Companies in Creating Leaders from Within”**, dari majalah Warta Ekonomi sebagai **“Best Digital Innovation Awards for Banking in the Category of Top 1 Foreign Bank”**, dari Global Finance sebagai **“Best Digital Corporate/Institutional Bank”**, dari Euromoney di tingkat Asia sebagai **“Best Bank for Transaction Services in Asia”**, serta dari majalah Mix dalam Best Corporate Social Initiative 2016 sebagai **“Best Employee Volunteering”**. PT Citigroup Sekuritas Indonesia (PT CSI) memenangkan **“Best Securities 2016”** di kategori aset di atas Rp 1 Triliun dari Majalah Investor. Sepanjang tahun 2015 Citi Indonesia telah menerima beragam penghargaan termasuk **“Best Bank”** dari Triple-A Asset Awards, **“Best Tax Payment Bank in Indonesia”** dari KPPN VII Kantor Pajak Indonesia, **“Best Service Provider - Transaction Bank”** dari The Asset Magazine, **“Service Quality Awards 2015”** dari Service Excellence Magazine bekerjasama dengan Carre – Center for Customer Satisfaction & Loyalty (Carre CCSL), **“Best Foreign Bank in Indonesia”** dari Global Banking & Finance Review, **“Best Consumer Digital Bank 2015 (Indonesia)”** dari Global Finance Magazine.

Informasi lebih lengkap dapat diperoleh di: Website: www.citigroup.com | Twitter: @citi | Youtube: www.youtube.com/citi | Blog: <http://blog.citigroup.com> | Facebook: www.facebook.com/citiindonesia | LinkedIn: www.linkedin.com/company/citi

Untuk mendapatkan pengalaman perbankan digital, silahkan kunjungi www.citibank.co.id

GALERI FOTO



Jakarta, 5 September 2017 - Citi Indonesia meluncurkan **“Citigold On Your Terms”** *campaign* yang menawarkan layanan *wealth management* melalui digital dan solusi finansial yang disesuaikan dengan aspirasi nasabah. Program ini diperuntukkan untuk menjawab berbagai perubahan perilaku nasabah Citigold yang semakin global dan digital. Tampak pada gambar (kiri) **Head of Retail Banking Citi Indonesia Harsya Prasetyo**, **Chief Executive Officer Citi Indonesia Batara Sianturi**, bersama **Head of Consumer Banking Citi Indonesia Bea Tan** dalam peluncuran kampanye **“Citigold On Your Terms”** yang berlangsung hari ini di Jakarta.



Jakarta, 5 September 2017 - Hasil studi terbaru yang dilakukan Citi Indonesia terhadap tren dan preferensi nasabah di segmen *affluent* menunjukkan terjadinya peningkatan penggunaan layanan digital oleh nasabah Citigold yang memiliki produk investasi dibandingkan tahun 2015. Lebih lanjut, pertumbuhan layanan digital tersebut dipicu oleh nasabah yang memiliki tujuan investasi yang berorientasi pada pertumbuhan dan berusia lebih dari 45 tahun. Hal ini disampaikan oleh **Head of Retail Banking Citi Indonesia Harsya Prasetyo** pada sesi presentasi di sela acara peluncuran kampanye “**Citigold On Your Terms**” yang berlangsung hari ini di Jakarta.