

## 保誠人壽推出「WeDO」品牌形象廣告 用行動

成就想望 呼應品牌承諾「誠心誠意 從聽做起」



保誠人壽於 1 月 7 日正式推出「WeDO」品牌形象廣告，呈現出在生活中不斷向前邁進的人們，所展現的積極行動力和樂觀精神，以創新概念與速度感，帶出保誠人壽的熱情與活力。在「We are the people that DO 用行動 成就想望」的主題下，帶出我們投資健康、我們懂得理財、我們追求創新、我們回饋社會等面向，傳遞保誠人壽如何幫助客戶達成夢想，呼應對客戶的品牌承諾「誠心誠意 從聽做起」。

保誠人壽深耕台灣，對於身為客戶值得信賴的夥伴感到驕傲，也為客戶勇於追求自己的夢想，不斷追求美好幸福里程碑的態度喝采。伴隨著科技數位浪潮與客戶需求的變動，保誠人壽體現品牌承諾「誠心誠意 從聽做起」，強調以多元商品、以客為本、創新科技為核心，打造金融數位科技，透過友善、便捷、創新的服務方式，滿足客戶在人生每一個階段對保障及資產累積的需求，成就客戶的想望。

保誠人壽行銷長楊繼平表示，「這次推出的『WeDO』品牌形象廣告，其概念是傳達保誠人壽是客戶生活的一部分。面對競爭激烈瞬息萬變的市場，保誠人壽洞悉快速互動的社會脈動，透過創新科技提供智能服務，持續在與客戶的每一個接觸點上，提供優質一致的服務，帶給客戶美好的體驗，與客戶維繫長期緊密的關係。」

楊繼平進一步說明：「保誠人壽的 LOGO 以女神形象呈現，是保險業中唯一以臉部 LOGO 作為企業識別的公司，代表著百年英國品牌的人文關懷、細膩、重視情感，強調與客戶的連結，為客戶著想。這一次，我們在企業識別上也融入了新的元素，以原本女神頭上的絲帶進行變化，透過絲帶流線的呈現，表達保誠品牌的活力，向上揚的絲帶代表保誠為客戶人生各個階段進展的需求所

## 新聞稿



付諸的行動力，也代表了保誠齊心一致，用行動成就客戶的想望。」

透過這次的新品牌形象廣告，保誠人壽具體地傳達品牌承諾「誠心誠意 從聽做起」的意涵，包含：

- **以客為本**：從客戶的角度出發，傾聽客戶在人生各個階段的需求，分別提供滿足 H ( Health & Protection 健康醫療保障 )、E ( Education 子女教育 )、A ( Asset Planning & Transferring 資產傳承規畫 )、R ( Retirement 樂活退休 ) 四大需求的多元商品，持續提供創新與簡易友善的服務。
- **提供全面的解決方案**：提供符合客戶各個人生階段需求的多元商品，包含分紅保單、投資型保單、健康與保障等各式商品。
- **以人性化方式擁抱創新**：提供符合客戶生活型態的數位智能工具，讓客戶悠遊於便利的數位生活，提供美好的客戶體驗。

保誠人壽將陸續在亞洲 10 個市場推出新的品牌形象廣告，持續為客戶打造幸福的人生，未來將持續透過更便捷、更人性化、更創新的服務，**以行動成就客戶的想望**，幫助客戶更有自信地面對人生每一階段。

1 月 7 日起，保誠人壽「WeDO」品牌形象廣告將於各大媒體陸續推出，並同步推出「[#WeDO 宣言-我的#WeDO 我來說](#)」網路活動」活動網址 <https://www.pcalifewedo.com.tw/>，邀請民眾一起說出 WeDO 宣言，參與活動還有機會抽到英國倫敦來回機票。