

Al Rajhi Bank perkukuh segmen korporat, runcit

Oleh NOR SYARIZA MUHD. TAHIR

KUALA LUMPUR – Al Rajhi Bank Malaysia (Al Rajhi Bank) komited untuk terus memperkukuhkan segmen korporat dan runcit pada masa akan datang sebagai strategi untuk menghidupkan semula pelan pertumbuhan institusi kewangan itu.

Ketua Pegawai Eksekutifnya (CEO), Steve Chen berkata, pada tahun 2014 dan 2015, bank yang berpangkalan di Arab Saudi tersebut tidak memiliki CEO dan keadaan itu menjadikannya tidak mempunyai sebarang pelan pertumbuhan yang spesifik dalam tempoh



CHEN

terlibat.

“Apabila Al Rajhi Bank ‘dihidupkan semula’ pada tahun 2016, kami memperuntukkan sebahagian besar pelaburan untuk segmen korporat, memandangkan ia merupakan perniagaan baharu kami pada masa itu.

“Langkah transformasi itu ternyata telah membantu untuk menstabilkan perniagaan dengan memberikan pendapatan yang kukuh terutamanya dari segi keuntungan dan perolehan,” katanya.

Beliau berkata demikian ketika ditemui pada majlis menandatangani perjanjian kerjasama antara Al Rajhi Bank dan Sun Life Malaysia

Takaful Bhd. (Sun Life Malaysia) di sini baru-baru ini.

Pada masa ini, dari segi aset, sebanyak 70 peratus portfolio Al Rajhi Bank terdiri daripada segmen korporat, manakala selebihnya 30 peratus adalah segmen runcit.

Menurut Chen, Al Rajhi Bank dalam masa sama akan memperkukuhkan segmen runcitnya dengan memperkenalkan lebih banyak produk yang bersesuaian dengan pasaran semasa.

“Antara yang dilakukan adalah dengan memperkenalkan ciri-ciri produk yang sesuai dengan pelanggan serta penyelesaian digital yang dijangka dilancarkan pada separuh kedua tahun ini,” ujarnya.

Sementara itu, mengulas

mengenai kerjasama bank-takaful dengan Sun Life Malaysia, Steve berkata, pihaknya menasarkankan segmen insurans akan menyumbang sekurang-kurangnya 30 peratus kepada perniagaan pengurusan kekayaannya mulai tahun 2019.

“Pada masa ini, kami menawarkan dua produk di bawah kerjasama tersebut iaitu Sinar Health Plan yang dilancarkan pada Februari dan Sinar Baraqah yang diperkenalkan pada awal April lepas.

“Produk ketiga akan diperkenalkan pada bulan ini dan mengunjurkan premium bertulis kasar bernilai RM3.5 juta sehingga akhir tahun ini yang dicapai menerusi kerjasama dengan Sun Life Malaysia,” jelasnya.