

HSBC Indonesia dan Plaza Indonesia Luncurkan Kerjasama Strategis Untuk Menghadirkan Pengalaman Gaya Hidup Istimewa Bagi Nasabah *Affluent* di Indonesia

Jakarta, 26 Juni 2024 - PT Bank HSBC Indonesia ("HSBC Indonesia") dan Plaza Indonesia mengumumkan kolaborasi strategis guna memperkaya layanan gaya hidup - dalam hal berbelanja dan kuliner – serta memperkuat posisi keduanya sebagai pemain penting dalam industri jasa layanan bagi segmen pasar *affluent*.

HSBC Indonesia dan Plaza Indonesia memiliki visi yang sama dalam memberikan keuntungan dan menciptakan pengalaman istimewa bagi nasabah dan konsumen. Melalui kolaborasi ini mereka dapat menikmati mulai dari pelayanan khusus di HSBC Lounge, *valet service* dan *special parking privilege* untuk nasabah HSBC Premier, hingga promo *shopping dan dining* yang bisa dinikmati seluruh konsumen Plaza Indonesia.

Selain itu, dalam satu bulan pertama sejak peresmian kerja sama, para konsumen Plaza Indonesia dan nasabah HSBC Indonesia dapat menikmati serangkaian program khusus seperti kesempatan memperoleh hadiah langsung *voucher* Plaza Indonesia senilai hingga Rp 1 juta setelah perbelanjaan, dan *complimentary* Venchi gelato (setiap hari Sabtu dan Minggu, hingga 28 Juli 2024). Sedangkan sepanjang tahun 2024, nasabah dapat menikmati keuntungan berupa "*Buy 1 Get 1*" tiket bioskop XXI (setiap hari Sabtu), dan diskon bersantap hingga Rp 500 ribu di berbagai *merchant* pilihan. Selanjutnya, akan banyak penawaran-penawaran istimewa lain yang akan diumumkan selama periode kerjasama berlangsung.

Lanny Hendra, Direktur Wealth and Personal Banking, HSBC Indonesia, menyatakan, "HSBC Indonesia terus memberikan layanan dan keuntungan istimewa bagi nasabah *affluent* melalui tiga pilar, yaitu pengelolaan kekayaan, konektivitas internasional, dan gaya hidup. Kolaborasi strategis (dengan Plaza Indonesia) merupakan paduan yang sempurna karena kami terbukti ahli dan berkomitmen untuk memberikan pengalaman spesial kepada nasabah untuk memperkuat pilar ketiga (gaya hidup). Inovasi layanan ini karena kami memahami kebutuhan gaya hidup kelas *affluent* generasi kedua yang semakin berkembang."

"Kolaborasi ini juga menghadirkan *triple exclusive experience* dan *triple purchase privileges* yang memanjakan sekaligus menjawab kebutuhan nasabah. Pada tahun ini, HSBC telah resmi melayani nasabah di Indonesia selama 140 tahun, dan kolaborasi dengan Plaza Indonesia merupakan salah satu persembahan istimewa untuk nasabah kami.," tutup Lanny.

Sebagai pemimpin pasar pengelolaan kekayaan (*wealth management*), HSBC Indonesia juga telah menawarkan beragam solusi dan layanan menyeluruh untuk meningkatkan gaya hidup nasabah. Kolaborasi dengan Plaza Indonesia menandai fokus layanan di tahun ini, dengan meningkatkan pengalaman belanja dan bersantap di Plaza Indonesia yang menjadi pilihan utama segmen *affluent* melalui partisipasi lebih dari 25 peritel, seperti di antaranya: 8 Treasures, Bistro Baron, dan lainnya.

HSBC juga menyediakan skema cicilan 0% dengan keuntungan hingga 5 kali lebih cepat untuk mendapatkan *reward point* HSBC dan 3 kali lebih cepat untuk mendapatkan *reward point* Plaza Indonesia Privilege Card (PIPC).

Zamri Mamat, Deputy Chief Marketing Officer Plaza Indonesia menegaskan “Plaza Indonesia, sebagai pusat perbelanjaan premium terkemuka di Indonesia, berkomitmen untuk terus berinovasi dan menghadirkan pengalaman belanja yang luar biasa. Kami ingin memastikan bahwa Plaza Indonesia selalu menjadi destinasi utama bagi mereka yang mencari kemewahan dan eksklusivitas. Dengan dukungan dan kolaborasi bersama HSBC, kami yakin dapat membawa layanan dan pengalaman pelanggan ke level yang lebih tinggi lagi. Kerjasama ini tidak hanya sekadar kolaborasi bisnis, tetapi juga sebuah langkah strategis untuk memperkaya pengalaman berbelanja para pelanggan kami. Melalui sinergi ini, kami berharap dapat menghadirkan inovasi-inovasi baru yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan, serta memperkuat posisi Plaza Indonesia sebagai ikon kemegahan dan keunikan dalam industri ritel.”

Kolaborasi antara HSBC Indonesia dan Plaza Indonesia merupakan tonggak penting di pasar perbankan dalam menawarkan manfaat dan pengalaman yang tak tertandingi bagi nasabah , sekaligus menetapkan standar baru untuk segmen *affluent* di Indonesia.

###

Kontak media

Ariavita Purnamasari

Head of Communications and Corporate Sustainability, HSBC Indonesia

Mobile : +62 811 1588 685

Email : ariavita.purnamasari@hsbc.co.id

Quartantyo Yoga Utomo

PR, Marcom & Digital Manager Plaza Indonesia

Phone : 021 – 2992 0000 ext.

Mobile : 0811 888 1603

E-mail : quartantyo.utomo@plazaindonesia.com

Tentang PT Bank HSBC Indonesia

PT Bank HSBC Indonesia telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1884 dan saat ini melayani nasabah di seluruh Indonesia. PT Bank HSBC Indonesia adalah anggota dari Grup HSBC yang menawarkan layanan Perbankan Komersial dan Perbankan Global untuk nasabah Korporasi dan Institusional, Pasar Global untuk pengelolaan Treasury dan Pasar Modal serta Perbankan Kekayaan dan Perorangan PT Bank HSBC Indonesia berizin dan diawasi oleh Otoritas Keuangan dan Bank Indonesia. PT Bank HSBC Indonesia adalah anggota dari Lembaga Penjamin Simpanan Indonesia.

Tentang The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited adalah anggota pendiri Grup HSBC. HSBC melayani nasabah di seluruh dunia dari kantor di 62 negara dan wilayah di wilayah geografisnya: Eropa, Asia, Amerika Utara, Amerika Latin, serta Timur Tengah dan Afrika Utara. Dengan aset sebesar US\$3,039bn pada

31 Desember 2023, HSBC adalah salah satu organisasi perbankan dan jasa keuangan terbesar di dunia

Tentang Plaza Indonesia

Plaza Indonesia merupakan shopping centre area yang didirikan pada Maret 1990 di atas area seluas 38,050 meter persegi pada Jl MH Thamrin dan Jl Kebon Kacang, Jakarta Pusat, didesain oleh Hellmuth Obata & Kassabaum serta telah melalui tahapan renovasi di tahun 1996, 2000, 2008 dan 2014. Didirikan oleh PT Plaza Indonesia Realty Tbk memiliki komitmen untuk menciptakan area perbelanjaan premium yang penuh gaya, elegan, terintegrasi serta menjadi landmark dari perkembangan DKI Jakarta sebagai ibukota negara dengan perekonomian yang maju pesat. Pada tahun 2009, Plaza Indonesia memperluas lahan menjadi 42,325 m² di atas area gross pad 6 lantai dengan tambahan area seluas 24,672 m² dengan tiga lantai pertama menjadi perluasan area ritel yang terhubung dengan shopping centre yang sudah ada. Hingga saat ini, Plaza Indonesia telah memiliki lebih dari 400 tenants yang diantaranya 50 international luxury brands.