

SỐ HÓA DỊCH VỤ BANCASSURANCE: XU HƯỚNG QUỐC TẾ VÀ CƠ HỘI CHO VIỆT NAM

● LÊ THỊ KIM NHUNG - NGUYỄN BÍCH NGỌC

Trường Đại học Thương mại

DOI: <https://doi.org/10.62831/202508020>

TÓM TẮT:

Sự phát triển của công nghệ số đã thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng giúp các ngân hàng thương mại (NHTM) đổi mới dịch vụ, mở rộng khách hàng với chi phí thấp và nâng cao trải nghiệm người dùng. Việc tích hợp các giải pháp hiện đại và tự động hóa đã thúc đẩy chuyển đổi từ kênh phân phối truyền thống sang nền tảng số, nâng cao khả năng giao tiếp đa kênh và cá nhân hóa sản phẩm bảo hiểm theo nhu cầu khách hàng.

Trong đó, dịch vụ bancassurance đang trải qua những thay đổi sâu sắc khi ngân hàng, công ty bảo hiểm và khách hàng ngày càng ứng dụng công nghệ số nhiều hơn. Vậy những thay đổi sâu sắc khi đưa ứng dụng bancassurance vào thực tiễn Việt Nam đã được thực hiện như thế nào? Nó đã thực sự tiện ích và đồng bộ như mong muốn hay chưa để thu hút được nhiều khách hàng tham gia, đang là những vấn đề đặt ra cần có sự khảo sát, nghiên cứu, tổng hợp. Trên cơ sở phân tích xu hướng số hóa từ các nước trong khu vực và thế giới, áp dụng thực tiễn ở Việt Nam để thấy rõ những thế mạnh cũng như hạn chế, từ đó các tác giả đề xuất một số giải pháp phù hợp, bổ sung sửa đổi chính sách nhằm phát triển bancassurance số trên thị trường tài chính Việt Nam.

Từ khóa: bancassurance, ngân hàng, số hóa, bảo hiểm, công nghệ tài chính, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Bancassurance là mô hình tích hợp giữa dịch vụ ngân hàng và bảo hiểm, trong đó các sản phẩm bảo hiểm được phân phối thông qua hệ thống chi nhánh ngân hàng, mang lại nguồn thu từ hoa hồng hoặc phí dịch vụ cho ngân hàng. Thông thường, các ngân hàng thiết lập quan hệ hợp tác chiến lược dài hạn với các công ty bảo hiểm nhằm tối ưu hóa lợi ích song phương.

Trong bối cảnh thay đổi nhanh chóng hành vi

tiêu dùng, khách hàng giảm phụ thuộc vào giao dịch trực tiếp tại quầy hoặc qua trung gian bảo hiểm. Tuy nhiên, các nền tảng trực tuyến chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu khách hàng do yêu cầu đăng nhập nhiều cổng thông tin. Sự phát triển của thị trường tài chính và vai trò ngân hàng đã thúc đẩy mô hình kinh doanh tích hợp ngân hàng - bảo hiểm, sử dụng công nghệ hiện đại để nâng cao trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa vận hành.

Nghiên cứu này cung cấp tổng quan lý thuyết về

số hóa bancassurance, phân tích kinh nghiệm triển khai tại một số quốc gia, đồng thời đánh giá thực trạng phát triển bancassurance số tại Việt Nam. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các chính sách và giải pháp nhằm thúc đẩy mô hình này trong bối cảnh thị trường tài chính Việt Nam đang chuyển đổi mạnh mẽ theo hướng số hóa.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn, thu thập tài liệu từ các tạp chí khoa học, sách, bài báo học thuật qua thư viện số Science Direct, Google Scholar và các thư viện đại học. Các từ khóa tìm kiếm bao gồm "bancassurance," "số hóa," "fintech," "bảo hiểm," "Việt Nam" và các thuật ngữ liên quan. Khung thời gian tài liệu được giới hạn trong 10 năm gần đây để đảm bảo tính cập nhật. Ngoài ra, công cụ tìm kiếm Google được sử dụng để thu thập tin tức, báo cáo ngành và hội thảo, chỉ tham khảo các nguồn đáng tin cậy từ các trang web biên tập cẩn thận và báo cáo uy tín.

3. Tổng quan nghiên cứu

3.1. Khái niệm bancassurance

Shahzad Iqbal và Syed Karamatullah Hussainy (2014) định nghĩa bancassurance là mô hình kinh doanh kết hợp ngân hàng và công ty bảo hiểm, trong đó, ngân hàng là kênh phân phối chính cho các sản phẩm bảo hiểm. Các tác giả phát triển khung lý thuyết giải thích hoạt động của bancassurance và các yếu tố liên quan.

Funda H. Sezgin (2016) phân tích thách thức trong việc tích hợp ngân hàng và bảo hiểm, nhấn mạnh sự cần thiết hợp tác giữa các bên để cung cấp dịch vụ tài chính toàn diện qua một điểm truy cập duy nhất.

Do đó, bancassurance được xem là một chiến lược kinh doanh toàn diện mà các ngân hàng áp dụng nhằm mở rộng dịch vụ và gia tăng cơ hội kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm. Mô hình này mang lại lợi ích cho cả ngân hàng và khách hàng thông qua việc cung cấp các dịch vụ tài chính tích hợp và danh mục sản phẩm bảo hiểm đa dạng.

3.2. Mô hình bancassurance

Các mô hình truyền thống của bancassurance được ngân hàng áp dụng, bao gồm:

Mô hình liên minh chiến lược (Strategic Alliance Model): là sự hợp tác giữa ngân hàng và công ty

bảo hiểm, trong đó ngân hàng chịu trách nhiệm bán và phân phối sản phẩm bảo hiểm, còn các chức năng bảo hiểm khác thuộc công ty bảo hiểm (Arora và Mehta, 2018).

Mô hình tích hợp hoàn toàn (Full Integration Model): là hợp tác toàn diện, nơi ngân hàng cung cấp sản phẩm bảo hiểm dưới thương hiệu riêng và quản lý toàn bộ quy trình, bao gồm cả dịch vụ sau bán hàng.

Mô hình hỗn hợp (Mixed Model): cho phép ngân hàng bán danh sách khách hàng tiềm năng cho công ty bảo hiểm, trong khi công ty bảo hiểm chịu trách nhiệm tiếp thị và bán sản phẩm, yêu cầu đầu tư kỹ thuật tối thiểu và giúp ngân hàng tận dụng dữ liệu khách hàng để tạo ra nguồn thu mà không tham gia trực tiếp vào phân phối bảo hiểm (Shobha và Chandrakala, 2018).

3.3. Chuyển đổi số và mô hình bancassurance số

Trong bối cảnh chuyển đổi số, mô hình kinh doanh số (Digital Business Models - DBMs) đã thay thế phương thức truyền thống, thay đổi nhiều lĩnh vực đời sống. "Chuyển đổi số" (Digital Transformation - DT) đề cập đến sáng kiến sử dụng hệ thống kỹ thuật số để nâng cao tương tác giữa máy móc và con người. Temelkov (2020) cho rằng, ngân hàng truyền thống không bị ảnh hưởng cho đến khủng hoảng năm 2007, khi Fintech phát triển, dẫn đến sự ra đời của ngân hàng số và neo-banks. ZeeBiz (2021) cho rằng, ngân hàng tích hợp ngân hàng số với chi nhánh truyền thống, tạo mô hình ngân hàng lai. Trong khi đó, Bennett (2023) chỉ ra 9% chi nhánh vật lý của ngân hàng - nơi có cơ sở hạ tầng và cán bộ ngân hàng, khách hàng có thể đến giao dịch trực tiếp - đã đóng cửa từ năm 2017-2021, khi đại dịch Covid-19 xảy ra.

Mô hình số của bancassurance

Các tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực bancassurance đang được cả ngân hàng và công ty bảo hiểm tận dụng để nâng cao hiệu quả vận hành, tối ưu hóa quy trình cung cấp dịch vụ và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

- Sử dụng công nghệ Blockchain: công nghệ Blockchain được áp dụng để thực hiện các quy trình nhanh chóng, minh bạch và an toàn trong việc xác thực, thẩm định bảo hiểm và phân bổ yêu cầu bồi thường. Phương pháp này nâng cao tính minh bạch,

tối ưu hóa quy trình tiếp nhận khách hàng và tự động hóa việc đối chiếu hoa hồng thông qua việc sử dụng hợp đồng thông minh (Ganapathy, 2020).

- Phân tích Dữ liệu lớn (Big Data Analytics): các ngân hàng có khả năng lưu trữ và quản lý dữ liệu toàn diện về khách hàng, bao gồm thông tin tài chính, nhân khẩu học, lịch sử giao dịch, hồ sơ thanh toán tín dụng và danh mục tài sản tổng thể. Các kênh bancassurance có thể khai thác nguồn dữ liệu phong phú này để dự đoán nhu cầu của khách hàng và cung cấp các sản phẩm bảo hiểm được cá nhân hóa. Các giải pháp phân tích dữ liệu giúp hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì hợp đồng bảo hiểm của khách hàng, thông qua phân tích so sánh về rủi ro, chi phí, biến động, định giá và các yếu tố liên quan khác (Ahmed, 2021).

- Ứng dụng Internet vạn vật (Internet of thing - IoT) trong Bancassurance. IoT được ứng dụng trong quy trình thẩm định bảo hiểm và giải quyết bồi thường bằng cách sử dụng dữ liệu thời gian thực, giúp cải thiện quy trình và đánh giá rủi ro chính xác hơn. Sự tích hợp giữa khách hàng và thiết bị IoT cho phép cung cấp các gói bảo hiểm dựa trên hành vi thực tế, theo dõi thói quen của người được bảo hiểm. Các ứng dụng IoT trong bảo hiểm bao gồm hệ thống viễn thông trong bảo hiểm ô tô, thiết bị theo dõi sức khỏe, an ninh nhà ở, thiết bị đeo tay cho bảo hiểm y tế, cảm biến báo cháy trong bảo hiểm tài sản và nhiều ứng dụng khác (Rashmi & Bhardwaj, 2021).

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Tầm quan trọng của chuyển đổi số trong bancassurance

Cuộc khảo sát của McKinsey (2018) trên 118 ngân hàng toàn cầu cho thấy kênh bancassurance kỹ thuật số chiếm 19% doanh số bảo hiểm phi nhân thọ và 2% bảo hiểm nhân thọ. Số hóa giúp tiết kiệm 15-20% chi phí bảo hiểm nhân thọ, cung cấp dịch vụ nhanh chóng, tiện lợi và an toàn hơn. Các gói bảo hiểm hiện nay được thiết kế nhằm tăng cường bảo vệ rủi ro (trộm cắp dữ liệu, gian lận trực tuyến, tấn công trang web...) cho các công ty thương mại điện tử. Có thể đưa ra một số lý do thúc đẩy việc số hóa dịch vụ bancassurance như sau:

- Khách hàng đang có những sở thích thay đổi đáng kể, tác động đến cả ngân hàng và công ty bảo

hiểm. Ngày càng nhiều khách hàng không muốn trực tiếp đến các chi nhánh ngân hàng hoặc gặp gỡ các nhà môi giới cũng như đại lý bảo hiểm. Thay vào đó, họ thường lựa chọn sử dụng dịch vụ tài chính trực tuyến nhằm tiết kiệm thời gian, chi phí di chuyển và phòng tránh dịch bệnh.

- Ngân hàng và công ty bảo hiểm đang gặp khó khăn trong việc duy trì và tăng trưởng thu nhập của họ. Đối với ngân hàng, thu nhập từ hoạt động tín dụng ngày càng giảm khi cạnh tranh về lãi suất cho vay càng gay gắt. Đối với công ty bảo hiểm, việc tăng doanh thu phí bảo hiểm khai thác mới cũng không dễ dàng. Để đối phó, họ đang tìm kiếm nguồn doanh thu mới và duy trì lòng trung thành của khách hàng. Do đó, khi Bancassurance xuất hiện, nó đã trở thành chiến lược khả thi, giúp tăng thu nhập qua hoa hồng từ việc bán bảo hiểm và cung cấp dịch vụ kỹ thuật số hiệu quả.

4.2. Xu hướng phát triển bancassurance số tại châu Âu và Mỹ

Pháp dẫn đầu thị trường bancassurance kỹ thuật số ở châu Âu, với dự báo các khoản đóng góp bảo hiểm sẽ đạt gần 9 tỷ Euro vào năm 2023 và vượt 24 tỷ Euro vào năm 2028. Đồng thời, cũng là nước tỷ lệ sử dụng ngân hàng trực tuyến cao và tiềm năng lớn trong phát triển bancassurance số. Tại Đức, thị trường bancassurance kỹ thuật số sẽ tăng lên khoảng 23 tỷ Euro trong 10 năm tới, với Friendsurance dự báo đạt 8 tỷ Euro trong 5 năm. Deutsche Bank sẽ tích hợp sản phẩm của Friendsurance vào cổng thông tin ngân hàng, với doanh thu bảo hiểm hàng năm dự kiến gần 23 tỷ Euro vào năm 2028.

Thị trường bancassurance của Hoa Kỳ đã có sự tăng trưởng ổn định trong những năm gần đây, được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng đối với giải pháp tài chính một cửa, cải thiện môi trường pháp lý và những tiến bộ công nghệ. Tại đây, các ngân hàng và công ty bảo hiểm đang tận dụng các nền tảng kỹ thuật số để hợp lý hóa quy trình, nâng cao trải nghiệm của khách hàng và cung cấp các giải pháp bảo hiểm được cá nhân hóa. Năm 2024, các công ty tham gia thị trường bancassurance chính tại Hoa Kỳ là: JP Morgan Chase n Co., Well Fargo, Bank of America Corporation, Citigroup, Goldman Sach Group, Morgan Stanley và US. Bancorp.

4.3. Xu hướng tại châu Á

Trung Quốc yêu cầu các ngân hàng và công ty bảo hiểm đạt tiến triển rõ ràng trong chuyển đổi số vào năm 2025 theo hướng dẫn của Ủy ban quản lý ngân hàng và bảo hiểm Trung Quốc (CBIRC). Chính phủ thúc đẩy phát triển các sản phẩm tài chính số hóa và sáng kiến tài chính dựa trên công nghệ và tài sản số. Xây dựng nền kinh tế số mạnh mẽ là chiến lược quốc gia nhằm thúc đẩy tăng trưởng và cải thiện khả năng cạnh tranh toàn cầu của Trung Quốc. Các ngân hàng lớn ở Trung Quốc cũng sử dụng tự động hóa bán hàng, cho phép hợp tác với các công ty bảo hiểm trong hệ thống bảo lãnh, như Ngân hàng Trung Quốc tích hợp thông tin tài khoản và bảo hiểm di động.

Tại Hàn Quốc, giai đoạn 2016-2020, doanh số khai thác mới bảo hiểm nhân thọ giảm lần lượt -16,8% và -14,9%. Để khắc phục tình trạng này, các ngân hàng đã áp dụng phương pháp tiếp cận kỹ thuật số và đa kênh. K Bank đã cung cấp bảo hiểm qua ứng dụng di động từ năm 2017; Kakao Bank triển khai bảo hiểm kỹ thuật số vào năm 2022.

Indonesia đang bước vào kỷ nguyên bảo hiểm kỹ thuật số, với các giám đốc điều hành ngành thúc đẩy tư duy kỹ thuật số tại Diễn đàn Bảo hiểm châu Á 2024. Các công ty bảo hiểm đang tận dụng kênh kỹ thuật số để thu hút khách hàng am hiểu công nghệ. Số hóa mang lại cơ hội như mở rộng phạm vi tiếp cận và cải thiện giao tiếp, nhưng cũng đối mặt với thách thức xử lý hệ thống cũ và quá trình chuyển đổi kỹ thuật số phức tạp.

4.4. Bancassurance số tại Việt Nam

Tại Việt Nam, thông tin từ Ngân hàng Nhà nước cho biết, 95% các ngân hàng thương mại đã bắt đầu hoặc xây dựng chiến lược chuyển đổi số. Trong đó, 19% thành lập ngân hàng số và 88% số hóa hoạt động kinh doanh. Hệ sinh thái ngân hàng đang hình thành, hỗ trợ bởi các giải pháp FinTech và BigTech, đặc biệt trong thanh toán và tín dụng tiêu dùng.

Các công ty bảo hiểm tại Việt Nam cũng đang đẩy mạnh số hóa. Prudential Việt Nam ra mắt ứng dụng "Pulse by Prudential", Manulife giới thiệu eClaims để tiện lợi hóa yêu cầu bồi thường trực tuyến. FWD đã số hóa toàn bộ giao dịch, loại bỏ giấy tờ và tiền mặt. PTI hợp tác với INSO Việt

Nam ra mắt ứng dụng INSO cho phép mua và yêu cầu bồi thường bảo hiểm mọi lúc. Tháng 3/2021, BIDV Insurance đã ký kết hợp tác chuyển đổi số với PwC. Mặc dù thị trường InsurTech còn nhỏ, nhưng đang phát triển nhanh với các công ty khởi nghiệp như 9line và Papaya.

Kênh bancassurance tại Việt Nam đóng góp khoảng 20% doanh thu phí bảo hiểm, thấp hơn so với các nước trong khu vực (30-45%). Một vấn đề lớn là ngân hàng chưa chuẩn bị đầy đủ cơ sở hạ tầng để triển khai bancassurance. Sản phẩm bảo hiểm đòi hỏi phải có sự tư vấn từ đội ngũ nhân sự có chuyên môn, trong khi hệ thống CRM của ngân hàng hiện tại còn hạn chế, chỉ chủ yếu tập trung vào khách hàng vay mới. Hệ thống cơ sở hạ tầng giữa ngân hàng và công ty bảo hiểm liên kết chưa tích hợp hiệu quả, ảnh hưởng đến trải nghiệm khách hàng. Vì vậy, để phát triển bancassurance, cần phân tích cơ hội về ứng dụng công nghệ số, đổi mới phương thức giao dịch trong kỷ nguyên số nhằm tạo lợi thế cạnh tranh cho các tổ chức tài chính.

5. Kết luận và hàm ý

5.1. Cơ hội phát triển dịch vụ bancassurance số tại Việt Nam

Ông Gaurav Sharma - Tổng giám đốc BIDV MetLife đã dự đoán triển vọng tích cực cho thị trường bảo hiểm Việt Nam, dù tỷ lệ tham gia bảo hiểm còn thấp. Chỉ 11% dân số Việt Nam mua bảo hiểm nhân thọ năm 2021, thấp hơn nhiều so với Malaysia (50%), Singapore (80%) và Hoa Kỳ (90%). Mức thâm nhập bảo hiểm nhân thọ chỉ đạt 2% GDP năm 2020, thấp so với các nước trong khu vực, như Thái Lan (3,1%) và Singapore (9,8%), cho thấy tiềm năng tăng trưởng cho ngành Bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam là rất lớn.

Bên cạnh đó, báo cáo của Tổ chức Y tế Thế giới cho thấy tỷ lệ dân số trên 60 tuổi sẽ tăng từ 12% lên 22% trong thời gian từ năm 2015 đến năm 2050. Tại Việt Nam, tỷ lệ người dân trên 65 tuổi dự báo sẽ đạt 14,17% vào năm 2036, đánh dấu giai đoạn già hóa dân số. Sự gia tăng dân số già sẽ thúc đẩy nhu cầu bảo hiểm sức khỏe, nhân thọ và hưu trí, từ đó thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động bancassurance, đặc biệt ở các nước đang phát triển (Bhakat và cộng sự, 2021).

Trong bối cảnh số hóa toàn cầu và xu hướng giảm chi nhánh ngân hàng vật lý, các ngân hàng phải chuyển hướng cung cấp dịch vụ bảo hiểm liên kết ngân hàng theo hướng số hóa để đáp ứng thói quen giao dịch trực tuyến của khách hàng. Dựa trên kinh nghiệm từ các ngân hàng châu Âu, bancassurance số hóa cần tập trung vào 3 yếu tố: (i) cá nhân hóa sản phẩm dựa trên dữ liệu khách hàng; (ii) tận dụng số hóa để nâng cao trải nghiệm khách hàng; (iii) tối ưu hóa bán hàng đa kênh thống nhất.

5.2. Một số hàm ý phát triển bancassurance số tại Việt Nam

Từ những số liệu tham khảo và phân tích của các nước trong khu vực và từ các nước lớn có lịch sử nền tài chính - ngân hàng lâu năm về dịch vụ ngân hàng số và bancassurance số, cho thấy xu hướng phát triển các dịch vụ nói trên tại Việt Nam là điều tất yếu và chúng ta phải nhanh chóng bắt tay vào thực hiện sớm nhất có thể. Trong đó, sự hợp tác giữa các ngân hàng và tổ chức bảo hiểm là điều cần thiết để cung cấp các sản phẩm bảo hiểm thông qua nền tảng số, đảm bảo giới thiệu khách hàng liên mạch và quy trình thu thập, phân tích dữ liệu hiệu quả. Việc kết hợp trí tuệ nhân tạo (AI) theo thời gian thực để đánh giá khiếu nại sẽ nâng cao giá trị đề xuất cho khách hàng.

Việc sử dụng nhiều kênh và đảm bảo khả năng truy cập bảo hiểm trên các nền tảng khác nhau, bao gồm ứng dụng di động rất quan trọng. Quy trình đăng ký bảo hiểm cần nhiều thông tin chi tiết và việc không thể hoàn tất đăng ký trên nhiều thiết bị có thể khiến khách hàng nản lòng. Do đó, cần tích hợp các kênh và nền tảng vào hành trình khách hàng, cùng với các đề xuất điền sẵn dữ liệu để hợp lý hóa quy trình.

Việc sử dụng các khách hàng tiềm năng có giá

trị cao và sử dụng phân tích dữ liệu lớn để tiến hành lập hồ sơ tâm lý của khách hàng có thể nâng cao mức độ tương tác của người tiêu dùng. Dữ liệu có thể được sử dụng hiệu quả để bắt đầu các cuộc trò chuyện thông minh, tùy chỉnh với khách hàng và khám phá các cơ hội bán chéo mới.

Việc quản lý bancassurance hiệu quả đòi hỏi phải có sự quản lý thực hành đáng kể, đây là một thách thức trong bối cảnh số hóa. Bancassurance có thể học hỏi từ các nền tảng kỹ thuật số độc lập bán bảo hiểm trực tuyến thông qua ứng dụng và trang web, đồng thời xem xét các chiến lược và hoạt động của họ.

5.3. Kết luận

Để thu hút nhóm khách hàng trẻ, các ngân hàng và công ty bảo hiểm nên sử dụng phương pháp kỹ thuật số, vì thế hệ này tìm kiếm giải pháp nhanh chóng và giá trị gia tăng cho khoản đầu tư. Các ngân hàng có thể nâng cao trải nghiệm của khách hàng bằng cách sử dụng thế hệ nhân viên trẻ, có hiểu biết về công nghệ, nhưng họ cần được đào tạo đầy đủ về các sản phẩm bảo hiểm. Nhân viên phải có khả năng tư vấn cho khách hàng với sự hiểu biết về dịch vụ bảo hiểm. Việc giải quyết thắc mắc cho khách hàng về thời gian thực và tạo hành trình kỹ thuật số liên mạch cũng rất quan trọng.

Tóm lại, mặc dù từ lâu bancassurance đã là một mô hình kinh doanh thành công, sự trỗi dậy của bancassurance số sẽ phá vỡ mô hình truyền thống bằng cách cung cấp sự tiện lợi, cá nhân hóa và đổi mới. Trong khi mô hình bancassurance thông thường có thể tiếp tục thu hút những khách hàng coi trọng tương tác trực tiếp với các đại lý bảo hiểm thì sự ưa chuộng ngày càng tăng đối với các kênh kỹ thuật số trong các giao dịch tài chính cho thấy bancassurance số sẽ đóng vai trò ngày càng quan trọng trong tương lai ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Ganapathy, V. (2020). Digital Bancassurance Business models. SAMVAD: SIBM Pune Research Journal, (21), 48-62.
- Marzai, E. (2018). Bancassurance in digital era. International conference on Business Excellence, 12(1), 601-611.
- Navdeep Kaur (2023). Revolution in bancassurance business: A study on it digital model. Sudarshan Research Journal, (1), 39-50.

Nguyen Anh Tuan (2020). Bancassurance activities in the digital banking era. Journal of Financial Markets and Monetary, No. 6/2020.

Temelkov, Z. (2020). Differences between traditional bank model and fintech based digital bank and neobanks models. SocioBrains, International scientific refereed online journal with impact factor, (74), 8-15.

Ngày nhận bài: 28/12/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/1/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/1/2025

BANCASSURANCE DIGITALIZATION: INTERNATIONAL TRENDS AND OPPORTUNITIES FOR VIETNAM

● **LE THI KIM NHUNG¹**

● **NGUYEN BICH NGOC¹**

¹Thuongmai University

ABSTRACT:

The rapid evolution of digital technologies has accelerated the transformation of the financial and banking sector, enabling commercial banks to innovate service offerings, broaden their customer base at minimal cost, and elevate the user experience. By integrating advanced solutions and automation, banks have shifted from traditional distribution channels to digital platforms, enhancing multi-channel communication and tailoring insurance products to individual customer needs. Bancassurance, in which banks and insurers collaborate to distribute insurance, has been particularly affected by this shift: all parties increasingly adopt digital tools to streamline operations and engage clients. Yet in Vietnam, the practical deployment of digital bancassurance raises critical questions: To what extent have these innovations been implemented in real-world settings? Do they achieve the desired levels of convenience, synchronization, and customer appeal? Drawing on a comparative analysis of digitalization trends in regional and global markets, this study examines Vietnam's digital bancassurance landscape to identify its strengths, weaknesses, and policy gaps. Based on our findings, we propose a series of targeted recommendations, ranging from technological enhancements to regulatory adjustments, to foster the sustainable growth of digital bancassurance within Vietnam's financial ecosystem.

Keywords: bancassurance, banking, digital, insurance, fintech, Vietnam.