

“ทิพยประกันภัย” สร้างปรากฏการณ์ ครั้งยิ่งใหญ่!! ชู มาร์เกตติ้งเชิงรุก ส่งแคมเปญใหม่ “Tip Plus เกิน คาด” เจาะรายย่อย



ทิพยประกันภัย สร้างปรากฏการณ์ เปิดตัวแคมเปญ “Tip Plus เกินคาด” อย่างยิ่งใหญ่ เจาะกลุ่มลูกค้า
รายย่อย เดินหน้าลุยตลาดเชิงรุกครึ่งปีหลังอย่างจริงจัง ตั้งเป้ายอดขายแคมเปญนี้ทะลุ 2,500 ล้านบาท
ภายใน 2 ปี พร้อมเปิดตัวฟรีเชนเตอร์ 3 หมู่ ทิพยพลัส “กบ-แท่ง-มอส” หวังสร้างการ
จดจำแบรนด์ทิพยประกันภัยในวงกว้าง มั่นใจ เบี้ยประกันปีนี้ขยายตัวเพิ่ม 12.5%



นายสมพร สืบถวิลกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า บริษัท
หันมามุ่งเน้นกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกอย่างจริงจัง โดยจะขยายไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยมากขึ้น หลังจากทีพบว่า
ลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีโอกาสที่จะทำตลาด ได้อีกมาก ล่าสุดบริษัทได้ออก
แคมเปญ “TiP PLUS เกินคาด” ด้วยแพ็คเกจประกันภัย 3 รูปแบบใหม่ ภายใต้แนวคิด “ดูแลกันดีเกินคาด”
เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย

ทั้งนี้ ทิพยประกันภัย เข้าใจถึงปัญหาเดิมๆ ของผู้ทำประกันภัย ถึงแม้ทำประกันไปแล้ว ยังต้องกังวลว่า
ความคุ้มครองจะครอบคลุมอย่างที่ต้องการหรือไม่ หรือคุ้มครองค่าเบี้ยประกันหรือไม่ จึงได้วิเคราะห์ ศึกษาถึง
ความต้องการ และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค จนออกมาเป็นแพ็คเกจประกันภัย 3 รูปแบบ ประกอบด้วย

- **TiP MOTOR 3 PLUS**จ่ายเบาๆก็ไว้กังวลเกินคาด นอกจากคุ้มครองคู่กรณีและอุบัติเหตุแล้วยังดูแลถึงการ
ใช้รถในชีวิตประจำวัน อาทิ รถเสีย น้ำมันหมด แบตเตอรี่เสื่อม รถเคลื่อนที่ไม่ได้ TiP MOTOR
3 PLUS ที่เดียวที่ยกระดับการบริการตั้งประกันภัยชั้นหนึ่ง
- **TiP HOME PLUS**ประกันภัยที่อยู่อาศัยที่ไม่ใช่คุ้มครองแค่ตัวบ้าน และอัคคีภัย เหมือนประกันบ้านทั่วไป
บุคคลที่สามที่ได้รับบาดเจ็บภายในบ้าน ไปจนกระทั่งกระจกแตก ก็สามารถเคลมได้
- **TiP FORTY PLUS**ยิ่งแก่ ยิ่งคุ้ม โดยปกติแล้วประกันทั่วไป ผู้ทำประกันจะต้องจ่ายค่าเบี้ยแพงขึ้นเมื่ออายุ
มากขึ้น แต่ประกันตัวนี้ให้คุณจ่ายเบี้ยถูกเท่ากันทุกปี ตั้งแต่อายุ 40 ปี จนถึง 65 ปีพร้อม สิทธิพิเศษ
เพิ่มการคุ้มครองกระดูกแตกหัก ชดเชยค่ารถเข็น (ในกรณีแพทย์สั่ง) และอื่นๆมากมาย

“ด้วยความแข็งแกร่งของบริษัทที่ประสบความสำเร็จด้านการประกันภัยให้กับองค์กรขนาดใหญ่

ทั้ง

ภาครัฐ และเอกชน รวมถึงโครงการใหญ่ๆ สำคัญมากมายระดับประเทศจึงได้นำความแข็งแกร่งเหล่านี้มาผสมผสานกันเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงใจกับความต้องการของกลุ่มลูกค้ารายย่อย” **นายสมพร กล่าว**

พร้อมทั้งยังได้ 3 หมู่ **กบ-แพ่ง-มอส** มาเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับทิพยประกันภัย ซึ่งแต่ละคนจะเป็นตัวแทนของแต่ละผลิตภัณฑ์ และเพื่อสร้างการรับรู้ในตัวแบรนด์และแคมเปญใหม่นี้อย่างแพร่หลายมากขึ้น และได้เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ **“TIP PLUS เกินคาด”**เป็นครั้งแรก!!

นายสมพร กล่าวต่อว่า สำหรับเป้าหมายยอดขายแพคเกจ **“TiP PLUS เกินคาด”** คาดว่าจะ สร้างรายได้เบี้ยประกันราว 2,500 ล้านบาท ภายในระยะเวลา 2 ปีนับจากนี้ (2557 – 2558) ส่งผลให้ **มาร์เก็ตแชร์** ของ**ทิพยประกันภัย**เพิ่มเป็น 10 % ขณะที่แผนการดำเนินธุรกิจปี 2557 บริษัทตั้งเป้า **เบี้ยประกันภัย** รักรวมปีนี้ไว้ที่ 27,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่า 12.5% จากปี 2556 ที่เบี้ยประกันภัยรักรวมที่ 24,000 ล้านบาท และเตรียมออกแคมเปญใหม่ๆต่อเนื่อง เพิ่มช่องทางการตลาด ขยายตัวแทนจำหน่าย รวมถึงร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจทั้งธนาคารและสถาบันการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้ารายย่อยให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ส่วนภาพรวมธุรกิจประกันภัยช่วงครึ่งปีหลังนั้น แนวโน้มเริ่มกลับมาดีขึ้นหลังเศรษฐกิจค่อยๆปรับตัวดีขึ้น เริ่มมีการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นตามนโยบายคืนความสุขของคสช. บริษัทประกันภัยรายใหญ่ๆ **เริ่มออกแคมเปญใหม่ๆ** มากขึ้น ซึ่งสร้างการแข่งขันให้ดุเดือดและกลับมาคึกคักอีกครั้ง รวมถึงบริษัท **ได้ปรับกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกให้** สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

ด้วยสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ **ทิพยประกัน** ได้จัดกิจกรรมส่งมอบความสุขให้คนไทยเพื่อ **ร่วมเป็นส่วน** หนึ่งในโครงการ **“ทำความดี จากวันแม่ถึงวันพ่อ”** โดยจะนำรายได้ส่วนหนึ่งจาก **การขายกรมธรรม์ TiP PLUS** ระหว่างวันที่ 12 สิงหาคม 2557 – 5 ธันวาคม 2557 เข้าสมทบทุนมูลนิธิ **ในพระบรมราชูปถัมภ์** เพื่อถวาย เป็นพระราชกุศล แต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ โดยเสด็จพระราชกุศลตามพระราชอัธยาศัย