ทีคิวเอ็มตั้งเป้าเบี้ย 11,000 ล้านบาท โฟกัสแบบ Segmentation มุ่งตอบโจทย์ทุกความต้องการ

ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ เปิดกลยุทธ์ที่เน้นโปรดักท์เฉพาะกลุ่มลูกค้า แบบเข้าถึงทุกเจนเนอเรชั่น ให้ความคุ้มครองครบทุกภัย เสิร์ฟตรงตามไลฟ์สไตล์ผ่านช่องทางที่ลูกค้าสะดวก พร้อมเดินหน้าเพิ่มศักยภาพความเป็นดิจิตอลโบรคเกอร์ประกันภัย จัดเต็มให้ลูกค้ามากกว่า

ดร.อัญชลิน พรรณนิภา ประธาน บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เปิดเผยว่า ในปี 2560 บริษัทสามารถเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 10,147 ล้านบาท เติบโต 7% เมื่อเทียบช่วงเดียวกันของปี 2559 แบ่งเป็นสัดส่วนเบี้ยรับประกันภัยรถยนต์ คิดเป็น 77% ไม่ใช่รถยนต์หรือนอนมอเตอร์ 14% และประกันชีวิต 9%

“ปีที่ผ่านมาเป็นปีที่ท้าทายมากสำหรับทีคิวเอ็ม เนื่องจากการรับรู้และการตอบสนองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อประกันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ประกอบกับการเตรียมความพร้อมของกลุ่มธุรกิจเพื่อนำทีคิวเอ็มเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้ทีคิวเอ็มต้องปรับกระบวนการ พัฒนาองค์กรให้แข็งแกร่งมากขึ้น สุดท้ายก็ยังมองเห็นโอกาสที่ทีคิวเอ็มจะตอบสนองความต้องการให้ลูกค้าทุกเจนเนอเรชั่นได้มากขึ้น

ปีนี้ทีคิวเอ็มจะพัฒนาโปรดักท์ในแนวคิด Customizationเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยังคงให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า (Customer Oriented) โดยจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Product Segmentation) เพราะแต่ละกลุ่มมีความต้องการที่แตกต่างกัน เน้นความคุ้มครองที่มากกว่า มีให้เลือกหลากหลาย ครบทุกภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน อาทิ ประกันภัยรถยนต์ ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าเลือกช๊อปได้ตามความต้องการในราคาที่คุ้มค่า (Value for Money) และได้รับบริการช่วยเหลือจากทีคิวเอ็มตลอด 24 ชั่วโมง ตามนโยบายเชิงรุกในการดูแลลูกค้าภายใต้คอนเซ็ปต์ “TQM Beside” โดยจะทยอยออกโปรดักท์กันทั้งปี”

ส่วนช่องทางการสื่อสารถึงลูกค้า ทีคิวเอ็มกำหนดแผนการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายทุกเจนเนอเรชั่น โดย Gen B (Baby Bloom) ยังคงเป็นกลุ่มที่ใช้การสื่อสารแบบออฟไลน์เป็นหลัก

ซึ่งทีคิวเอ็มก็มีบริการผ่านทางโทรศัพท์ 24 ชั่วโมง เพื่อให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้ ขณะที่สื่อออฟไลน์ต่าง ๆ ก็ยังคงเน้นไปทีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทีวี ส่วน Gen X และ Y ยังคงเป็นกลุ่มที่ชอบหาข้อมูลและตัดสินใจซื้อผ่านทางออนไลน์ แต่เมื่อมีข้อสงสัยก็ต้องพร้อมที่จะให้ข้อมูลกับคนกลุ่มนี้ ด้วยบริการ Live Chat 24 ชั่วโมง หรือสอบถามที่ Hotline TQM 1737 ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเช่นกัน

ดร.อัญชลินได้เปิดเผยต่อถึงลูกค้ากลุ่มดิจิตอลว่าทีคิวเอ็มมีฐานลูกค้ากลุ่มดิจิตอลกว่า15,000,000 คน จากทุกช่องทางของเราไม่ว่าจะเป็น www.tqm.co.th, LINE Official และ Facebook ซึ่งนับว่าเป็นคอมมูนิตี้ที่มีความสำคัญมาก ทำให้เราสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดีมากขึ้น การสื่อสารแบบ Two way communication ยิ่งทำให้เราเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้ในทุกมิติ ซึ่งสุดท้ายแล้วก็นำกลับมาพัฒนาเป็นบริการกลับไปให้ลูกค้านั่นเอง นอกจากนี้ทีคิวเอ็มยังเน้นพัฒนาการให้บริการออนไลน์แบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นการเช็คเบี้ยประกัน เปรียบเทียบเบี้ยประกันได้ด้วยตัวเอง การแชทขอคำปรึกษา การพัฒนาแอพพลิเคชั่น TQM Beside ให้ใช้งานได้สะดวกมากขึ้น ซึ่ง TQM Beside ไม่ใช่แค่แอพเคลมประกัน แต่เป็นแอพที่ให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ สามารถจองคิวอู่ก่อนนำรถเข้าซ่อมได้ตรวจสอบข้อมูลการทำประกัน และรับสิทธิประโยชน์บนแอพที่มีให้เลือกครบทุกไลฟ์สไตล์ และเวอร์ชั่นใหม่ที่จะพัฒนาในปีนี้คือจะสามารถซื้อประกันบนแอพได้ทันที รวมถึงการให้บริการหรือร่วมกิจกรรมผ่านทาง LINE Official และ Facebook เป้าหมายคือให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก ง่าย ดาย เวลาไหนก็ได้

อีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญคือ ในปีนี้ทีคิวเอ็มจะจับมือร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ (Alliance) อื่นที่หลากหลายมากขึ้น มอบสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าทั้งสองฝ่าย โดยจะเน้นให้ลูกค้าทั้งสองกลุ่มได้ประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเป็นพันธมิตรร่วมกับดีแทค ที่จะมีการขยายความร่วมมือในส่วนอื่น ๆ เพิ่มเติมอีก ในปีนี้มีแผนที่จะขยายความร่วมมือกับพันธมิตรรายใหม่ ที่จะมาเติมเต็มความสะดวกสบายของลูกค้าทั้งสองฝ่าย

นอกจากนี้ ในปีนี้ ถือเป็นการฉลองการก้าวเข้าสู่ปีที่ 65 ของทีคิวเอ็ม ดังนั้น จึงได้จัดแคมเปญพิเศษให้ลูกค้าโดยเฉพาะกับโครงการ “บอกต่อสิ่งดีๆ TQM ก้าวสู่ 65 ปี แจกใหญ่ แจกจริง ลุ้นรางวัลคูณ 2” เพียงซื้อประกันกับ TQM หรือจะแนะนำเพื่อนหรือครอบครัวมาเป็นสมาชิก TQM Family Club รับสิทธิ์ลุ้นรางวัลทุกเดือนทั้งผู้แนะนำและสมาชิกใหม่ รางวัลใหญ่รถยนต์ Toyota YARIS 2 คัน และรางวัลอื่น ๆ รวมทั้งหมดกว่า 6,500 รางวัล มูลค่ากว่า 2,000,000 บาท โดยไม่จำกัดสิทธิ์การแนะนำ ยิ่งแนะนำมาก ยิ่งได้รับสิทธิ์ในการลุ้นรางวัลมาก ระยะเวลาโครงการเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2561 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2562

ในปี 2561 ทีคิวเอ็มตั้งเป้าเบี้ยประกันภัยรวม 11,000 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ 8% “ทีคิวเอ็มยัง

คงเดินหน้าพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องด้วยมาตรฐานระดับสากล ที่ให้บริการมากกว่าแค่ซื้อประกัน พร้อมทั้งมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมประกันภัยเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในทุกช่องทาง (Omni channel)” ดร.อัญชลิน กล่าว

ทีคิวเอ็ม ไม่หยุดทำดีที่สุดเพื่อคุณ