

“หัวเว่ย” ช่วยบริษัท CPIC คงความเป็น

ผู้นำอุตสาหกรรมประกันภัยจึนในยุคดิจิทัล

“สำหรับบริษัทบริการทางการเงินแบบดั้งเดิมแล้ว การเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลไม่ใช่ทั้งข้อกำหนดหรือเทรนด์ แต่เป็นกุญแจสำคัญเพื่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจในระยะยาว โดยกลยุทธ์ด้านดิจิทัลของ CPIC นั้น มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจให้ทันสมัย ด้วยการนำประโยชน์จากเทคโนโลยีต่างๆ CPIC มุ่งมั่นปฏิรูประบบดิจิทัล และจะร่วมมือกับหัวเว่ยต่อไป เพื่อมอบบริการประกันภัยที่สะดวกสบายและมีคุณภาพสูงแก่ลูกค้า” – หยาง เสี่ยวหลิง รองประธานและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายดิจิทัลของ CPIC

เช่นเดียวกับโรงแรมมากมายที่กลายมาเป็นจุดเริ่มต้นของบริษัทเทคโนโลยีักษ์ใหญ่ของโลก Lloyd's Coffee House ร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำเทมส์ในกรุงลอนดอน ได้กลายมาเป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมประกันภัยยุคใหม่เช่นกัน โดยที่นี่เคยเป็นสถานที่พบปะของชาวประมง พ่อค้าแม่ค้า และเจ้าของเรือ ซึ่งมาแลกเปลี่ยนเรื่องราวที่สนจึรวมถึงการทำประกันภัยทางทะเล การค้าระหว่างประเทศ และการจัดตั้งตลาดประมูลสำหรับบริษัทประกันภัย ซึ่งต่อมาได้กลายมาเป็น Lloyd's of London ทั้งนี้อุตสาหกรรมประกันภัยมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคมมนุษย์มาอย่างช้านาน เนื่องจากทุกคนต้องการความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน นับตั้งแต่ยุคโบราณที่มีการฝังทองคำเพื่อชีวิตหลังความตายของกษัตริย์ฟาโรห์ในอียิปต์ ไปจนถึงการสำรองสิ่งยังชีพสำหรับใช้ในยามเผชิญภัยพิบัติของชาวบาบิโลน และมาถึงกลไกการประกันภัยในยุคสมัยใหม่

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รายได้ที่สูงขึ้นได้ยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนจำนวนมาก โดยหนึ่งในผลลัพธ์จากปรากฏการณ์นี้คือ การตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยง อย่างไรก็ตาม ความซับซ้อนโดยธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ประกันภัยได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าใหม่ไม่ต้องการซื้อกรมธรรม์ ยิ่งไปกว่านั้น กลยุทธ์การตลาดประกันภัยแบบดั้งเดิม เช่น การโทรหาลูกค้า เทเลมาร์เก็ตติ้ง และการไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าโดยตรงนั้น ก็ไม่อาจตอบโจทย์ในด้านการสร้างสายสัมพันธ์ทางธุรกิจในยุคอินเทอร์เน็ตที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ลูกค้าไม่ได้พิจารณาเพียงเงื่อนไขประกันภัยอีกต่อไป แต่พวกเขายังต้องการจ่ายเพื่อตอบสนองความต้องการด้านอื่นอีกด้วย ดังนั้นอุตสาหกรรมประกันภัยในอนาคตจึงต้องเผชิญกับลูกค้าที่ต้องการทางเลือกมากขึ้น อีกทั้งมีความเฉพาะเจาะจงและหลากหลาย ด้วยเหตุนี้บริษัทประกันภัยดั้งเดิมที่ขับเคลื่อนโดยปัจจัยต่างๆในตลาดปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องปรับโครงสร้างกระบวนการดำเนินงานบนพื้นฐานพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน พร้อมกับยกระดับโมเดลธุรกิจเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆอยู่เสมอ ซึ่งการจะทำเช่นนั้นได้ พวกเขาจะต้องวางตำแหน่งของตนเองเสียใหม่ด้วยบริการประกันภัยแบบอัจฉริยะและครบวงจรบนช่องทางตลาดทั้งหมด ตั้งแต่ขั้นตอนการให้คำปรึกษาไปจนถึงการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ และการเอาประกันไปจนถึงการต่อประกัน

อุตสาหกรรมประกันภัยตั้งเดิมกำลังเผชิญปัญหาท้าทายที่เพิ่มขึ้น ด้วยแรงกดดันจากบริษัทสตาร์ทอัพด้าน อินเทอร์เน็ตที่เปิดช่องทางการขายและการตลาดใหม่ๆ โดยบริษัทประกันภัยต่างกำลังมองหาหนทางที่ดีที่สุดเพื่อ ความอยู่รอด ท่ามกลางปัญหาต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มสูงขึ้น และการมุ่งยกระดับประสิทธิภาพและการเติบโต ของธุรกิจ

CPIC ผันกำลังกับหัวเว่ย มุ่งยกเครื่องธุรกิจให้เป็นระบบดิจิทัลเต็มตัว

บริษัทไชน่า แพซิฟิก อินชัวร์แอนด์ (กรุป) จำกัด (“CPIC”) เป็นบริษัทที่ติดทำเนียบ Fortune Global 500 ก่อตั้งขึ้น ในปี 1991 และก้าวขึ้นเป็นบริษัทประกันภัยแบบครบวงจรที่มีใบอนุญาตให้บริการครอบคลุมทั้งประกันชีวิต ประกัน ทรัพย์สินและวินาศภัย ประกันบ้านอายุ ประกันสุขภาพ และประกันสินค้าเกษตร ตลอดจนการบริหารจัดการสิน ทรัพย์ บริษัทมีสำนักงานใหญ่อยู่ในนครเซี่ยงไฮ้ มีสำนักงานสาขาย่อยกว่า 5,400 แห่ง และมีพนักงานกว่า 90,000 คน นอกจากนี้บริษัทยังมอบโซลูชันประกันความเสี่ยงให้แก่ลูกค้ากว่า 100 ล้านราย ผ่านทางเครือข่ายการตลาดทั่ว ประเทศและแพลตฟอร์มบริการที่หลากหลาย

ด้วยการพัฒนาอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตเมื่อถึง CPIC จึงเดินทางสำรวจเทคโนโลยีใหม่ๆอยู่เสมอ เพื่อปรับปรุง การดำเนินธุรกิจและบริการลูกค้า จนกระทั่งในปี 2017 บริษัทได้ประกาศกลยุทธ์ ‘Digital CPIC’ อย่างเป็นทางการ ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การพลิกโฉมธุรกิจตามความต้องการของลูกค้าด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการโดยอาศัยข้อมูล ลูกค้าแบบเจาะลึก การพัฒนาแอปพลิเคชันฝั่งลูกค้าด้วยการสร้างซุมพลังเทคโนโลยีอัจฉริยะ การตั้งธุรกิจ และ แพลตฟอร์มบริหารจัดการร่วมกัน เพื่อสร้างเครื่องมือ กระบวนทัศน์ และภาคส่วนใหม่ๆ CPIC มุ่งมั่นที่จะเดินทาง กลยุทธ์ ‘Digital CPIC’ โดยเร็ว และเร่งผลักดันการพลิกโฉมธุรกิจสู่ระบบดิจิทัลในแนวทางที่เข้ากันกับอินเทอร์เน็ต และเพิ่มเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาในภาคบริการทางการเงิน

หัวเว่ยถือเป็นยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยี ด้วยจุดแข็งด้านเทคนิคอันเหนือชั้น ทั้งยังไม่เคยหยุดวิจัย พัฒนา และสำรวจ เทคโนโลยีใหม่ๆ ในฐานะที่เป็นผู้นำอุตสาหกรรมด้าน R&D และการนำเทคโนโลยีอันล้ำสมัยมาใช้กับคลาวด์คอม พิวติง บิ๊กดาต้า และการสื่อสารครบวงจร จึงเรียกได้ว่าหัวเว่ยมีจุดมุ่งหมายทางธุรกิจเช่นเดียวกับกับ CPIC นั่นคือ ความมุ่งมั่นที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการพลิกโฉมสู่ดิจิทัลทั่วทุกอุตสาหกรรม

ด้วยปรัชญาการพัฒนาที่คล้ายคลึงกันและเป้าหมายในการนำเสนอบริการให้ดียิ่งขึ้นไป CPIC และ หัวเว่ยได้ลงนาม ข้อตกลงความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ในเดือนกันยายน 2014 ต่อมาทั้งสองบริษัทได้ตั้งห้องปฏิบัติการด้านแอปพลิเคชัน เพื่อร่วมกันสำรวจแนวทางการใช้เทคโนโลยีไอซีทีในธุรกิจประกันภัย

ผู้บริหารจากทั้งสองฝ่ายยึดมั่นในกรอบข้อตกลงความร่วมมือที่วางไว้ และมีการติดต่อสื่อสารกันอยู่บ่อยครั้ง โดยเมื่อ เดือนมิถุนายน 2017 คุณกง ชิงเว่ย ประธานของ CPIC และคุณเหริน เจิ้งเฟย ผู้ก่อตั้งหัวเว่ย ได้พบกันที่เมืองเซิน เจิ้น ประเทศจีน และพบกันอีกครั้งที่เซี่ยงไฮ้ในสองเดือนต่อมา ทั้งสองฝ่ายแสดงความตั้งใจที่จะใช้ประโยชน์จาก

ห้องปฏิบัติการแห่งนี้ยิ่งไปกว่านั้น เพื่อปลดล็อกศักยภาพของข้อได้เปรียบที่ผสมผสานกันจากทั้งสองบริษัท เป้าหมายร่วมกันระหว่าง CPIC และหัวเว่ย คือการนำเสนอบริการประกันภัยครบวงจร และเป็นผู้นำการเติบโตในระยะถัดไปของอุตสาหกรรมประกันภัย

บริการดิจิทัลหลายช่องทาง: กลยุทธ์ดิจิทัลของ CPIC

เพราะประกันภัยไม่ใช่ปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตเหมือนอาหาร เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย จึงเป็นสาเหตุให้อุตสาหกรรมประกันภัยเผชิญความท้าทายในขั้นตอนการตลาดมาโดยตลอด โดยกลยุทธ์การตลาดดั้งเดิมที่บริษัทประกันภัยใช้คือการบอกต่อกันและการขายไปตามบ้าน ซึ่งทั้งสองวิธีล้วนไม่มีประสิทธิภาพและเหมาะกับสินค้าแบบซื้อครั้งเดียวมากกว่า อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคคลาวด์คอมพิวติ้งและบิ๊กดาต้า อุตสาหกรรมประกันภัยมีข้อได้เปรียบด้านข้อมูลที่ช่วยในการทำเหมืองข้อมูลเชิงลึกและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ ข้อมูลของลูกค้า และข้อมูลสื่อในแนวทางที่ไม่เคยทำได้มาก่อนเพื่อสร้างโปรไฟล์ของลูกค้าอย่างรอบด้าน ทุกแง่มุม แบบ 360 องศา ผลลัพธ์คือความสามารถในการเจาะจงเป้าหมายที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าได้อย่างแม่นยำมากขึ้น และการสังเกตเห็นโอกาสที่กว้างไกลมากขึ้นในแง่การแบ่งส่วนตลาดหรือช่องทางจำหน่าย อันจะนำไปสู่การคิดค้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงข้อมูลเจาะลึกความเคลื่อนไหวในแวดวงประกันภัย ทั้งนี้ ตลาดจะมีการแข่งขันกันมากขึ้นก็ต่อเมื่อบริษัทประกันพร้อมที่จะยกเครื่องโมเดลธุรกิจและรูปแบบบริการ

ในปี 2016 CPIC และหัวเว่ยได้เปิดตัวโซลูชันการเงินและประกันภัยที่สร้างบนโครงสร้างพื้นฐานไอทีและแพลตฟอร์มบิ๊กดาต้า CPIC สามารถจัดตั้งระบบประมวลผลที่ชื่อว่า “Customer Data ATM” เพื่อเก็บเกี่ยวและวิเคราะห์จุดข้อมูลระดับลูกค้านับร้อยล้านจุด ไม่ว่าจะเป็นอายุ การศึกษา รายได้ ครอบครัว และประวัติการซื้อประกันภัย จากผลที่ออกมาพบว่า แอปเพื่อธุรกิจชั้นแนวหน้าถูกปรับแต่งอย่างดีเพื่อส่งมอบรายละเอียดของลูกค้าแต่ละรายเพียงแค่การคลิกครั้งเดียวเท่านั้น ระบบนี้รองรับจุดเชื่อมต่อได้ถึง 4,000 จุด และส่งมอบข้อมูลลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะทางและโซลูชันการประกันภัย

ในอดีตที่ผ่านมา เมื่อกิจกรรมบริการสำหรับลูกค้าประกันภัยกลุ่มเป้าหมายต้องหยุดลงชั่วคราว ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจำเป็นต้องถูกเลือกและคัดกรองจากฐานข้อมูลด้วยตนเอง วิธีนี้จึงเป็นวิธีที่ไม่มีประสิทธิภาพ เสียเวลา และถูกจำกัดด้วยความสามารถขั้นต่ำ เจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการลูกค้าส่วนใหญ่ไม่สามารถเติมเต็มความต้องการของลูกค้าที่ได้รับผลกระทบได้ภายในเวลาอันสั้น แต่ในตอนนี้ CPIC กำลังสร้างความเปลี่ยนแปลงด้วยการใช้เทคโนโลยีฐานข้อมูลแบบเปิด Solr และ Spark ที่สามารถประมวลผลข้อมูลได้แบบเรียลไทม์สำหรับแอปต่างๆภายในระยะเวลาเฉลี่ยเพียง 3 วินาทีเท่านั้น ระบบบริการลูกค้าของ CPIC ถูกสร้างบนแพลตฟอร์มนี้เพื่อรองรับการค้นหาด้วยคำในหลายระดับและหลายมิติ ที่สามารถ “แสดงผลได้ในทันที พร้อมการคัดกรองระดับสอง” เทคโนโลยีฐานข้อมูลใหม่นี้เป็นการปูทางสำหรับบริการประกันภัยที่ชาญฉลาดกว่าเดิม

นอกจากนี้ CPIC ยังได้ใช้โซลูชันคลาวด์ระดับองค์กรของหัวเว่ย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับคลาวด์องค์กร

ของตนเอง สถาปัตยกรรมที่ควมรวมชั้นสูงนี้ในระบบ Software-Defined Storage (SDS) มาใช้ ทำให้ระยะเวลาการตอบสนองของระบบ CPIC ลดลง และเพื่อรองรับจำนวนการเข้าใช้บริการพร้อมกันที่จะเพิ่มมากขึ้นจากลูกค้าในอนาคต CPIC และหัวเว่ยได้ออกแบบและรับรองโซลูชัน Software-Defined Networking (SDN) สำหรับเครือข่ายศูนย์ข้อมูลด้วยผลที่น่าพึงพอใจ

ตลอดปี 2017 นี้ CPIC และหัวเว่ยได้ยกระดับความร่วมมือมากขึ้นในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านศูนย์ข้อมูลและการสร้างคลาวด์สำหรับองค์กร บิ๊กดาต้า และปัญญาประดิษฐ์ ไปจนถึงด้านความปลอดภัยของข้อมูล ทั้งสองบริษัททำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อส่งเสริมการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับศูนย์ข้อมูลคลาวด์ของ CPIC สร้างแอปสำหรับอุตสาหกรรมที่มีความล้ำสมัย และปรับปรุงความปลอดภัยด้านดิจิทัล คาดว่าทั้งสองบริษัทจะร่วมกันสำรวจและวิจัยนวัตกรรมเพิ่มเติมสำหรับคลาวด์ของ CPIC บริการอัจฉริยะแก่ลูกค้า และการควบคุมความเสี่ยงดิจิทัล ความพยายามทั้งหมดนี้เมื่อรวมกันแล้วช่วยขับเคลื่อนความสำเร็จในการพลิกโฉมสู่ดิจิทัลของ CPIC

“สำหรับบริษัทบริการทางการเงินแบบดั้งเดิมแล้ว การเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลไม่ใช่ทั้งข้อกำหนดหรือเทรนด์ แต่เป็นกุญแจสำคัญเพื่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจในระยะยาว โดยกลยุทธ์ด้านดิจิทัลของ CPIC นั้น มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจให้ทันสมัย ด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีต่างๆ CPIC มุ่งมั่นปฏิรูประบบดิจิทัล และจะร่วมมือกับหัวเว่ยต่อไป เพื่อมอบบริการประกันภัยที่สะดวกสบายและมีคุณภาพสูงแก่ลูกค้า”

ในช่วงไม่กี่ปีมานี้ หัวเว่ยได้รายงานยอดขายที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในตลาดบริการการเงินของจีน โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) มากกว่า 90% ผลิตภัณฑ์และโซลูชันของหัวเว่ยถูกนำไปใช้โดยลูกค้าหลายรายในอุตสาหกรรมประกันภัยเพื่อช่วยให้พวกเขาสามารถเติมเต็มเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบดิจิทัล สำหรับในอนาคต หัวเว่ยจะใช้ประโยชน์จากความเป็นผู้นำของบริษัทในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีด้วยวิสัยทัศน์ที่มองไปข้างหน้า เพื่อส่งมอบข้อมูลที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ให้แก่ลูกค้าในแวดวงบริการด้านการเงิน เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสู่ระบบดิจิทัลและการพลิกโฉมอุตสาหกรรมบริการทางการเงินทั้งหมด

ปัจจุบันมีบริษัท 197 แห่งที่ติดทำเนียบ Fortune Global 500 และองค์กรชั้นนำระดับโลก 45 จาก 100 แห่ง ที่วางใจเลือกหัวเว่ยเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์เพื่อช่วยในการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม สามารถอ่านได้ที่

http://e.huawei.com/topic/leading-new-ict-en/index.html?utm_campaign=lni17-minisiteen&utm_medium=hwdc&utm_source=ebghome-en&source=eebghq1751551