

# อลิอันซ์ ยืนหนึ่งแบรนด์ประกันอันดับ 1 ของโลก จากการจัดอันดับ Interbrand Global Brand Ranking 2019

Number One te  
Number One ir

2019 Interbrand Best Global Br



อลิอันซ์ ยืนหนึ่งแบรนด์ประกันอันดับ 1 ของโลก จากการจัดอันดับ Interbrand Global Brand Ranking 2019

กลุ่มอลิอันซ์ เยอรมนี ผู้ถือหุ้่นรายใหญ่ของ บมจ.อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต ได้รับการจัดอันดับให้เป็น แบรนด์บริษัทประกันอันดับหนึ่ง ในการจัดอันดับแบรนด์ระดับโลกประจำปี 2562 โดย Interbrand Global Brand Rankings 2019 โดยกลุ่มอลิอันซ์มีมูลค่าแบรนด์เพิ่มขึ้น 12% คิดเป็นมูลค่า 12.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ จากเดิม 10.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

เชิร์ก รัฟเฟิร์ต หัวหน้าด้านกลยุทธ์ การจัดจำหน่ายและการตลาด ของกลุ่มอลิอันซ์ กล่าวว่า “เราภาคภูมิใจที่ได้เป็นแบรนด์ประกันเบอร์หนึ่งของโลก ถือเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จของกลยุทธ์และการปรับเปลี่ยนองค์กรของเรา กลยุทธ์ที่เป็นหัวใจหลักของเรา คือ ความง่าย ไม่ซับซ้อน (Simplicity Wins) นอกจากนี้ มูลค่าแบรนด์ที่เพิ่มขึ้นสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นแบรนด์ระดับโลกที่มีความสม่ำเสมอและเชื่อมโยงกันมากขึ้นจากการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้งานง่ายขึ้นและปรับสมดุลไปสู่ธุรกิจที่อยู่ในความต้องการของตลาดและมีความสามารถในการทำกำไรสูง

“นี่เป็นเพียงแค่จุดเริ่มต้น เรายังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้เหนือกว่า ไม่เพียงแต่ในอุตสาหกรรมเดียวกันเท่านั้น แต่ยังเหนือกว่าแบรนด์ชั้นนำระดับโลกในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความต้องการให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของเรา ในขณะเดียวกัน เราก็ต้องการคะแนนดัชนีชี้วัด ความพึงพอใจของลูกค้า (NPS) สูงที่สุดเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดเช่นกัน”

คริสเตียน ดูริงเจอร์ หัวหน้าฝ่ายบริหารแบรนต์ระดับโลก กลุ่มอลิอันซ์ กล่าวว่า “เราเริ่มจากการก้าวเข้าสู่ 100 อันดับแรกของตารางในปี 2550 จนทะยานสู่แบรนต์ประกันอันดับหนึ่งของโลกในปี 2562 และอยู่ที่อันดับ 43 ของทุกธุรกิจ เป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้นที่เป้าหมายแรกของเราประสบความสำเร็จ แต่ยังมีอีกหลายอย่างที่จะตามมา เราจะมุ่งมั่นสร้างแบรนต์โดยใช้ประโยชน์จากข้อมูลเชิงลึกที่ไม่เหมือนใครและทำงานร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นอีก ในขณะที่เลือกลงทุนกับพันธมิตรที่ดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนและมีนวัตกรรม อาทิ Formula E เพื่อเพิ่มสถานะและความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของลูกค้า”