

# อลิอันซ์ อยูรยา จัดหน้าเทคโนโลยีเสริมการ บริการให้เป็นเลิศ ควบคู่จัดกิจกรรมเอาใจลูกค้า ตอกย้ำความสำเร็จของกลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

อลิอันซ์ อยูรยา จัดหน้าเทคโนโลยีเสริมการบริการให้เป็นเลิศ ควบคู่จัดกิจกรรมเอาใจลูกค้าตอกย้ำความสำเร็จของกลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

อลิอันซ์ อยูรยา ประกันชีวิต เดินหน้ากลยุทธ์ “ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง” ที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทฯ เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและบริการ ล่าสุด พัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการที่เป็นเลิศขึ้นไปอีกขั้นด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าในทุกจุดบริการ เพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอในการติดต่อและดูแลลูกค้าและมีความรวดเร็วในการให้บริการ อันส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า มั่นใจกลยุทธ์ดังกล่าวจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

นางสาวพัชรา ทวีชัยวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร บมจ. อลิอันซ์ อยูรยา ประกันชีวิต เปิดเผยว่า กลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักที่บริษัทฯ ใช้และให้ความสำคัญมาตลอด โดยเน้นการบริการที่เป็นเลิศ เพื่อให้แบรนด์ของเราเป็นที่หนึ่งในใจลูกค้า เราทำงานอย่างหนักเพื่อเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า โดยให้ความสำคัญกับทุกความคิดเห็น เพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมาย ซึ่งที่ผ่านมาเรามุ่งมั่นในแนวทางนี้ ส่งผลให้บริษัทฯ เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จของกลยุทธ์นี้ อย่างชัดเจน

“นอกจากนั้น เรายังให้ความสำคัญกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้า เพราะจากการทำสำรวจกับลูกค้าของเรา 2 สิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า คือ ตัวแทนที่มีความสม่ำเสมอในการติดต่อและดูแลลูกค้า และ ความรวดเร็วในการให้บริการของบริษัท เราจึงนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าในทุกจุดบริการ” นางสาวพัชรา กล่าวเสริม

ทั้งนี้ เทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยในการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าในทุกจุดบริการ ได้แก่ งานบริการลูกค้า โดยบริษัทฯ มีศูนย์บริการลูกค้า 1373 ตลอด 24 ชั่วโมงและ My Insurance บริการกรมธรรม์ออนไลน์สำหรับลูกค้า ลูกค้าสามารถบริหารจัดการข้อมูลของตนผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ เปลี่ยนอีเมล เปลี่ยนที่อยู่ ดูรายละเอียดกรมธรรม์

รม์ ขอเอกสารรับรองการจ่ายเบี้ย และล่าสุด ยังได้เพิ่มช่องทางจ่ายเบี้ยประกันผ่านช่องทางออนไลน์ True Wallet เพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้สมาร์ทโฟนในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก

ในส่วนของการรับประกันประโยชน์ บริษัทฯ มีบริการพิเศษและสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุมทุกจังหวะชีวิตของลูกค้า เริ่มตั้งแต่ Welcome package กระเช้าเยี่ยมไข้เมื่อเข้ารับการรักษาเป็นผู้ป่วยใน การตรวจสอบสุขภาพประจำปี ของขวัญต้อนรับสมาชิกใหม่ (คลอดบุตร) นอกเหนือจากนี้ ยังได้เพิ่มช่องทางการสมัครรับประกันสิทธิประโยชน์และส่วนลดจากร้านค้า โรงพยาบาล และพันธมิตรต่างๆ ผ่านระบบ USSD โดยลูกค้าสามารถลงทะเบียนผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงครั้งเดียว และไม่จำเป็นต้องใช้บัตรประจำตัวลูกค้า

ตลอดทั้งปี อลิอันซ์ ออยุธยา ยังมีกิจกรรมพิเศษ ที่มุ่งเน้นการจัดกิจกรรมที่สานสัมพันธ์สมาชิกในครอบครัว โดยจะมีการจัดอย่างสม่ำเสมอในทุกไตรมาส อาทิ กิจกรรมร่วมทำบุญ กิจกรรมแฟมิลี่เดย์ กิจกรรมชมภาพยนตร์ และ สันทนาการอื่นๆ โดยบริษัทฯ มีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ในทุกกิจกรรม สำหรับ การสื่อสาร บริษัทฯ สื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอผ่าน E-Magazine / E-Newsletter และล่าสุด ได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน AZAY update สำหรับใช้กับสมาร์ทโฟน ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกิจกรรมของบริษัท นอกจากนี้ยังมี อินโฟกราฟฟิควิดีโอ เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจเรื่องประกันและขั้นตอนการรับบริการ โดยประเดิมด้วยอินโฟกราฟฟิค เกี่ยวกับขั้นตอนการเคลม ซึ่งสามารถเข้าไปชมได้ทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ พร้อมด้วยข้อมูลประกอบแบบครบถ้วน

“เรามีตัววัดผลที่ชัดเจนในการบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ คือ Net Promoter Score (NPS) ใช้สำรวจความภักดีของลูกค้าต่อองค์กร เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของอลิอันซ์ ออยุธยา ผลปรากฏว่า การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์มีคะแนนเพิ่มสูงขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง โดยปีล่าสุด มีคะแนนความพึงพอใจ สูงถึง 30.3% และเรายังได้รับรางวัลศูนย์รับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคดีเด่นจากสำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ ประเทศไทย (สรอ.) ซึ่งถือเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จที่เกิดจากความมุ่งมั่นตั้งใจให้บริการแก่ลูกค้าอย่างดีที่สุด” นางสาวพัชรา กล่าวต่อ

“อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากิจกรรมที่ผ่านมาจะได้รับการตอบรับที่ดีมาก บริษัทฯ ก็ไม่หยุดยั้งที่จะเดินทางพัฒนาต่อไป โดยเราจะเน้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในบริการให้มากยิ่งขึ้น เรามั่นใจว่ากลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และการพัฒนาสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความทุกต้องการของลูกค้า จะทำให้ อลิอันซ์ ออยุธยา สามารถอยู่ในใจลูกค้าตลอดไป นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งใจจะทาสีบ้านคนไทยทุกหลังให้เป็นสีน้ำเงิน และผลักดันให้องค์กรของเราเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป” นางสาวพัชรา กล่าวทิ้งท้าย