

อลิอันซ์ ออยุธยา ทุ่มงบอัดฉีดโฆษณาขายตรงทางโทร ทัศน์ คว่า ก้อง สหรัถ ดันผลิตภณท์ใหม่ ‘ป่วยได้ หายห่วง’ คินโบนั้สกรณืไม่เคลม มั่นใจรักษาแชมป์ ช่องทางการตลาดขายตรงเป็นปีที่ 5

กรุงเทพฯ – 21 พฤศจิกายน 2555 – บมจ. อลิอันซ์ ออยุธยา ประกันชีวิต ต่อยอดความสำเร็จช่องทางการขายตรงผ่านโทรทัศน์ (DRTV) ส่งผลิตภณท์ใหม่ ‘ป่วยได้ หายห่วง’ ยังคงคอนเซ็ปต์ในเรื่องของความสะดวกรวดเร็ว เข้าใจง่าย อนุมัติง่าย ไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ เจาะกลุ่มเป้าหมายกว้างขึ้น ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มคนวัยทำงาน จุดเด่นเป็นเจ้าแรกและเจ้าเดียวในตลาด DRTV กับแผนประกันชดเชยรายได้ ที่มีการจ่ายโบนัสพิเศษให้ทุกปี หากลูกค้าไม่เคลม (HB No Claim Bonus) ล่าสุดสวมบทเสือปืนไวคว้า ‘ก้อง’ สหรัถ สังคปรีชา นักร้องนักแสดงยอดนิยมที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือ ตัวแทนคนวัยทำงานมาเป็นพรีเซนเตอร์ หวังกระตุ้นการโทรเข้ามาซื้อประกันทันทีหลังรับข้อมูลจากโฆษณา



นายไบรอัน สมิต กรรมการผู้จัดการใหญ่ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. อลิอันซ์ ออยุธยา ประกันชีวิต เปิดเผยว่า ช่องทางการขายตรงผ่านโทรทัศน์ (DRTV) ของอลิอันซ์ ออยุธยา ถือว่าประสบความสำเร็จสูงมาก มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด เนื่องจากการปรับกลยุทธ์ เพิ่มฐานตลาดจากเคเบิลทีวีสู่ฟรีทีวี รวมทั้งการออกผลิตภณท์ใหม่ 2 ตัว สำหรับทิศทางกลยุทธ์ของช่องทางการตลาดขายตรงโดยรวม ในช่วงสุดท้ายของปีนี้ ยังคงทุ่มงบไปที่ช่องทางการขายตรงผ่านโทรทัศน์ (DRTV) โดยเล็งเห็นว่าช่องทางนี้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพสูงในการสื่อสารข้อมูลผลิตภณท์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง มั่นใจว่าจะสามารถรักษาแชมป์ช่องทางการตลาดขายตรงเป็นปีที่ 5 ภายในสิ้นปี 2555 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด ทั้งด้านเบี้ยประกันภัยรับรวมและเบี้ยประกันภัยรับปีแรก

นายไบรอันกล่าวถึงที่มาของผลิตภณท์ใหม่นี้ว่า “จากการทำวิจัยและศึกษาตลาดอย่างต่อเนื่อง ก่อนที่จะออกผลิตภณท์ใหม่ ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าในกลุ่มต่างๆ อย่างชัดเจน ซึ่งที่ผ่านมารักษาสุขภาพ มีผลิตภณท์ที่ตอบโจทย์คนสูงวัย ซึ่งมีเวลาดูทีวีมากกว่ากลุ่มอื่น และได้ขยายกลุ่มเป้าหมายออกไป ซึ่งพบว่ากลุ่มคนทำงานฟรีแลนซ์ ที่มีรายได้ไม่ประจำหรือผู้ประกอบการ เจ้าของกิจการที่การเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาลแต่ละครั้งหมายถึง

การสูญเสียรายได้ เป็นกลุ่มที่ยังไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนรองรับ รวมไปถึงพนักงานประจำที่กังวลว่าสวัสดิการพนักงานของบริษัทที่ตัวเองทำอยู่มีไม่เพียงพอกับค่าห้อง ค่ารักษาพยาบาล ที่ค่อนข้างสูงในปัจจุบัน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ดูทีวีไม่น้อยไปกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ ‘ป่วยได้ หายห่วง’ จึงถูกออกแบบมาเพื่อเติมเต็มความกังวลด้านการสูญเสียรายได้จากการเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาลทั้งจากการเจ็บป่วยและอุบัติเหตุของคนกลุ่มนี้โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นกรรมธรรม์ที่ทำให้หายห่วง เพราะช่วยประกันและคุ้มครองรายได้ในยามเจ็บป่วยหรือประสบอุบัติเหตุ หายห่วงกับค่ารักษาพยาบาลที่มากกว่าสวัสดิการที่บริษัทคุ้มครอง นอกจากนั้นที่มาของฟรีเซนต์เตอร์นั้น มาจากการทำวิจัยในลักษณะ Focus Group ร่วมกับลูกค้า ซึ่งเห็นด้วยเป็นเสียงเดียวกันกับบุคลิกของคุณก้อง สหรัถ สังคปรีชา ที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถดึงดูดลูกค้าวัยทำงานได้เป็นอย่างดี ทำให้เราเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ ‘ป่วยได้ หายห่วง’ นี้ จะได้รับความสนใจจากลูกค้าอย่างท่วมท้นเช่นเคย” นายไบรอัน กล่าว

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ‘ป่วยได้ หายห่วง’ ออกแบบมาเพื่อขายผ่านช่องทางขายตรงผ่านโทรทัศน์เท่านั้น ลูกค้าสามารถโทรเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ผ่าน Call center โดยกลุ่มเป้าหมายมีอยู่หลายกลุ่มดังนี้ กลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็กและขนาดกลาง อายุระหว่าง 30-45 ปี ซึ่งหากต้องเจ็บป่วยหรือบาดเจ็บ และต้องนอนโรงพยาบาล จะทำให้มีผลกระทบต่อรายได้โดยตรง กลุ่มเป้าหมายรองเป็นกลุ่มคนทำงานประจำมีเงินเดือน แต่เกรงว่าสวัสดิการบริษัทจะไม่เพียงพอกับค่าห้อง หรือค่ารักษาพยาบาลที่ค่อนข้างสูงในปัจจุบัน รวมไปถึงผู้ที่ต้องการมีประกันชีวิตและไม่ต้องการจ่ายเบี้ยประกันภัยทั้ง ในกรณีที่ไม่ได้เคลมเลย

สำหรับรายละเอียดและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ‘ป่วยได้ หายห่วง’ จัดเป็นแผนประกันชดเชยรายได้ที่เน้นผลประโยชน์เงินชดเชยรายวันหากต้องนอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่ 1.เงินชดเชยรายวันเมื่อเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลทั้งเจ็บป่วยและอุบัติเหตุ สูงสุด 3,000 บาทต่อวัน นานสูงสุด 180 วัน 2. เงินชดเชยรายวันจากการรักษาตัวในห้อง ICU ทั้งจากการเจ็บป่วยและอุบัติเหตุ สูงสุด 6,000 บาทต่อวัน นานสูงสุด 15 วัน 3. มีโบนัสพิเศษให้ทุกปี หากไม่มีการเคลม ซึ่งถือเป็นประกันชดเชยรายได้ รายแรกและรายเดียวที่ให้โบนัสพิเศษทุกปี ผ่านช่องทางการขายผ่านโทรทัศน์ 4. ความคุ้มครองชีวิตทั้งจากการเจ็บป่วยและอุบัติเหตุ 300,000 – 500,000 บาท และ 4. ผู้สนใจสามารถสมัครได้ง่ายๆ เพียงโทรมาที่ 02 704 5000 และซื้อผ่านโทรศัพท์ได้ทันที โดยไม่ต้องกรอกใบคำขอเอาประกันชีวิต และไม่ต้องตรวจสุขภาพ และสามารถรับเงินคืนหากยกเลิกสัญญาภายใน 30 วัน

“ผลิตภัณฑ์นี้เป็นนวัตกรรมใหม่ล่าสุด ซึ่งอลิอันซ์ ออยุธยา เป็นเจ้าแรกในตลาด DRTV กับแผนประกันชดเชยรายได้ที่มีการจ่ายโบนัสพิเศษให้ทุกปี หากลูกค้าไม่มีเคลม อีกทั้งมีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้นแต่ชัดเจน เหมาะกับช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านโทรทัศน์ซึ่งเป็นช่องทางที่ยังมีการขยายตัวสูงและมีศักยภาพในการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์

ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ประกอบกับเลือกใช้ฟรีเซ็นเตอร์ที่สะท้อนภาพของลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนอย่าง คุณก้อง สหรัถ ซึ่งเป็นตัวอย่างของคนวัยทำงานที่มีการวางแผนเพื่อความมั่นคงยามต้องเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ที่สำคัญโฆษณาชุดนี้ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) อย่างเคร่งครัด เราจึงมั่นใจว่า ‘ป่วยได้ หายหวัง’ จะได้รับการตอบรับอย่างดี และสามารถช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับช่องทางการตลาดขายตรง ด้วยการรักษาแชมป์ช่องทางการตลาดขายตรงเป็นปีที่ 5 และบรรลุเป้าหมายเบี้ยประกันภัยรับปีแรกที่ตั้งไว้ 1,000 ล้านบาท ภายใต้แนวคิด ‘ปีแห่งการเติบโต’ ได้อย่างแน่นอน” นายไบรอัน กล่าวทิ้งท้าย