

อลิอันซ์ อยูธยา มั่นใจครองแชมป์ขายตรง 7 ปีซ้อน ทุ่มงบอัดฉีดโฆษณา



ผลิตภัณฑ์ใหม่ “สูงวัย โรคร้าย หายห่วง” เจ้าเดียวที่ให้ผลประโยชน์ 2 ต่อ พร้อมเดินทางพิชิตเป้าเบี้ยรับรวมผ่านช่องทางขายตรง 4.3 พันล้านบาท ภายในสิ้นปี



กรุงเทพฯ – 25 สิงหาคม 2557 – บมจ. อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต เดินทางทุ่มงบอัดฉีดโฆษณารุกตลาดขายตรงผ่านโทรทัศน์ ล่าสุด เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ ดึงนักแสดงรุ่นใหญ่ จอนนี่ แอนโฟเน่ เป็นพิธีเซนต์เตอร์เจาะกลุ่มเป้าหมายหลักผู้สูงวัยด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด “สูงวัย โรคร้าย หายห่วง” โฉว์จุดเด่นมอบผลประโยชน์ 2 ต่อ คุ่มครอง 10 โรคร้ายแรงยอดฮิตของคนไทย พร้อมตอกย้ำจุดขายเดิม เข้าใจง่าย คุ่มค่าราคา อนุมัติง่าย ไม่ต้องตรวจและตอบคำถามสุขภาพ ตั้งเป้ารักษาแชมป์ช่องทางขายตรงเป็นปีที่ 7 ด้วยยอด เบี้ยรับปีแรก 1.8 พันล้านบาท เบี้ยรับรวม 4.3 พันล้านบาท ภายในสิ้นปี 2557

นายไบรอัน สมิท กรรมการผู้จัดการใหญ่ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต เปิดเผยว่า ช่องทางขายตรงเป็นช่องทางที่ อลิอันซ์ อยูธยา สามารถครองอันดับ 1 ทั้งในด้านเบี้ยประกันภัยรับปีแรก เบี้ยประกันภัยรับรวม และด้านส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในตลาดประกันชีวิตเมืองไทยมาติดต่อกันถึง 6 ปีซ้อน โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2557 มีเบี้ยประกันรับปีแรกเติบโต 14% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของตลาดที่เติบโตเพียง 7% โดยสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ถึง 33% ด้วยมูลค่าเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 771 ล้านบาท และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 2,161 ล้านบาท

“สำหรับช่องทางการขายผ่านโทรทัศน์เป็นช่องทางที่ อลิอันซ์ อยูธยา เข้ามาทำตลาดได้ไม่นาน แต่ได้รับความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยสำคัญซึ่งอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของช่องทางนี้คือกลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ด้วยการทำวิจัยและศึกษาตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งนำเอาผลตอบรับที่ได้จากพนักงานทีมขายผ่านโทรศัพท์มาวิเคราะห์ร่วมกัน ก่อนที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกครั้ง ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าในกลุ่มต่างๆ อย่างชัดเจน ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ สามารถสร้างยอดเบี้ยประกันรับรวมตั้งแต่เริ่มดำเนินงานกว่า 260 ล้านบาท มีปริมาณสายโทรเข้ารวมกว่า 230,000 สาย

อลิอันซ์ อยูธยา มีการดำเนินกลยุทธ์ที่เน้นการสร้างความแข็งแกร่งให้หลากหลายช่องทางขาย สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างตรงจุด โดยช่องทางตัวแทนและช่องทางขายผ่านธนาคารเจาะกลุ่มลูกค้าระดับบนและเน้นการบริหารความเสี่ยงให้ลูกค้า ทั้งในเรื่องความมั่งคั่งและการคุ้มครองชีวิตและสุขภาพ

ขณะที่ช่องทางขายตรงที่รวมถึงการขายผ่านโทรศัพท์ การขายผ่านโทรทัศน์ และการขายผ่านสาขาผู้ค้าจะเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงระดับมวลชน

โดยเฉพาะในส่วนของช่องทางการตลาดขายตรงที่บริษัทครองแชมป์มากกว่า 6 ปี ความสำเร็จดังกล่าว มาจาก 3 ช่องทางหลักคือ ช่องทางการขายตรงผ่านโทรศัพท์ [Outbound telesales] การขายผ่านสาขาของผู้ค้า (Face-To-Face) ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้นมาในปีที่แล้ว และช่องทางขายตรงผ่านโทรทัศน์ [DRTV] ซึ่งช่องทางนี้ตั้งเป้าขายประกันภัยรับรายปีไว้ที่ 130 ล้าน เติบโต 30% จากปีที่แล้ว ล่าสุดเราได้ต่อยอดความสำเร็จในช่องทางนี้โดยยังคงมุ่งเป้าไปที่กลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบโจทย์ความกังวลด้านสุขภาพของผู้ที่มีอายุมากขึ้น ภายใต้ชื่อ “สูงวัย โรคร้าย หายห่วง” นายไบรอัน กล่าว

สำหรับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ “สูงวัย โรคร้าย หายห่วง” นางสาวพัชรา ทวีชัยวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร บมจ. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ “สูงวัย โรคร้าย หายห่วง” เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายผ่านช่องทางขายผ่านโทรทัศน์ ผ่านการบอกเล่าและเชิญชวนจากพรีเซนเตอร์ในหนึ่งโฆษณา คือ คุณจอนนี่ แอนโฟเน่ นักแสดงชื่อดังที่กลุ่มเป้าหมายรู้จักเป็นอย่างดี ด้วยภาพลักษณ์และบุคลิกที่เป็นผู้ใหญ่ มาดสุ่ม เครื่องขริม แต่เข้าถึงง่าย เป็นกันเอง และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งตรงกับบุคลิกลักษณะของแบรนด้อลิอันซ์ อยุธยา และเหมาะกับ ผลิตภัณฑ์ที่เราจะโฆษณา บวกกับชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนทุกรุ่นทุกวัย ทั้งใน กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้เราเลือกคุณจอนนี่มาเป็นพรีเซนเตอร์ ซึ่งจะมาในฐานะโปรดักส์ แอมบาสเดอร์อีกคนหนึ่งของเรา

ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายหลักจะเน้นที่กลุ่มผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปีที่ต้องการความคุ้มครองแบบครอบคลุม ทั้งโรคร้ายแรง ประกันอุบัติเหตุ และประกันชีวิต ขณะที่เป้าหมายรอง คือ ลูกที่ต้องการซื้อประกันให้พ่อแม่เพื่อสร้างหลักประกันและความอุ่นใจให้กับพ่อแม่

ในส่วนของจุดขายของผลิตภัณฑ์ “สูงวัย โรคร้าย หายห่วง” อยู่ที่การให้ความคุ้มครอง 2 ต่อ คือทั้งโรคร้ายแรงและคุ้มครองชีวิตต่อเนื่อง ซึ่งออลิอันซ์ อยุธยา ถือเป็นบริษัทประกันชีวิตเจ้าแรก ที่มีการคุ้มครองต่อเนื่องเช่นนี้ เพื่อให้ลูกค้าหมดห่วงจากภาระค่าใช้จ่ายจากโรคร้าย โดยจะได้รับเงินก้อนรวมเมื่อตรวจพบโรคร้าย สูงสุด 150,000 บาท ทั้งยังอุ่นใจได้กับการความคุ้มครองกรณีเสียชีวิต ทั้งจากการเจ็บป่วยและอุบัติเหตุ สูงสุดถึง 350,000 บาท ที่สำคัญไม่ได้เป็นการจ่ายเบี้ยสูญเปล่า เพราะจะได้รับเงินคืนสูงสุด 240,000 บาท เมื่ออยู่ครบกำหนดสัญญา รับความคุ้มครองชีวิตยาวจนถึงอายุ 90 ปี สมัครง่าย ไม่ต้องตรวจหรือตอบคำถามสุขภาพ จ่ายเบี้ยเริ่มต้นเพียงวันละ 10 บาทเท่านั้น

ลูกค้าผู้สนใจสามารถสมัครได้ง่ายๆ เพียงโทรศัพท์มาที่ 02-793-0333 และซื้อผ่านโทรศัพท์ได้ทันทีโดยไม่ต้องกรอกใบคำขอเอาประกันชีวิต และสามารถรับเงินคืนหากยกเลิกสัญญาภายใน 30 วัน

“ด้วยจุดแข็งที่เราตั้งใจออกแบบมาเพื่อเติมเต็มความต้องการของลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุ ให้สามารถบริหารความเสี่ยงของตนได้ดีขึ้น ลดภาระค่าใช้จ่าย และไม่เป็นภาระกับบุตรหลาน ทำให้เรามั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นี้จะได้รับการตอบรับอย่างดีเช่นที่ผ่านมา โดยตั้งเป้าหมายประกันไว้ที่ 230 ล้านบาทจากผลิตภัณฑ์นี้ ขณะที่ช่องทางขายผ่านโทรศัพท์ ณ สิ้นปี 2557 คาดว่าจะพิชิตเบี้ยประกันภัยรับรายปี 130 ล้าน เติบโต 30% จากปีที่แล้ว โดยจะเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเติมเต็มช่องทางขายตรงให้แข็งแกร่ง และผลักดันให้ช่องทางขายตรงสามารถพิชิตเบี้ยประกันภัยรับรวมได้ที่ 4,300 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2557 พร้อมเดินหน้ารักษาแชมป์ช่องทางนี้ได้เป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน” นางสาวพัชรา กล่าวทิ้งท้าย