

อลิอันซ์ อยูรยา รับลูกบริษัทแม่ ผนีกกำลังสร้าง แบรนด์ครั้งใหญ่พร้อมกันทั่วโลก ด้วยหนึ่งโฆษณา ชุดใหม่ภายใต้แคมเปญ “1 สิ่งที่สำคัญที่สุด” ตอกย้ำจุดยืน “การบริการเป็นเลิศ”



อลิอันซ์ อยูรยา ขานรับนโยบายกลุ่มอลิอันซ์ เยอรมนี เดินหน้าสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์อลิอันซ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ระดับโลกภายใต้แคมเปญ “1 Thing That Matters” หรือ “1 สิ่งที่สำคัญที่สุด” ด้วยการสร้างภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ภายใต้แนวคิดเดียวกัน เพื่อตอกย้ำ “1 สิ่งที่สำคัญที่สุด” ของ อลิอันซ์ อยูรยา คือ การบริการที่เป็นเลิศ หรือ Service Excellence ที่มาพร้อมความมุ่งมั่นที่จะให้ความคุ้มครองทุกสิ่งที่สำคัญสำหรับลูกค้า



นางสาวพัชรา ทวีชัยวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร บมจ.อลิอันซ์ อยูรยา ประกันชีวิต เปิดเผยว่าแคมเปญ “1 สิ่งที่สำคัญที่สุด” ริเริ่มโดยกลุ่มอลิอันซ์ เยอรมนี โดยจะนำแนวคิดนี้มาใช้สำหรับการสื่อสารตอกย้ำสร้างแบรนด์ของอลิอันซ์ไปพร้อมกันทั่วโลก ตลอดทั้งปี 2557 นี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในกลุ่มอลิอันซ์ทั่วโลกที่ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางมาโดยตลอด โดยแคมเปญดังกล่าวเกิดจากการศึกษาวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค ว่าทุกคนล้วนมีสิ่งที่สำคัญในชีวิตมากมาย แต่มีเพียงไม่กี่สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับเรา โดยมีฟอสเตอร์ ฮันทิงตัน ศิลปินและช่างภาพชื่อดังจากนิวยอร์ก เป็น Brand Ambassador ของแคมเปญนี้ ซึ่งเป็นตัวแทนของอลิอันซ์และได้เดินทางทั่วโลกเพื่อถามถึง 1 สิ่งที่สำคัญที่สุดของแต่ละคน โดยข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสำรวจตลอดการเดินทางแสดงให้เห็นว่าในชีวิตคนเรามีหลายสิ่งหลายอย่างให้คิดให้ทำ และมีหลายอย่างที่เป็นแรงบันดาลใจ แต่ทว่ามีเพียงไม่กี่เรื่องที่คนส่วนใหญ่ทั่วโลกให้ความสำคัญจริงๆ จากคำตอบที่ได้มานั้นไม่พ้น ครอบครัว ลูก บุคคลอันเป็นที่รัก สุขภาพ ความปลอดภัย และความมั่นคง นับเป็นโอกาสดีที่อลิอันซ์จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของลูกค้าเพื่อทำหน้าที่ดูแลทุกสิ่งที่สำคัญเหล่านั้นให้ได้รับการคุ้มครองอย่างดีที่สุด

สำหรับประเทศไทย นอกจากฟอสเตอร์ ฮันทิงตัน ซึ่งเป็น Brand Ambassador ของแคมเปญนี้ ที่ได้เดินทางมาประเทศไทยเพื่อพูดคุยและค้นหา 1 สิ่งที่สำคัญที่สุดของคนไทย แล้วยังได้เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ 2 ชุด ภายใต้แนวคิดเดียวกัน เพื่อตอกย้ำ “1 สิ่งที่สำคัญที่สุด” ของ อลิอันซ์ อยูรยา คือ การบริการที่เป็นเลิศ หรือ Service Excellence ที่มาพร้อมความมุ่งมั่นที่จะให้ความคุ้มครองทุกสิ่งที่สำคัญสำหรับลูกค้า โดยโฆษณาชุดแรก

เป็นเรื่องราวของคุณแม่ที่กำลังตั้งครรภ์ และมีความกังวลเหมือนคุณแม่ตั้งครรภ์ทุกคน เพราะต้องการเห็นลูกน้อย แข็งแรง ปลอดภัย 1 สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับเธอ ก็คือลูกน้อยในครรภ์ และช่วงเวลานี้ก็เป็นช่วงที่สำคัญมาก เพราะไม่รู้เลยว่าจะมีอะไรเกิดขึ้น อลิอันซ์ อยูธยา พร้อมบริการดูแล ช่วยเหลือคุณแม่ และลูกน้อย ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านศูนย์ดูแลลูกค้า โทร 1373

ส่วนโฆษณาชุดที่สอง เป็นเรื่องราวของ ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ของ อลิอันซ์ อยูธยา มากกว่า 10 ปี ที่ดูแลลูกค้า เหมือนคนในครอบครัว ยามว่างเธอจะปลูกพืช ผัก ผลไม้ และนำไปฝากลูกค้าสมาชิก เพราะต้องการให้ลูกค้าได้ทานของที่ดีมีประโยชน์ต่อสุขภาพ 1 สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับเธอ คือ การเป็นคนที่มีคุณค่าต่อผู้อื่น เจกเช่นเดียวกับ อลิอันซ์ อยูธยา ที่พร้อมมอบบริการที่เป็นเลิศผ่านตัวแทนทั่วประเทศ

โฆษณาทั้ง 2 ชุด ออกอากาศในเวลาไล่เลี่ยกันผ่านทางสถานีโทรทัศน์แบบ Free TV และ Cable TV รวมถึงผ่านสังคมออนไลน์ต่างๆ ทั้ง Youtube Facebook อย่างต่อเนื่องจนถึงเดือนกรกฎาคม โดยลูกค้าและผู้บริโภครับรู้อย่างทั่วถึงว่า “1 สิ่งที่สำคัญที่สุด” ของ อลิอันซ์ อยูธยา คือ การบริการที่เป็นเลิศ นอกจากนั้นเรายังต่อยอดแคมเปญผ่านทางสังคมออนไลน์ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาแบ่งปันเรื่องราวที่เป็นแรงบันดาลใจหรือสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดในชีวิตของพวกเขา ผ่านหน้าเว็บไซต์ ww.azay.co.th/matter2meThai หรือ ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ Twitter และ Instagram ด้วยการติดแฮชแท็ก #matter2methai ซึ่ง 1 สิ่งที่สำคัญของแต่ละคน จะได้รับการเผยแพร่บนโลกดิจิทัลของ อลิอันซ์ อยูธยา เช่นกัน

นางสาวพัชรา กล่าวเสริมว่า นอกจากนั้น กลุ่มอลิอันซ์ ยังให้ความสำคัญและเน้นสร้างแบรนด์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งถือเป็นตลาดที่กำลังเติบโต ด้วยการสร้างภาพยนตร์โฆษณาภายใต้แคมเปญ “1 สิ่งที่สำคัญที่สุด” โดยนำเสนอเรื่องราวของ 3 ประเทศ ที่กลุ่มอลิอันซ์ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย เพราะถือเป็นกลุ่มที่ธุรกิจมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญที่สุด เพื่อทำโฆษณาเผยแพร่ไปยัง 24 ชาติเอเชีย โดยมีแผนออกอากาศ ผ่านทางสื่อทีวี สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่องไปจนถึงสิ้นปีเช่นกัน

“เราตั้งใจให้แคมเปญนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยเฉพาะช่องทางดิจิทัลซึ่งเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับมากในปัจจุบัน โดยอลิอันซ์ อยูธยา หวังว่าการสื่อสารแคมเปญนี้ในประเทศไทยจะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนให้แบรนด์อลิอันซ์แข็งแกร่งขึ้นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และขึ้นแท่นเป็นผู้นำบริษัทประกันชีวิตที่มีนวัตกรรมสูงสุดในภูมิภาคนี้ พร้อมต่อยอดพันธกิจของเราที่มุ่งให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก มอบบริการที่เป็นเลิศและเราจะยืนหยัดให้ความคุ้มครอง 1 สิ่งที่สำคัญที่สุด สำหรับทุกครอบครัวไทยต่อไปตราบนานเท่านาน” นางสาวพัชรา กล่าวทิ้งท้าย

สามารถชมภาพยนตร์โฆษณาได้ตามลิงก์ดังนี้

- โฆษณาแรก แก้ม http://www.youtube.com/watch?v=_htbk2hak0U

โฆษณาของ ดร.ลี

<http://www.youtube.com/watch?v=NskLLUqFNPQ&list=UU09Qp-Os5LkSZBSmhkqRY3Q>