

# อลิอันซ์ อยูธยา รุกหนัก เปิดตัวสุดยอดแคมเปญ หนังสือโฆษณาใหม่ 5 เรื่องรวด ผ่านแนวคิด ‘ทุกเมื่อ เพื่อคุณ’ ตอกย้ำจุดยืน “การบริการเป็นเลิศ”



บมจ. อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต พิตจัดลุยออกหนังสือโฆษณาใหม่ 5 เรื่องรวด พร้อมสร้างปรากฏการณ์ใหม่ด้วยการออกมิวสิกวิดีโอในรูปแบบอินเทอร์แอคทีฟครั้งแรกในเมืองไทย นับเป็นสุดยอดแคมเปญแห่งปี เพื่อตอกย้ำจุดยืน “การบริการเป็นเลิศ” (Service Excellence) ภายใต้แนวคิด ‘ทุกเมื่อ เพื่อคุณ’ เดินหน้าสร้างภาพลักษณ์แบรนด์อันดับหนึ่งในฐานะผู้นำด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศ เพื่อสร้างความประทับใจสูงสุดแก่ลูกค้า



นายไพบรอัน สมิต กรรมการผู้จัดการใหญ่ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต เปิดเผยว่า ปีนี้ บริษัทเรามีเรื่องใหม่ ดีๆ เกิดขึ้นหลายอย่าง และหนึ่งในนั้น คือ เราได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเราเป็น ‘บริษัท อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)’ ตอกย้ำความมุ่งมั่นและตั้งใจของบริษัทแม่อลิอันซ์ในการลงทุนในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่สำคัญคือ ‘อลิอันซ์’ เป็นแบรนด์ระดับโลกที่ซ่าของในธุรกิจประกันชีวิตมายาวนาน รวมทั้งยังเป็นอันดับหนึ่งของโลกด้านรายได้และผลกำไรจากการดำเนินงาน ในปีที่ผ่านมา ความแข็งแกร่งและมั่นคงของอลิอันซ์นำมาซึ่งความเชื่อมั่นของลูกค้าคนไทย ยิ่งไปกว่านั้น ‘บริษัท อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)’ ยังคงมีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการนำเสนอนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และมุ่งให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าคนไทย ด้วยความตั้งใจที่จะทาสีบ้านทุกหลังของคนไทยให้เป็นสีน้ำเงิน และพร้อมอยู่เคียงข้างจังหวะชีวิตของคนไทย



“เรา仍需รักษาระดับความเป็นแบรนด์ชั้นนำในธุรกิจประกันชีวิตของไทยต่อไป ด้วยการตอกย้ำความน่าเชื่อถือของแบรนด์ และสร้างการรับรู้ในวงกว้างขึ้น เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายในเวลาที่สุดเร็ว ไม่เพียงแต่เราต้องการให้กลุ่มเป้าหมายจดจำชื่อใหม่ของเราได้ เรายังต้องการให้เกิดการรับรู้ว่า อลิอันซ์ อยูธยา พร้อมมอบบริการที่เป็นเลิศทุกเมื่อ เพื่อคุณ” นายไพบรอัน กล่าว

นางสาวพัชรา ทวีชัยวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร บมจ.อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต กล่าวถึงที่มาของการออกแคมเปญใหม่ในครั้งนี้ว่า พันธกิจหลักของอลิอันซ์ อยูธยา ในฐานะแบรนด์ชั้นนำของธุรกิจประกันชีวิตของไทย คือ มุ่งมั่นรักษามาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศ และมุ่งเน้นออกแบบและพัฒนา

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและบริการให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เราจึงได้จัดทำแคมเปญที่ถือว่าเป็นแคมเปญที่ดีที่สุดแห่งปี เพื่อสื่อสารความเป็น อลิอันซ์ อยูธยา แบรินด์ใหม่ของเราภายใต้แนวคิด ‘ทุกเมื่อ เพื่อคุณ’ โดยโฆษณาชุดใหม่ที่จะออกพร้อมกัน 5 เรื่องนี้ นอกจากจะเป็นการสื่อสารแบรนด์ใหม่ของเราแล้ว ยังเป็นการแนะนำบริการที่เรามั่นใจว่าเป็นเลิศและโดดเด่นที่สุดในธุรกิจประกันชีวิตของไทยในขณะนี้

“โฆษณามีทั้งหมด 5 เรื่อง เรื่องแรกจะเป็นการสื่อสารแบรนด์ใหม่ภายใต้ชื่อ ‘อลิอันซ์ อยูธยา’ ที่เน้นในเรื่องของความเป็นองค์กรที่มั่นคงแข็งแกร่งทางการเงินด้วยแนวคิด “ปีกแห่งความมั่นคง” โดยนอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย

มานานกว่า 61 ปี เรามีจุดแข็งในการที่มีกลุ่มอลิอันซ์ หนึ่งในกลุ่มธุรกิจการเงินระดับโลก เป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นหลัก เพื่อตอกย้ำว่า อลิอันซ์ อยูธยา ชื่อใหม่ กับปีกแห่งความมั่นคง แข็งแกร่ง ที่คุณวางใจได้ โดยอีก 4 เรื่องจะสื่อสารความประทับใจของลูกค้า ที่มีต่อบริการดีๆ ที่โดดเด่นที่สุดของบริษัท ได้แก่ 1. **ศูนย์บริการอลิอันซ์ อยูธยา โทร. 1373 เปิดบริการ ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน** เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของคุณ ในแบบ one-stop service ที่มาพร้อมบริการให้ความช่วยเหลือทางการแพทย์และบริการเรียกรถฉุกเฉินในยามจำเป็น 2. **บริการรักษาพยาบาลแบบไม่ต้องสำรองจ่าย** ให้คุณหมดกังวลกับค่ารักษาพยาบาลกับโรงพยาบาลเครือข่ายอลิอันซ์อูธยาแคร์ กว่า 200 แห่งสำหรับผู้ป่วยใน และ 55 แห่งสำหรับผู้ป่วยนอก 3. **บริการพิเศษที่คุณสามารถกู้เงินจากกรมธรรม์** ดอกเบี้ยต่ำ พร้อมอนุมัติใน 2 วัน และ 4. **บริการความช่วยเหลือทางการแพทย์ตลอดคืน โทร.1373** พร้อมประสานงานกับโรงพยาบาล และบริการเรียกรถฉุกเฉินในยามจำเป็น

โดยโฆษณาทั้ง 5 เรื่องจะออกอากาศในเวลาไล่เลี่ยกัน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ เพื่อตอกย้ำให้ลูกค้าและผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าใจในอัตลักษณ์ของความเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งของอลิอันซ์ อยูธยา” นางสาวพัชรา กล่าว

นอกจากนี้ เพื่อสื่อสารถึงแนวคิด ‘ทุกเมื่อ เพื่อคุณ’ ภายใต้แคมเปญนี้ไปสู่คนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ในการบริโภคสื่อดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต บริษัทฯ ได้จัดทำเพลง ‘ทุกเมื่อ เพื่อเธอ’ ประพันธ์โดยคุณบอยด์ โกสิยพงษ์ ขับร้องโดยคุณตุ๋ ภพธร สุนทรญาณกิจ และจัดทำมิวสิกวิดีโอเพลงนี้ขึ้นเป็นพิเศษ เพื่อบอกเล่าถึงช่วงชีวิตต่างๆ ของบุคคลที่มีทางแยกในชีวิต สามารถเลือกเดินได้หลายทาง แต่ไม่ว่าจะเลือกทางไหน จะมีเรา ‘อลิอันซ์ อยูธยา’ คอยดูแลอยู่ทุกเมื่อและที่พิเศษที่สุด คือ มิวสิกวิดีโอเพลงนี้ สร้างขึ้นให้เป็นแบบ interactive เรื่องแรกของไทย ซึ่งผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมกับเรื่องราวในมิวสิกวิดีโอได้ ราวกับว่าเป็นตัวละครตัวหนึ่ง เมื่อชมผ่านสื่อดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต

“ถือว่าเป็นแคมเปญใหญ่ที่สุดของปีนี้ที่เราจะเดินหน้าอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ด้วยการทุ่มงบประมาณกว่า 100 ล้านบาท โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ผ่านทุกช่องทาง ตั้งแต่สื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึง Social Network ที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในตอนนี้ เพื่อปูพรมให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ” นางสาวพัชรา กล่าว

ในขณะที่นายไบรอัน กล่าวอีกว่า “ทางบริษัทฯ หวังว่าเมื่อผู้ชมได้ชมโฆษณา รวมถึงมิวสิกวิดีโอชุดนี้แล้วจะเกิด  
ความประทับใจในรูปแบบการนำเสนอที่ไม่ซ้ำแบบใคร สามารถสื่อสารและต่อยอดแบรนด์ใหม่ของ ‘ออลิอันซ์ ออยุธยา’  
ได้อย่างชัดเจน โดยเราหวังว่าจะเกิดการตอบรับอย่างดีจากลูกค้า ทั้งในการรับรู้แบรนด์และการตอบรับในด้านบริการ  
ที่ครองอันดับหนึ่งในตลาด และเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วย ‘ออลิอันซ์ ออยุธยา’ ให้เติบโตได้สูงสุดตามเป้าหมายของ  
“ปีแห่งการเติบโต” ที่เราวางไว้ และจะเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งที่อยู่เคียงข้างลูกค้าทุกเมื่อ ตามแนวคิดใหม่ ภายใต้  
แคมเปญนี้ ที่ว่า ‘ทุกเมื่อ เพื่อคุณ’ ตลอดไป”