

อลิอันซ์ อัยุทยา สดปลื้ม กลุ่มอลิอันซ์ ขึ้นแท่น แบรนต์ชั้นนำระดับโลก มูลค่า แบรนต์พุ่งแตะ 6.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 190 พันล้านบาท) เติบโต 16% สูงสุดในธุรกิจประกันชีวิตทั่วโลกจาก การจัดอันดับของอินเตอร์แบรนต์



อลิอันซ์ เยอรมัน ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นหลัก ของ บมจ. อลิอันซ์ อัยุทยา ประกันชีวิต ขึ้นแท่นเป็นแบรนต์ระดับโลก ที่มีมูลค่าสูงสุดอันดับที่ 62 จากการจัดอันดับ 100 แบรนต์ระดับโลกที่มีมูลค่าสูงสุดประจำปี 2555 (Top 100 Global Brands 2012) โดยอินเตอร์แบรนต์ ซึ่งเพิ่มขึ้น 5 อันดับจากปีที่แล้ว และมีมูลค่า แบรนต์เพิ่มสูงถึง 6.2 พันล้าน เหรียญสหรัฐ (ประมาณ 190 พันล้านบาท) หรือเติบโตขึ้น 16% ถือเป็นบริษัทที่มีมูลค่าแบรนต์เติบโตสูงสุดในธุรกิจ ประกันชีวิตทั่วโลก

ในปีที่ผ่านมา กลุ่มอลิอันซ์ เยอรมันได้ขึ้นครองอันดับหนึ่งในฐานะกลุ่มบริษัทประกันวินาศภัยและประกันชีวิตที่มี รายได้รวบรวมและผลกำไรจากการดำเนินงานสูงสุดในโลก มาในปีนี้อลิอันซ์ได้ขึ้นแท่นเป็นแบรนต์ที่มีมูลค่าสูงสุด อันดับที่ 62 การจัดอันดับแบรนต์ระดับโลก 100 อันดับ โดย “อินเตอร์แบรนต์” บริษัทที่ปรึกษาผลิตภัณฑ์แบรนต์ ต่างๆ สัญชาติอเมริกัน ร่วมกับ Businessweek ได้ประกาศผลอย่างเป็นทางการไปเมื่อสัปดาห์ที่แล้ว

ผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลกตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 ทำให้หลายๆแบรนต์ โดยเฉพาะกลุ่มที่ให้บริการ ทางการเงินต้องประสบภาวะซลอตัวและต้องสร้างความน่าเชื่อถือกันใหม่ แต่การที่กลุ่มอลิอันซ์ใช้กลยุทธ์ยึดลูกค้า เป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจมาโดยตลอด และได้ริเริ่มแคมเปญ “One Advice” หรือ “1 คำแนะนำดีๆ...” เป็น แพลตฟอร์มในการสื่อสารทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อเปิดรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า นำมาพัฒนาปรับปรุง สินค้าและบริการให้ดีขึ้นตลอดเวลา ทั้งยังเป็นการสร้างความรู้สึกผูกพันระหว่างลูกค้าและบริษัทฯ ส่งผลให้อลิอัน ซ์ในขณะนี้กลายเป็นแบรนต์ที่มีความแข็งแกร่ง ในระดับโลก ได้อย่างต่อเนื่อง

นายไบรอัน สมิต กรรมการผู้จัดการใหญ่ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. อลิอันซ์ อัยุทยา ประกันชีวิต กล่าวว่า “ในฐานะที่กลุ่มอลิอันซ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นหลัก ของ อลิอันซ์ อัยุทยา มีมูลค่า แบรนต์สูงสุดเป็นอันดับที่ 62 ของโลก นำมาซึ่งความน่าเชื่อถือต่อแบรนต์ และช่วยส่งเสริมให้ อลิอันซ์ อัยุทยา เป็นแบรนต์มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

อีก ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ความตั้งใจจริงของอลิอันซ์ รวมถึงอลิอันซ์ อยุทธยา ในการเป็นบริษัทที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุด เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า และถือเป็นกำลังใจที่ดีที่จะทำให้ทีมงานมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเคียงข้างทุกจังหวะชีวิตของลูกค้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง” นายไบรอันกล่าว

การจัดอันดับแบรนด์โลกได้ทำกันหลายๆ สำนัก แต่ที่ได้รับความนิยมกันมากที่สุด ก็คือการจัดอันดับของสำนักนี้ เนื่องจากได้นำปัจจัยหลายๆ ด้านมาใช้เป็นตัวชี้วัดมูลค่าของแบรนด์ ทั้งปัจจัยด้านผลประกอบการทางการเงิน พิจารณาจากผลตอบแทนที่มอบแก่นักลงทุนหรือผลกำไร บทบาทของแบรนด์ ความสำเร็จทางการตลาด ครอบคลุมไปถึงอัตราส่วนของยอดขายในต่างประเทศ และความแข็งแกร่งของ แบรนด์ โดยวัดจากความสามารถในการสร้างความภักดีในแบรนด์ให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้บริโภค อันส่งผลให้เกิดผลกำไรให้กับบริษัทตามมาในอนาคต