

# อลิอันซ์ อยุรยา หนึ่งในเดียวจากไทย นำ “My Life At 55” แอปพลิเคชันสุดทันสมัยคำนวณเงินออมก่อนเกษียณ ครัวร์างวัลระดับโลก Summit Creative Award 2013 ย้ำชัดผู้นำนวัตกรรมการตลาดดิจิทัล

บมจ. อลิอันซ์ อยุรยา ประกันชีวิต ประกาศศักดาผู้นำนวัตกรรมการตลาดดิจิทัลระดับโลก ด้วยการเป็นบริษัทประกันชีวิตเพียงหนึ่งเดียวจากประเทศไทยที่คว้ารางวัล Gold Award จากรายการ Summit Creative Award 2013 ฝั่งเหนือคู่แข่งที่เป็นบริษัทชั้นนำกว่า 5,000 แห่งจาก 25 ประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรปและสิงคโปร์ รางวัลดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อเชิดชูเกียรติองค์กรธุรกิจที่เป็นผู้นำด้านการสื่อสารการตลาดที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมการสื่อสาร ผ่านสื่อเว็บไซต์ สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย

นางสาวพัชรา ทวีชัยวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร บมจ. อลิอันซ์ อยุรยา ประกันชีวิต กล่าวว่า ภายใต้กลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง อลิอันซ์ อยุรยา เป็นหนึ่งในผู้นำในการดำเนินนโยบายด้านการตลาดและสื่อสารการตลาดที่มีความโดดเด่น โดยมุ่งเน้นสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าในทุกช่วงจังหวะชีวิต ตลอดจนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ในรูปแบบที่แตกต่าง ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก

ล่าสุด บริษัทฯ ประสบความสำเร็จอีกครั้งกับแคมเปญ “My Life at 55” ที่เชิญชวนให้คนไทยรู้จักวางแผนการออมเพื่อความมั่นคงในชีวิตหลังเกษียณอายุ ด้วยแอปพลิเคชันช่วยคำนวณเงินออมเพื่อวัยเกษียณ บนเว็บไซต์ [www.mylifeat55.com](http://www.mylifeat55.com) ที่ถูกออกแบบมาเพื่อช่วยตอบคำถามสำคัญที่สุดที่ว่า คุณต้องใช้เงินจำนวนเท่าไรเมื่อถึงวัยเกษียณ และจะต้องออมเงินอย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จตามที่วางแผนไว้ โดยชูจุดเด่น เปลี่ยนเรื่องยากให้กลายเป็นเรื่องสนุกและง่าย ผ่านการนำเสนอในรูปแบบ Infographic หรือแผนภูมิรูปภาพที่มีข้อมูลรายละเอียดที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย โดยผู้ใช้งาน สามารถอัปโหลดรูป เพื่อดูภาพจำลองของตนขณะอายุ 55 สร้างกระแสการบอกต่อและแชร์ภาพในสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก พร้อมด้วยทางเลือกในการเชื่อมต่อเข้ากับหน้าเว็บเพจของอลิอันซ์ อยุรยา สำหรับผู้ที่ต้องการคำแนะนำจากมืออาชีพและหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของตน

“อลิอันซ์ อยุรยา เป็นบริษัทประกันชีวิตรายแรกของไทยที่ทำแคมเปญในลักษณะนี้ และประสบความสำเร็จ จำนวน

ผู้ชมเว็บไซต์เพิ่มสูงถึง 200,000 คนต่อเดือน และมีการกด “ไลค์” ให้กับแอปพลิเคชันนี้ ผ่านหน้า facebook กว่า 10,000 ครั้ง ในระยะเวลาเพียง 6 สัปดาห์ โดยมีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์รายใหม่เพิ่มสูงถึง 50,000 ราย ในส่วนของการร่วมแคมเปญ เมื่อเทียบกับการใช้เครื่องมือคำนวณการวางแผนทางการเงินแบบเก่า “My Life at 55” สร้างยอดผู้ใช้งานเพิ่มสูงขึ้นไปถึงกว่า 390 เปอร์เซนต์ จากการคำนวณเงินออม 29,000 ครั้ง ยิ่งไปกว่านั้น จำนวนผู้คลิกใช้งานผ่านแบนเนอร์โฆษณา (Click through rate) สูงถึง 1% ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของการใช้งานออนไลน์มีเดียทั่วไป ซึ่งพิสูจน์ถึงความสำเร็จของแคมเปญอย่างชัดเจนจนสามารถคว้ารางวัล Gold Award จากรายการ Summit Creative Award 2013 และเป็นบริษัทประกันชีวิตจากไทยเพียงรายเดียวที่ได้รับรางวัลนี้ ท่ามกลางบริษัทชั้นนำกว่า 5,000 แห่งจาก 25 ประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรปและสิงคโปร์ ที่ส่งผลงานเข้ารับการตัดสิน” นางสาวพัชรา กล่าว

รายการ Summit Creative Award จัดตั้งแต่ปี 1994 โดยองค์กร The Summit International Awards (SIA) เพื่อพัฒนาความเป็นเลิศในแวดวงโฆษณาและการสื่อสารการตลาด และเชิดชูเกียรติองค์กรธุรกิจที่เป็นผู้นำในด้านการสื่อสารการตลาดที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ๆ ทุกรูปแบบ โดยเปิดโอกาสให้บริษัทและบุคคลที่มีผลงานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดที่โดดเด่นจากทั่วโลกส่งผลงานเข้าประกวด ตัดสินโดยคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านการโฆษณา ภายใต้กฎกติกาที่เข้มงวด ซึ่งพิจารณาที่ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของแต่ละแคมเปญ ตั้งแต่แนวคิด เนื้อหา การออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์ อินเทอร์เน็ตผู้ใช้แบบกราฟิก ดีไซน์แบบอินเตอร์แอคทีฟ ฟังก์ชันการใช้งาน และการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้ใช้ เป็นต้น

“การได้รับรางวัลระดับโลกในครั้งนี้ ถือเป็นบทพิสูจน์ถึงความมุ่งมั่นของอลิอันซ์ อยูธยา ที่เดินหน้าสร้างสรรค์นวัตกรรมการตลาดอย่างไม่หยุดยั้ง ตอกย้ำจุดยืน “การบริการที่เป็นเลิศ” เพื่อยืนหยัดในฐานะแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า และถือเป็นกำลังใจที่สำคัญที่จะทำให้ทีมงานร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเคียงข้างทุกจังหวะชีวิตของลูกค้า ภายใต้วิสัยทัศน์ ‘อลิอันซ์ อยูธยา จะเป็นปัจจัยหลักแห่งความมั่นคงคุ้มครองทุกครอบครัวไทย’ ต่อไป” นางสาวพัชรา กล่าวทิ้งท้าย