

อลิอันซ์ อยูธยา เปิดตัวหนังสือโฆษณา “สุขภาพ ปลอดภัย ล็อค เอ็กซ์ตรา”



อลิอันซ์ อยูธยา เปิดตัวหนังสือโฆษณา “สุขภาพ ปลอดภัย ล็อค เอ็กซ์ตรา” สะท้อนความจริงจากลูกค้า ดอกย้ำความคุ้มครองที่ไม่จำกัด กระตุกต่อมคิดคนไทยหันมาใส่ใจประกันสุขภาพมากขึ้น

อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต ต่อยอดความสำเร็จผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิตและสุขภาพขายดี “สุขภาพ ปลอดภัย ล็อค เอ็กซ์ตรา” (My Health Plus Extra) จ่ายเบี้ยน้อยลง รับความคุ้มครองเพิ่มขึ้น สูงสุดถึง 10 ล้านบาทต่อปี เปิดตัวหนังสือโฆษณาใหม่ ถ่ายทอดเรื่องราวชีวิตจริงของลูกค้าที่ใช้บริการเคลมจากการเข้ารักษาตัวที่โรงพยาบาล ซึ่งผู้แสดงเป็นลูกค้าจริง และได้เผยความรู้สึกจริง ไม่มีสคริปต์ เป็นผลงานสร้างสรรค์ โดย คุณต่อม เป็นเอก รัตนเรือง ผู้กำกับภาพยนตร์ชื่อดัง ที่โดดเด่นที่สุดกับภาพยนตร์โฆษณาแนวนี้ ดอกย้ำภาพลักษณ์ อลิอันซ์ อยูธยา ที่อยากให้คนไทยกล้าใช้ชีวิตอย่างมั่นใจ เพราะอลิอันซ์ อยูธยา พร้อมอยู่เคียงข้างคุณ และ มอบความคุ้มครองที่ไม่จำกัด ทั้งนี้ อลิอันซ์ อยูธยา อยากกระตุ้นคนไทยหันมาให้ความสำคัญกับการประกันสุขภาพมากขึ้น เพื่อความสบายใจเมื่อมีเหตุต้องเข้ารักษาตัวในโรงพยาบาล เดินหน้ายึดตำแหน่งผู้นำผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิตและสุขภาพต่อเนื่อง

นางสาวพัชรา ทวีชัยวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร บมจ.อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต เปิดเผยว่า ด้วยกลยุทธ์หลักของบริษัทที่เน้นให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุม โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิตและสุขภาพ และได้ออกแบบผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิตและสุขภาพที่ชื่อว่า “สุขภาพ ปลอดภัย ล็อค” ในปี 2557 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพที่ปลอดภัยข้อจำกัดของสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพแบบเดิมๆ มีความโดดเด่นที่สุดในตลาด และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ปีนี้จึงได้ต่อยอดความสำเร็จโดยการเปิดตัว “สุขภาพ ปลอดภัย ล็อค เอ็กซ์ตรา” ชูจุดเด่น จ่ายเบี้ยน้อยลง แต่ได้ความคุ้มครองที่เพิ่มมากขึ้น สูงสุดถึงปีละ 10 ล้านบาทต่อปี เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ที่ต้องรับภาระค่ารักษาพยาบาลที่นับวันจะเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ “เพื่อที่จะสื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่คือ สุขภาพ ปลอดภัย ล็อค เอ็กซ์ตรา ที่มีความโดดเด่นและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดมากที่สุด บริษัทฯ ได้ทุ่มงบประมาณกว่า 80 ล้านบาทจัดทำหนังสือโฆษณาตัวใหม่ล่าสุดขึ้น และยังจัดแคมเปญต่อเนื่องเพื่อให้สามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคในวงกว้างขึ้น โดยจุดประสงค์หลักนอกจากจะเป็นการสื่อสารผลิตภัณฑ์ใหม่ที่โดดเด่นที่สุดในตลาดแล้ว ยังมุ่งให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับแผนประกันรูปแบบใหม่ที่ไม่จำกัดความคุ้มครองในการรักษาพยาบาลอีกด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นมุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับประโยชน์ของการประกันสุขภาพ ที่จะช่วยให้คุณภาพชีวิตของผู้บริโภคดีขึ้นนั่นเอง” นางสาวพัชรา กล่าวเพิ่มเติม

“สำหรับภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้เป็นผลงานการกำกับของเป็นเอก รัตนเรือง ผู้กำกับภาพยนตร์ชื่อดังแห่งยุค ถือเป็นโฆษณาเรื่องแรกของวงการประกันที่ถ่ายทำโดยใช้ตัวแสดงจริงคือลูกค้าจริง สัมภาษณ์สด เผยความรู้สึกจริง ไม่มีสคริปต์ ในบรรยากาศบ้านหรือสถานที่ทำงานจริง ซึ่งเป็นแนวทางการสื่อสารที่ชัดเจนของ อลิอันซ์ ออยุธยา ที่ทำมาโดยตลอด เพราะต้องการถ่ายทอดความรู้สึกที่แท้จริงอันเกิดจากลูกค้าจริง ๆ ซึ่งเราเชื่อว่าจะสามารถสร้างแรงบันดาลใจหรือกระตุ้นความสนใจได้มากขึ้น ดังนั้นผู้กำกับจึงเป็นใครไม่ได้เลยนอกจาก เป็นเอก รัตนเรือง ที่โดดเด่นที่สุดกับภาพยนตร์โฆษณาแนวนี้” นางสาวพัชรา กล่าวเสริม

ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ประกอบด้วย 2 เรื่อง เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน เรื่องแรกเป็นเรื่องราวของคุณธงชัย แทนนิล คุณพ่อที่ลูกสาวล้มป่วยฉับพลันด้วยโรคจากการติดเชื้อไวรัส RSV ที่ต้องใช้เวลาจนถึง 15 วันในการรักษาพยาบาลให้หายเป็นปกติ จึงเกิดค่าใช้จ่ายที่สูงมาก แต่คุณพ่อไม่มีความกังวลใดๆและมั่นใจที่จะให้ลูกสาวอยู่รับการรักษาอย่างต่อเนื่องจนหาย เพราะกรรมธรรม์ สุขภาพ ปลอดภัย ของอลิอันซ์ ออยุธยา คุ่มครองอยู่

เรื่องที่สอง เป็นเรื่องของ คุณพรทิพย์ จงทวีวิไล ผู้เป็นเสาหลักของครอบครัวที่เริ่มป่วยจากอาการปวดท้อง แล้วลูกถามจนตรวจเจอถึง 3 โรคในขณะเดียวกัน และยังคงรับการรักษาในห้อง ICU ซึ่งในเวลาไม่กี่วันค่ารักษาพยาบาลสูงถึงหลายแสน ซึ่งคนในครอบครัวต่างกังวลเป็นอย่างมาก ในขณะที่คุณพรทิพย์ไม่กังวลใดๆ เพราะมีกรรมธรรม์ สุขภาพ ปลอดภัย ของอลิอันซ์ ออยุธยา คุ่มครองอยู่

โฆษณาทั้ง 2 เรื่องนี้ออกอากาศในเวลาไล่เลี่ยกันผ่านทางช่องฟรีทีวีและเคเบิลทีวี รวมถึงสื่อออนไลน์ต่างๆ ทั้ง Facebook, LINE, Google และสื่อออนไลน์ผ่านช่องทางตัวแทน อย่างต่อเนื่องจนถึงสิ้นปีนี้ นอกจากนี้ ยังต่อยอดแคมเปญด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบนี้ผ่านทางสังคมออนไลน์และชุมชนออนไลน์ อาทิ aommoney.com อีกด้วย

“เราตั้งใจให้แคมเปญโฆษณาครั้งนี้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งทางช่องฟรีทีวีที่ได้รับความนิยมและช่องทีวีดิจิทัล ซึ่งเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับมากในปัจจุบัน โดยอลิอันซ์ ออยุธยา หวังว่าการสื่อสารแคมเปญนี้จะช่วยกระตุ้นให้คนไทยหันมาสนใจหาข้อมูลเกี่ยวกับประกันสุขภาพแบบเหมาจ่ายมากขึ้น นำไปสู่การกล้าตัดสินใจในการเลือกแผนประกันที่เหมาะสมกับตนเองหรือ ครอบครัว อันเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้คุณและครอบครัวมีความมั่นใจและกล้าใช้ชีวิตในแบบที่ต้องการ เพราะมี อลิอันซ์ ออยุธยา พร้อมเคียงข้างคุณ” นางสาวพัชรา กล่าวทิ้งท้าย

สามารถติดตามชมภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่นี้ได้ตามลิงก์ต่อไปนี้ 1. Thongchai (45 วินาที) - <https://youtu.be/OBSoyiUpmzA> 2. Pornthip (45 วินาที) https://youtu.be/Yu1cZg-g_Gw