

อลิอันซ์ อัยุทยา เปิดแคมเปญ CARE DAY ห่วงกัน แคไหนด ห่วงใยเหมือนเดิม



อลิอันซ์ อัยุทยา เปิดแคมเปญ CARE DAY ห่วงกันแคไหนด ห่วงใยเหมือนเดิม

- ระดมตัวแทน พนักงานและผู้บริหาร ส่งต่อความห่วงใย ให้กำลังใจลูกค้าและพันธมิตร
- พร้อมให้ข้อมูลด้านความคุ้มครองและสิทธิประโยชน์ เพื่อให้ลูกค้าอุ่นใจแม้เผชิญวิกฤต

อลิอันซ์ อัยุทยา ประกันชีวิต ส่งต่อความห่วงใยถึงลูกค้าผ่านแคมเปญ CARE DAY ห่วงกันแคไหนด ห่วงใยเหมือนเดิม โดยเชิญชวนตัวแทน พนักงานและผู้บริหาร โทรศัพท์หาลูกค้าและพันธมิตร เพื่อส่งต่อความห่วงใย ให้กำลังใจในการต่อสู้กับวิกฤตโควิด 19 ไปด้วยกัน พร้อมนำเสนอข้อมูลบริการด้านดิจิทัลที่ช่วยให้การใช้ชีวิตง่ายขึ้น และสิทธิประโยชน์ให้ลูกค้าอุ่นใจแม้เผชิญวิกฤต

นางสาวพัชรา ทวีชัยวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานบริหารงานลูกค้า บมจ. อลิอันซ์ อัยุทยา ประกันชีวิต เปิดเผยว่า อลิอันซ์ อัยุทยา ได้ริเริ่มแคมเปญ CARE DAY เมื่อปีที่ผ่านมา โดยเชิญชวนตัวแทนให้โทรหาลูกค้า เพื่อทักทาย ส่งความห่วงใยผ่านสายโทรศัพท์ ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มุ่งเน้นการสร้างคามพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดี เห็นได้จากการที่ลูกค้าแสดงความรู้สึกประทับใจในความใส่ใจของบริษัท เราจึงเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ดีที่ควรทำต่อเนื่อง เพราะนอกจากจะสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าแล้ว ยังถือเป็นการรับฟังความคิดเห็นและเสียงตอบรับต่างๆ ที่ลูกค้าอยากสื่อสารกลับมาหาเราด้วย

สำหรับในปีนี้ ขณะที่คนทั้งโลก รวมถึงประเทศไทย กำลังเผชิญสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ภาครัฐมีมาตรการล็อกดาวน์ มาตรการให้คนอยู่กับบ้าน ส่งผลให้ผู้คนอาจมีสภาวะเครียดหรือมีความกังวลในเรื่องต่างๆเกิดขึ้นได้ และต้องการกำลังใจ เราจึงมองว่านี่เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะส่งต่อความห่วงใย ความหวังดี และกำลังใจไปสู่ลูกค้าของเรา เราจึงเดินทางจัดแคมเปญ CARE DAY ต่อเนื่อง ภายใต้ธีม “ห่างกันแค่วัน ห่วงใยเหมือนเดิม”

นางสาวพัชรา กล่าวอีกว่า “เราได้นัดหมายตัวแทนจากทั่วประเทศ รวมถึงพนักงาน และผู้บริหารให้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนบริษัท ในการโทรศัพท์หาลูกค้า โดยจะเริ่มพร้อมกันทั่วประเทศในวันที่ 27 เมษายนนี้ ทั้งนี้ เราได้มีการ Kick Off การโทรผ่านเฟสบุ๊คไลฟ์จากเพจ Allianz Ayudhya Agency Community และได้จัดทำรูปแบบประกาศนียบัตรเพื่อให้ตัวแทนนำไปใช้ต่อ โดยใส่รูปตนเองแล้วแชร์ขึ้นบนโซเชียลมีเดียเพื่อแสดงพลังความห่วงใยที่มีต่อลูกค้าและยืนยันว่า แม้จะห่างไกลแค่ไหน เรายังห่วงใยลูกค้าเหมือนเดิม”

นอกจากตัวแทนแล้ว พนักงานและผู้บริหารก็มีส่วนร่วมในกิจกรรมนี้ โดยจะโทรหาลูกค้าในกลุ่มที่ไม่ขึ้นกับตัวแทนใด และพันธมิตรทางธุรกิจที่ถือเป็นกลุ่มที่มีอุปการคุณต่อบริษัทเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ ในการโทรหาลูกค้าภายใต้แคมเปญนี้ เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนลูกค้า บริษัทฯ ได้กำหนดให้การโทรนี้ไม่ใช่การโทรเพื่อการขาย แต่ให้เป็นการส่งความห่วงใยและให้ข้อมูลที่เป็นสิทธิประโยชน์กับลูกค้าอย่างแท้จริง อาทิ การยืดระยะเวลาการชำระเบี้ยประกัน การใช้บริการออนไลน์ในการขอเอกสารต่างๆ จากบริษัท การเคลมผ่านแอปพลิเคชัน และการให้ความช่วยเหลือด้านการแพทย์ภายใต้แพลตฟอร์ม Healthy Living เป็นต้น

“ภายใต้แคมเปญ CARE DAY ห่างกันแค่วัน ห่วงใยเหมือนเดิม เราตั้งเป้าโทรหาลูกค้าทั่วประเทศให้ได้มากกว่า 1,500 ราย และด้วยความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดี ด้วยเป้าหมายหลักในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ทั้งในด้านบริการและผลิตภัณฑ์ เราจึงมั่นใจว่าแคมเปญนี้จะอีกหนึ่งในความภาคภูมิใจของเรา ที่ได้แสดงให้เห็นว่าเราใส่ใจและห่วงใยลูกค้าของเราเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่เผชิญความยากลำบาก เราก็พร้อมที่สู้ไปด้วยกัน” นางสาวพัชรา กล่าวทิ้งท้าย

#CareDay #ห่างกันแค่วันห่วงใยเหมือนเดิม #อยู่ที่ไหนก็โทรได้ #AllianzAyudhya