

# อลิอันซ์ อยูธยา เป็นปลื้ม เดินหน้าเต็มสูบโครงการ Social Media for Sales ตอกย้ำผู้นำการตลาดดิจิทัล

## ทอล์ค



อลิอันซ์ อยูธยา เป็นปลื้ม เดินหน้าเต็มสูบโครงการ Social Media for Sales ตอกย้ำผู้นำการตลาดดิจิทัล

อลิอันซ์ อยูธยา ประสบความสำเร็จเกินคาดจากการใช้โซเชียลมีเดีย เดินหน้าเต็มสูบโครงการ Social Media for Sales เสริมแกร่งทีมฝ่ายขาย ย้ำให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเต็มรูปแบบและต่อเนื่อง เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารระหว่างตัวแทนฝ่ายขายและลูกค้า หวังเพิ่มความพึงพอใจในการบริการลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ ตอกย้ำสโลแกน “การบริการที่เป็นเลิศ” เคียงข้าง ทุกจังหวะชีวิต ในโลกออนไลน์ พร้อมยึดตำแหน่งผู้นำด้านนวัตกรรมทางการตลาดด้วยการคว้า 2 รางวัลระดับโลกเป็นเครื่องการันตี ตั้งเป้าดึงตัวแทนฝ่ายขายเข้าร่วมโครงการให้ถึง 100 คนภายในสิ้นปี

นางสาวพัชรา ทวีชัยวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร บริษัท อลิอันซ์ อยูธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า โครงการ Social Media for Sales เป็นนวัตกรรมการขายประกันแบบใหม่ที่คิดค้นขึ้นมา เพื่อช่วยฝ่ายขายในการติดต่อและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในโลกออนไลน์ มาพร้อมกับเครื่องมือบริหารหน้าเพจแบบครบวงจร เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทที่ถูกต้องและตรงกัน โดยจะมีทีมการตลาดดิจิทัลคอยจัดหาคอนเทนต์ต่างๆ ที่หลากหลาย และมีความต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบที่เป็น แบนเนอร์ รูปภาพ วิดีโอ อินโฟกราฟฟิก และอื่นๆ ซึ่งจัดเก็บอยู่ในห้องสมุดคอนเทนต์เพื่อให้ตัวแทนฝ่ายขายเลือกไปใช้สื่อสารกับลูกค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังมีการเปิดใช้งานและฝึกอบรมให้กับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มทักษะให้พวกเขากลายเป็นตัวแทนฝ่ายขายโซเชียลมีเดียอาชีพ ซึ่งจะช่วยให้พวกเขาเพิ่มความถี่และคุณภาพในการติดต่อกับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

“โครงการ Social Media for Sales ได้มีการทดลองนำร่องมาตั้งแต่เดือนมิถุนายนปี 2557 โดยมีเพจบุ๊ค Business Page อย่างเป็นทางการ นำเสนอว่า เป็นตัวแทน อลิอันซ์ อยูธยา พร้อมแนะนำให้กับตัวแทนที่เข้าใจเรื่องดิจิทัลดี เริ่มจากตัวแทนที่สนใจ มีคุณสมบัติและมีศักยภาพในการใช้โซเชียลมีเดียเข้าร่วมโครงการนำร่องก่อน 27 คน ซึ่งผลสำเร็จของโครงการนี้เกินความคาดหมาย สร้างผลงานภายใน 5 เดือน ณ เดือนธันวาคม 2557 โครงการนี้ สามารถสร้างเบี้ยประกันได้ถึง 1.2 ล้านบาท รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการขยายและสร้างทีมงานฝ่ายขายใหม่ๆ เข้ามาใน

ธุรกิจได้ถึง 18 คน ลูกค้าให้คะแนนความพึงพอใจ (NPS Score) เพิ่มขึ้นจาก 46% มาอยู่ที่ 58% จำนวนแฟนเพจเพิ่มขึ้น 333% จากเมื่อเริ่มโครงการมีแฟนเพจอยู่ที่ 6,643 คน มาเป็น 28,771คน อัตราส่วนการมีส่วนร่วม (Engagement Ratio)เพิ่มขึ้น จาก 5.1 มาอยู่ที่ 6.42 ปัจจุบันมีจำนวนฝ่ายขายที่อยู่ในโครงการ 95 คน ถือเป็นผลงานความสำเร็จที่น่าภาคภูมิใจของอลิอันซ์ ออยุธยา เป็นอย่างมาก อีกทั้งยังได้รับการยกย่องและเป็นแบบอย่างให้กับบริษัทอื่นๆ ของกลุ่มอลิอันซ์ เนื่องจากมีผลงานเป็นที่ 1 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก”

อีกสิ่งหนึ่งที่พิสูจน์ความสำเร็จของโครงการ Social Media for Sales ก็คือการคว้า 2 รางวัลใหญ่ระดับโลก คือ รางวัล Gold Stevie Winner ประเภท Online Marketing Campaign of the Year และรางวัล Fastest Growing Online Marketing in Thailand 2015 จาก Global Banking Award เมื่อต้นปีที่ผ่านมา โดยเป็นแคมเปญการตลาดที่ใช้โซเชียลมีเดียช่วยในการติดต่อและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านออนไลน์ ซึ่งเป็นบริษัทแรกและแห่งเดียวที่ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวสนับสนุนการขาย ทั้งยังมุ่งให้ความรู้และส่งเสริมให้ตัวแทนใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

“เราใช้กลุ่มปิดของเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือสื่อสารหลักที่เข้าถึงสมาชิกได้อย่างทั่วถึง ซึ่งยังคงรักษาความเป็นส่วนตัวและมีความยืดหยุ่นสำหรับสมาชิก โดยมีการให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน ข่าวสารใหม่ๆ วาระในการประชุม การแบ่งปันความรู้ รางวัลและเกียรติยศต่างๆ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ซึ่งสมาชิกทุกคนจะได้รับข้อมูลที่อัปเดตตลอดเวลา อันเป็นการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากโซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน นำไปสู่การให้บริการลูกค้าที่รวดเร็วทันใจพร้อมข้อมูลที่ครบถ้วนทันเหตุการณ์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม”

“จากความสำเร็จที่ผ่านมาทำให้มั่นใจว่าโครงการ Social Media for Sales ซึ่งเป็นหนึ่งใน กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของเราจะสามารถต่อยอดไปได้อีกมากมาย เราจะมุ่งมั่นพัฒนากลยุทธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อไป โดยใช้ประโยชน์จากช่องทางสื่อออนไลน์ให้เต็มรูปแบบเพื่อประโยชน์ที่ทุกฝ่ายจะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นตัวแทนฝ่ายขาย รวมไปถึงลูกค้าที่จะมีช่องทางสื่อสารกันสะดวกยิ่งขึ้น ทำให้ได้รับบริการที่รวดเร็วและได้รับข้อมูลข่าวสารที่แม่นยำ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการเพื่อการตัดสินใจที่เร็วขึ้น โดยตั้งเป้าจะเชิญชวนตัวแทนเข้าร่วมโครงการให้ได้ 100 คนภายในสิ้นปีนี้ และขยายเป็น 500 คนภายในปี 2016” นางสาวพัชรา กล่าวทิ้งท้าย