

# อลิอันซ์ อยูรยา โชว์ 9 เดือนแรก เบี้ยรับรวม โต สวนกระแส ตะ 2 หมื่นล้านบาท ล้นโค้งสุดท้าย เดิหน้าระบบดิจิทัลเต็มสูบ ขึ้นแท่นอันดับหนึ่งเรื่อง ความคุ้มครอง



อลิอันซ์ อยูรยา โชว์ 9 เดือนแรก เบี้ยรับรวม โตสวนกระแส ตะ 2 หมื่นล้านบาท ล้นโค้งสุดท้าย เดิหน้าระบบดิจิทัลเต็มสูบ ขึ้นแท่นอันดับหนึ่งเรื่องความคุ้มครอง

อลิอันซ์ อยูรยา ประกันชีวิต รายงานผลการดำเนินงาน 9 เดือนแรก ตั้งแต่มกราคม – กันยายน 2558 เป็นไปตามเป้า โภยยอดเบี้ยประกันภัยรับรวมจากทุกช่องทางตะ 2 หมื่นล้านบาท เติบโตร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ยอมรับเศรษฐกิจชะลอตัว แต่ผลงานน่าพอใจ ช่วงโค้งสุดท้าย เดิหน้าใช้งานระบบดิจิทัลเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการขาย พร้อมก้าวสู่ความเป็นหนึ่งด้านความคุ้มครอง

นายไบรอัน สมิต กรรมการผู้จัดการใหญ่และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.อลิอันซ์ อยูรยา ประกันชีวิต เปิดเผยว่า เศรษฐกิจในปัจจุบันชะลอตัว ผลการดำเนินงานตลอด 9 เดือนที่ผ่านมาของบริษัทฯ เป็นไปตามแผนที่วางไว้ และมีผลการดำเนินงานเป็นที่น่าพอใจ สามารถสร้างยอดเบี้ยประกันภัยรับปีแรกจากทุกช่องทาง 3.8 พันล้านบาท เบี้ยประกันภัยรับรวมจากทุกช่องทางตะ 2 หมื่นล้านบาท โดยช่องทางตัวแทนสร้างเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1.2 พันล้านบาท เบี้ยประกันภัยรับรวม 9.8 พันล้านบาท ช่องทางแบงก์แอสซัวร์ันส์สร้างเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1.5 พันล้านบาท เบี้ยประกันภัยรับรวม 5.9 พันล้านบาท ขณะที่ช่องทางการตลาดขายตรงยังคงครองแชมป์ยอดเบี้ยสูงสุดในตลาดเป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1.0 พันล้านบาท เบี้ยประกันภัยรับรวม 3.6 พันล้านบาท

นายไบรอัน กล่าวอีกว่า “สำหรับทิศทางการดำเนินธุรกิจในช่วงโค้งสุดท้ายของปี 2558 นี้ บริษัทฯ ยังคงเน้นเพิ่มสัดส่วนของผลิตภัณฑ์คุ้มครองให้มากขึ้นในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจุบันผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิตและสุขภาพมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นร้อยละ 32% โดยบริษัทฯ ยังเน้นกลยุทธ์การเพิ่มอนุสัญญาด้านสุขภาพต่อกรมธรรม์ให้มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งปัจจุบัน มีอัตราส่วนอยู่ที่ 3.39 สำหรับผลิตภัณฑ์คุ้มครองที่โดดเด่น ได้แก่ “สุขภาพพลตลิ่ง” ซึ่งปัจจุบัน สร้างเบี้ยได้ถึง 85 ล้านบาท คิดเป็น 19% ของสัดส่วนผลิตภัณฑ์คุ้มครองทั้งหมด และ “ประกันโรคร้ายได้คุ้ม” ที่ล่าสุดมีการออกแคมเปญดิจิทัลซึ่งได้รับผลตอบแทนที่ดีมาจากโลกออนไลน์ แคมเปญเข้าถึง

ผู้ชมกว่า 5.8 ล้านและมีรายชื่อผู้สนใจผลิตภัณฑ์เข้ามากว่า 1,700 คนภายในระยะเวลาเพียง 2 อาทิตย์

นอกจากนั้น บริษัทฯ จะเน้นไปที่การพัฒนาการดำเนินงานผ่านระบบดิจิทัล เช่น โครงการ Digital Native Agents หรือ DNA ที่ใช้เทคโนโลยีในการสนับสนุนการขายแบบครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการสรรหาผลิตภัณฑ์จากการวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า การทำใบเสนอราคา การกรอกใบสมัคร การติดตามผลการสมัคร ผลงานและคุณสมบัติของตัวแทน ซึ่งทั้งหมดทำผ่านระบบ paperless นอกจากนี้ ยังมีโครงการ Social Media for Sales ที่เน้นใช้โซเชียลมีเดียอย่าง Facebook ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนและลูกค้า โดยโครงการนี้ สร้างผลงานได้ยอดเยี่ยม มีตัวแทนในโครงการถึง 118 คน และมีคะแนนความพึงพอใจสูงถึง 60%

ล่าสุด บริษัทฯยังได้รับรางวัล ศูนย์รับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคดีเด่น จาก สำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ) และ สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ ประเทศไทย (สรอ.)ถือเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จ จากการทำนิคมกลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางที่ดำเนินมาโดยตลอด

ขณะเดียวกัน กลุ่มอลิอันซ์ เยอรมนี ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้รายงานผลประกอบการเป็นไปตามเป้าที่ตั้งไว้เช่นกัน โดยตลอด 9 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มอลิอันซ์ทำรายได้อยู่ที่ 95.5 พันล้านยูโร (ประมาณ 3.9 ล้านล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 ผลกำไรจากการดำเนินงานอยู่ที่ 8.15 พันล้านยูโร (ประมาณ 3.36 แสนล้านบาท) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 8.14 พันล้านยูโร (ประมาณ 3.35 แสนล้านบาท) ในปีที่ผ่านมา รายได้สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 มาอยู่ที่ 5.2 พันล้านยูโร (ประมาณ 2.14 แสนล้านบาท) จาก 5 พันล้านยูโร (ประมาณ 2.06 แสนล้านบาท) ของปีที่แล้ว

ในไตรมาสที่สามของปี 2558 กลุ่มอลิอันซ์ยังคงรักษารายได้อยู่ในระดับสูงและมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง แม้ว่าจะลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา รายได้รายไตรมาสรวมทั้งสิ้น 27.5 พันล้านยูโร (ประมาณ 1.134 ล้านล้านบาท) ลดลงร้อยละ 4.3 ส่วนผลกำไรจากการดำเนินงานอยู่ที่ 2.45 พันล้านยูโร (ประมาณ 1.01 แสนล้านบาท) ลดลงร้อยละ 7.5 จาก 2.65 พันล้านยูโร (ประมาณ 1.09 แสนล้านบาท) รายได้สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 1.36 พันล้านยูโร (ประมาณ 56.11 พันล้านบาท) ลดลงร้อยละ 15.4 จาก 1.61 พันล้าน (ประมาณ 66.42 พันล้านบาท) ในปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสิทธิประโยชน์ทางภาษีในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า

ในไตรมาสนี้ ธุรกิจประกันวินาศภัยมีรายได้เพิ่มขึ้น ขณะที่ผลกำไรจากการดำเนินงานได้รับผลกระทบจากผลตอบแทนจากการลงทุนและการรับประกันภัยที่ลดลง ในธุรกิจประกันชีวิตและสุขภาพ มียอดขายเพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตควบการลงทุน และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน ยอดเบี้ยประกันภัยรวบรวมจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่มีอยู่กลับลดลง ธุรกิจบริหารสินทรัพย์ พบว่าผลกำไรจากการดำเนินงานได้รับผลกระทบจากเงินทุนไหลออกในช่วงก่อนหน้า

“ในภาวะที่ตลาดการเงินมีความผันผวนเช่นนี้ พื้นฐานของอลิอันซ์ยังคงอยู่ในระดับที่มั่นคงในทุกกลุ่มธุรกิจใน

ไตรมาสที่สาม เราคาดว่าผลกำไรจากการดำเนินงานตลอดทั้งปีจะเติบโตและประสบความสำเร็จตามเป้าที่ตั้งไว้ ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 10 – 10.8 พันล้านยูโร (ประมาณ 4.126 – 4.456 แสนล้านบาท)” นายดีเทอร์ เว็มเมอร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการเงิน กลุ่มออลิอันซ์ กล่าว

อัตราแลกเปลี่ยน 1 ยูโร = 41.26