

THE COACH!

INN WHY MAGAZINE



อาคเนย์ประกันชีวิต

เพื่อสุขภาพชีวิตของคนไทย





อาคเนย์ประกันชีวิต

เพื่อสุขภาพชีวิตของคนไทย

“อาคเนย์ประกันชีวิต” ชื่อนี้แทบไม่ต้องบรรยายโปรไฟล์ก็ดี ทำให้คนในสังคมไทยซ้ากันหลายรอบ เพราะเป็นบริษัทประกันชีวิตหนึ่งเดียวที่มี “ความเป็นมา” อย่างลึกซึ้งและเป็นประวัติศาสตร์ให้ “คนไทย” ทั้งประเทศจดจำมาตลอดเกือบ 80 ปี

ช่วงอายุที่ยาวนานขององค์กรธุรกิจประกันชีวิตแห่งนี้ แม้จะผ่านการเปลี่ยนแปลงคล่องไปตามยุคสมัย แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงเป็นเอกลักษณ์นั่นก็คือ การเป็นบริษัทที่ถือหุ้นโดยคนไทย บริหารโดยคนไทย และแน่นอนปณิธานสูงสุดก็ต้องเป็นบริษัทประกันชีวิตเพื่อคนไทยที่มี “ไลฟ์สไตล์” แบบไทยด้วยกัน

และเมื่อสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปกับการมาของเทคโนโลยีใหม่ๆ ช่วงเวลา 3 ปีมานี้ “อาคเนย์ประกันชีวิต” ก็ดูจะมี

ภาพเป็นบริษัทประกันยุคใหม่ “ดิจิทัล อินซอร์รันส์” (DIGITAL INSURANCE) ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกวัยง่ายขึ้น แลมีความทันสมัยครบเครื่องทั้งเรื่องการนำเสนอขายและบริการที่เข้ากับไลฟ์สไตล์คนไทยในปัจจุบันเป็นอย่างมากด้วย

ล่าสุด “คุณภฤตยา ศัจจศิลา” ในฐานะ กรรมการผู้จัดการบริษัท อาคเนย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้เล่าผ่าน THE COACH INNWHY MAGAZINE ฉบับนี้ในมุมมองการขยายและบริการที่ทำให้ “อาคเนย์ประกันชีวิต” ก้าวผ่านมาอย่างแข็งแกร่งและกำลังจะก้าวผ่านปี 2564 นี้ไปอย่างมีเป้าหมายยิ่งใหญ่ที่อาคเนย์ประกันชีวิตจะเคียงข้างทุกชีวิตเพื่อสุขภาพชีวิตของคนไทยในสังคมสูงวัยให้สามารถก้าวไปด้วยกันอย่างมีความสุขเป็นประเด็นที่ท้ายปีได้อย่างสนใจ



“

เรามีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้าน Business and Digital Transformation Roadmap มาระยะหนึ่งแล้ว จึงถือว่าโควิด-19 เป็นตัวเร่งในการนำแผนยุทธศาสตร์ไป implement ให้เร็วขึ้น

”



อากเนย์ประกันชีวิตกับการรับมือโควิด-19

“คุณกฤตยา” กล่าวถึงการก้าวผ่านอย่างแข็งแกร่งขององค์กรในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ว่า ต้องยอมรับว่า การระบาดของโควิด-19 เป็น Emerging Risk และเป็นความท้าทายอย่างยิ่งของผู้บริหารและผู้นำแทบจะทุกองค์กร ที่ต้องรับมือและบริหารจัดการความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดขึ้นในทุกด้าน ทั้งด้านการบริหารองค์กร การบริหารงานขาย การให้บริการลูกค้า คู่ค้า และการดูแลพนักงาน ที่ต้องเป็น remote เกือบ 100% ให้ยังคงมีประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายมากที่สุด

“สำหรับอากเนย์ประกันชีวิต ได้มีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้าน Business and Digital Transformation Roadmap มาระยะหนึ่งแล้ว ก่อนที่จะมีสถานการณ์การระบาดรุนแรงของโควิด-19 จึงถือว่าโควิด-19 เป็นตัวเร่งในการนำแผนยุทธศาสตร์ไป implement ให้เร็วขึ้น”

และถือเป็นโอกาสในการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในการปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว (Resilience) ไม่ว่าจะเป็น การปรับรูปแบบการทำงานเป็นแบบ agility โดยที่เห็นได้ชัดในขณะนี้ คือ อากเนย์ได้พัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ อากเนย์โควิด คลินิกแอนด์แคร์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด โดยใช้เวลาไม่กี่สัปดาห์ รวมไปถึงการสรรหาและนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ และการเพิ่มทักษะด้านดิจิทัลให้กับทั้งฝ่ายขายและพนักงานอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์โดนใจลูกค้า 2565 รุกรองรับสูงวัย

ไม่เพียงแค่นั้นในมุมมองของผลิตภัณฑ์เอง **“คุณกฤตยา”** ย้ำว่า **“อากเนย์ประกันชีวิต”** มีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต **“เพื่อสุขภาพชีวิต”** ที่ไม่ได่มุ่งเน้นเพียงแค่ความคุ้มครองชีวิต หรือการรักษาพยาบาลเมื่อยามเจ็บป่วย แต่ต้องการให้ลูกค้ามีความสุขภาพชีวิตที่ดีในทุกด้าน (Wellness Living) จากการวางแผนล่วงหน้าตั้งแต่เนิ่นๆ

“ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการเงิน การวางแผนการดูแลสุขภาพ การวางแผนการใช้ชีวิตในอนาคตของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน โดยการนำเอาเทคโนโลยี Data Analytics มาวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการของลูกค้าเพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้มากที่สุด”

โดยต้นปีหน้า อากเนย์มีแผนเปิดตัวแบบประกัน **“Wealthy Retirement 99/60”** เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และกระตุ้นให้คนไทยหันมาใส่ใจเรื่องการเงินการวางแผนการใช้ชีวิตและการวางแผนการเงินตั้งแต่เนิ่นๆ เป็นตัวช่วยการออมในการวางแผนทางการเงินตั้งแต่วินาทีนี้เพื่อใช้ชีวิตในวัยเกษียณได้อย่างอิสระ

แบบประกันนี้เหมาะสำหรับหนุ่มสาวที่อยู่ในวัยทำงาน วัยเริ่มสร้างครอบครัว จนถึงผู้ที่ต้องการวางแผนเตรียมเกษียณ ตั้งแต่ อายุ 20-55 ปี โดยมีจุดเด่นคือ ให้ผลตอบแทนเป็นรายปี (เสมือนเงินบำนาญ) ที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามช่วงอายุ ควบคู่ไปกับการได้รับเงินก้อนเมื่ออายุ 60 ปี และ 99 ปี (เสมือนเงินบำเหน็จ) เพื่อไว้ใช้ในยามจำเป็นหรือส่งต่อให้กับลูกหลานได้อีก ทั้งยังสามารถเลือกการชำระเบี้ยได้ทั้งแบบชำระรายปี รายเดือน หรือราย 3 เดือน และนำเบี้ยประกันไปลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย



“

เรานำเอาเทคโนโลยี Data Analytics มาวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการของลูกค้าเพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้มากที่สุด

”

เปิด 5 แผนเสริมเชี่ยวชาญฝ่ายขาย

“คุณกฤตยา” ยังได้กล่าวอีกว่า อากเนย์ประกันชีวิต ได้ผสมผสานการใช้เทคโนโลยี API RPA และ Data analytics เพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพการขายและการบริการให้กับฝ่ายขาย มาใช้ใน 5 ด้าน ได้แก่

- การพัฒนาแพลตฟอร์มการนำเสนอผลิตภัณฑ์ การขาย การบริการ หลังการขายและการดูแลลูกค้าแบบครบวงจรในระบบเดียว (Single Sales Platform) โดยการเชื่อมต่อข้อมูลจากทุกระบบผ่าน API รวมทั้งข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ลูกค้าบนสื่อสังคมออนไลน์เข้าสู่ระบบ Lead Management System ไปยังแพลตฟอร์มเพื่อให้ฝ่ายขายสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย
- การนำเอา Digital Automation มาใช้ในแพลตฟอร์มเสนอขาย ระบบการรับประกัน จนถึงระบบสินไหม แบบ Straight Through Processing เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดระยะเวลา และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และคู่ค้าและการนำเอาหุ่นยนต์มาช่วยทำงานร่วมกับคน (Cobot) รวมไปถึงการนำเอา Cobot มาใช้ในการติดต่อกับลูกค้าผ่านทางช่องทางดิจิทัล
- การนำเอาข้อมูลที่ได้จาก Data Analytics ของลูกค้าและฝ่ายขายในเชิงลึก มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความ ต้องการลูกค้า ตรงกับความถนัดของฝ่ายขายแต่ละช่องทางที่มีความแตกต่างกัน (Propensity model) รวมถึงการจัดทำแคมเปญทางการตลาดแบบ เฉพาะเจาะจง (Customized campaign) ของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย แต่ละ ช่องทางจำหน่าย
- เพิ่มศักยภาพของพนักงานและฝ่ายขาย โดยการเพิ่มทักษะความรู้ ด้านดิจิทัล โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (เอแบค) ในการพัฒนา หลักสูตร “Online Digital Marketing” ภายใต้แนวคิด Happiness by Design (HbD) เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะบุคลากรและฝ่ายขายให้มีศักยภาพ ครบเครื่องทั้งด้านการตลาด การวิเคราะห์และวางแผนทางการเงิน รวมถึงมีความเข้าใจในเทคโนโลยีที่พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ก้าวสู่ยุคสังคมออนไลน์
- เพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการออกผลิตภัณฑ์สู่ตลาด ด้วยการใช้เทคโนโลยี Cloud Base และ Low Code Platform



“เพราะคนไทย เข้าใจคนไทยมากที่สุด”

ทำไมต้องเลือก “อากเนย์ประกันชีวิต”

และสุดท้ายกับการก้าวไปของ “อากเนย์ประกันชีวิต” ที่จะป็นองค์กรในใจของพันธมิตรคู่ค้าและตัวแทน นายหน้า ตลอดจนลูกค้าตลอดไปและเพิ่มมากขึ้นนั้น “คุณกฤตยา” ให้เหตุผลที่ดีย่างยิ่งด้วยประโยคที่สั้นแต่มีความหมายที่สุดว่า **“เพราะคนไทย เข้าใจคนไทยมากที่สุด”**

ซึ่งอากเนย์ประกันชีวิต เป็นบริษัทประกันชีวิตที่ก่อตั้งในประเทศไทย โดยคนไทย ถือหุ้นและบริหารจัดการโดยคนไทย 100% โดย **“คุณกฤตยา”** ย้ำว่า เรายืนหยัดเคียงข้างฝ่าฟันวิกฤตต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยมายาวนานเกือบ 80 ปี โดยยังคงยึดมั่นในปณิธานของผู้ก่อตั้งที่จะดำรงธุรกิจด้วย **“ทำไรที่เป็นsss”**

มีความตั้งใจ (Purpose) ที่จะ **“ช่วยให้คนไทยใช้ชีวิตหรือดำเนินธุรกิจอย่างมีความสุขปราศจากความกังวลใจ ผ่านนวัตกรรมทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ”** และมุ่งมั่นที่จะช่วยให้ทุกคนในสังคมไทย มี **“สุขภาพชีวิตที่ดี”** (Wellness Living) ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อส่งมอบ **“คุณค่า”** ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า ตัวแทน คู่ค้า และพันธมิตร จึงอยากชวนให้ทุกคนมาร่วมกันสร้าง **“สังคมสุขภาพดี”** (Wellness Living Society) ให้กับคนไทยด้วยกันค่ะ

และนี่คือสิ่งที่ **“คุณกฤตยา สังคีลา”** เอ็มดีหญิงหนึ่งเดียวแห่ง **“อากเนย์ประกันชีวิต”** ได้บอกกล่าวเล่าให้ฟังกันถึงกลยุทธ์การขายที่ขับเคลื่อนให้ **“อากเนย์ประกันชีวิต”** เป็นบริษัทประกันชีวิต ที่เคียงคู่วิตคนไทยไปอีกอย่างยาวนาน ด้วยบริการประกันชีวิตและการบริการทางการเงินที่สนองตอบเป้าหมายหลักด้านการเงินได้ทุกช่วงชีวิตของคนไทยยุคใหม่อย่างครบวงจรนั่นเอง

“

เราจะช่วยให้คนไทยใช้ชีวิตหรือดำเนินธุรกิจอย่างมีความสุข ปราศจากความกังวลใจ ผ่านนวัตกรรมทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ

”

