

# THE COACH!

INN WHY MAGAZINE



ดร.สมโพชน์ เกียรติไกรวัล

“ โค้ชมืออาชีพ ”

สร้างตัวแทนมืออาชีพ



ดร.สมโพชน์ เกียรติไกรวัล

# “ โค้ชมืออาชีพ ”

## สร้างตัวแทนมืออาชีพ

จบไปแล้วสำหรับ พ.ศ. 2565 ที่ภาคธุรกิจต่างๆ เริ่มต้นฟื้นกลับ ขับเคลื่อนการเติบโตอีกครั้ง โดยเฉพาะธุรกิจประกันชีวิตที่ได้รับอานิสงส์เต็มๆ กับการหวนกลับมาเป็นจังหวะ “ดอกเบี๋ยเงินฝัก” ขาขึ้น ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด ของบริษัทประกันชีวิตต่างๆ ที่พากันหันกลับมาหยิบผลิตภัณฑ์ “กลุ่มสะสมทรัพย์” ออกมาเขย่าอุตสาหกรรมกันช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี



## ปี 2566 ตัวแทนประกันชีวิตปรับตัวอย่างไร..?

จากการหวนกลับมาเป็นตัวชงการเติบโตของผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ในอุตสาหกรรมประกันชีวิตนั้น **“ดร.สมโพชน์ เกียรติไกรวัล”** ประธานที่ปรึกษาสำนักกรรมการผู้จัดการ และสายงานตัวแทน บมจ.โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) ในฐานะผู้บริหารฝ่ายขายสูงสุดทุกช่องทางของบริษัท ได้ให้มุมมองต่อทิศทางข้างต้นว่า

แม้ช่วงระยะเวลาที่จังหวะดอกเบี๋ยขึ้นนี้จะวิ่งต่อไป หรืออาจจะมีแนวโน้มดอกเบี๋ยกลับปรับลดลงอีก แต่สำหรับตัวแทนประกันชีวิตในยุคปัจจุบันนี้จำเป็นต้องมีการปรับตัว เพราะตัวแทนประกันชีวิตวันนี้รู้ดีอยู่แล้วว่าการขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสะสมทรัพย์นั้นบริษัทไม่สามารถอยู่ได้ เพราะมาร์จิ้นค่อนข้างต่ำ ตัวแทนปัจจุบันจึงจำเป็นต้องเรียนรู้การขายผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าสะสมทรัพย์

ด้วยมุมมองของ **“ดร.สมโพชน์”** ที่ดูแลใกล้ชิดฝ่ายตัวแทนประกันชีวิตมาถึงปัจจุบันนานกว่า 40 ปี เขาย้ำว่า การที่ตัวแทนคนหนึ่งจะอยู่ในอาชีพได้อย่างยาวนานและประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องนั้น ตัวแทนผู้นั้นจะต้องพยายามที่จะอยู่กับปัจจุบันของยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

เหมือนยุคก่อนการจัดวิชาการจะมีเรื่องการโมติเวทที่เร้าใจให้ตัวแทนผู้เข้าร่วมงานเกิดความฮึกเหิมแต่ยุคปัจจุบันการจัดวิชาการจะเป็นการสอนอาชีพ ที่เน้นกันให้สาระความรู้และฝึกทักษะการขายอย่างจริงจัง เพื่อให้เข้าใจในผลิตภัณฑ์ วิธีการขาย และผลลัพธ์ที่ถูกต้องครบทั้งบริษัท ลูกค้า และตัวแทน

“ อาจจะเอาโฮลไลฟ์บ้าง  
 สะสมทรัพย์บ้าง รวมทั้งอนุสัญญาต่างๆ  
 มาмикซ์รวมกัน เพื่อให้เกิดความเหมาะสม  
 กับลูกค้าแต่ละคน ”

“ตัวแทนรุ่นใหม่ต้องการฟังวิธีการไม่ได้ฟังเอาหมั้น เขาต้องการฟังแล้วให้รู้ว่าต้องทำอะไร เขาจะต้องขายอย่างถูกต้องอย่างไร ด้วยการให้คำพูดขายอย่างไร แล้วผลิตภัณฑ์อะไรที่ตอบโจทย์ผู้มุ่งหวังตรงหน้าเขาที่สุด ซึ่งแนวทางนี้ก็คงขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัทประกันชีวิตด้วย”

ฉะนั้นตัวแทนในอุตสาหกรรมที่สังกัดในแต่ละบริษัทนั้น ก็ต้องเลือกที่จะ **“อยู่ให้เป็น”** เป็นสำคัญ!

## ตัวแทนเรียนรู้อะไรจากความสำเร็จที่ผ่านมา...



“**ดร.สมโพชน**” ให้มุมมองเพิ่มเติมว่า การโค้ชซึ่งตัวแทนให้อยู่ในอาชีพปัจจุบันเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้อยู่ในอาชีพที่แท้จริงว่า เขาต้องการ **“วิธีการ”** มากกว่าการฟังวิชาการที่เป็นแบบทฤษฎี มีการวิเคราะห์เรื่องราวเหตุการณ์ปัจจุบันให้รู้ทันสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ สังคม และจังหวะโอกาสในการนำเสนอแต่ละผลิตภัณฑ์อย่างตรงความต้องการลูกค้า

“ ขายลูกค้ายังไ้ ความต้องการเขาคืออะไร ผลิตภัณฑ์อะไรที่จะวางแผนทางการเงินได้ ด้วยเบี้ยประกันที่เหมาะสม วิธีการเขานำเสนอ จะทำอย่างไร ตรงนี้ที่ผมคิดว่าตัวแทนอยากจะเป็นสตอร์รี่ครับ ”

นอกจากนั้นยังมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการสอนการขาย **“ที่ถูกต้อง”** ให้กับตัวแทนทุกคน ฉะนั้นวันนี้จึงเป็นยุคของตัวแทนที่มีประสบการณ์มีความสามารถจริง มีความรอบรู้รอบในแบบกรรมธรรม์ จึงจะเป็นผู้สำเร็จได้ทุกช่วง ไม่ใช่เป็นแค่ความสำเร็จในอดีตอีกต่อไป

“ความสำเร็จในอดีตมักจะเป็นอุปสรรคทางความคิดของปัจจุบัน อาจจะไม่เอาเรื่องความสำเร็จในอดีตมาพูดได้ แต่ยุคสมัยที่เปลี่ยนไปความสำเร็จที่เกิดขึ้นในยุคนี้ไม่สามารถมาใช้ได้ในทุกยุคปัจจุบัน”

## ประกันชีวิตปี 2566 ตัวแทนยังเป็นทางเลือก...

สำหรับทิศทางธุรกิจประกันชีวิตในปี 2566 นี้ “**ดร.สมโพชน**” ให้มุมมองว่า ยังคงเป็นธุรกิจที่มีอนาคตในหลายมิติ เช่น การอยู่ในสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยในปัจจุบันก็ยิ่งมีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับตัวแทนประกันชีวิตมากขึ้น เพื่อการเข้าไปให้ความเข้าใจในแบบประกันชีวิตที่มีความคุ้มครองและความเสี่ยงต่างๆ ทั้งชีวิตและสุขภาพซึ่งปัจจุบันยังมีประชาชนคนไทยอีกจำนวนมากที่ยังรับทราบน้อยถึงความจำเป็นที่ต้องมีกรรมธรรม์เหมาะสมให้กับตัวเอง

“ตัวแทนก็ควรเป็นทางเลือกนะครับ ด้วยวิธีการขายที่ต้องมีความรู้มากกว่าอดีต”

“**ดร.สมโพชน**” กล่าวว่า การทำงานของตัวแทนอาชีพในยุคที่สังคมต้องการความเข้าใจในแบบประกันที่เหมาะสมของแต่ละคนมากขึ้นในปัจจุบันนั้น ตัวแทนประกันชีวิตจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญแบบกรรมธรรม์หลายประเภทความคุ้มครอง เพื่อการวางแผนทางการเงินของลูกค้าจะได้เป็นไปด้วยความเหมาะสมที่สุด

โดยการนำเสนอขายของตัวแทน จำเป็นต้องขายด้วยความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ เพื่อลูกค้าเข้าใจตามด้วยความถูกต้องตามเงื่อนไขความคุ้มครองว่า เมื่อเขาซื้อกรรมธรรม์ประกันฉบับนี้แล้วเขาจะได้รับความคุ้มครองเป็นอย่างดี มีอะไรที่เป็นข้อยกเว้นบ้าง เพราะที่ผ่านมามีตัวแทนหลายๆ คน สร้างความผิดหวังให้กับลูกค้าที่ไปนำเสนอขายแบบ **“พูดไม่หมด”** แล้วเมื่อครบสัญญาจึงเกิดปัญหาขึ้น

“ จำเป็นจะต้องรู้ถึงเป้าหมายที่จะเข้าพบลูกค้าว่า เราจะไปนำเสนออะไร ให้ลูกค้าเข้าใจอย่างถ่องแท้ครับ ทัศนคติให้แตกต่างให้ลูกค้าเข้าใจชัดเจนว่าซื้อแล้วเริ่มต้นยังงใจบออย่างไร ”

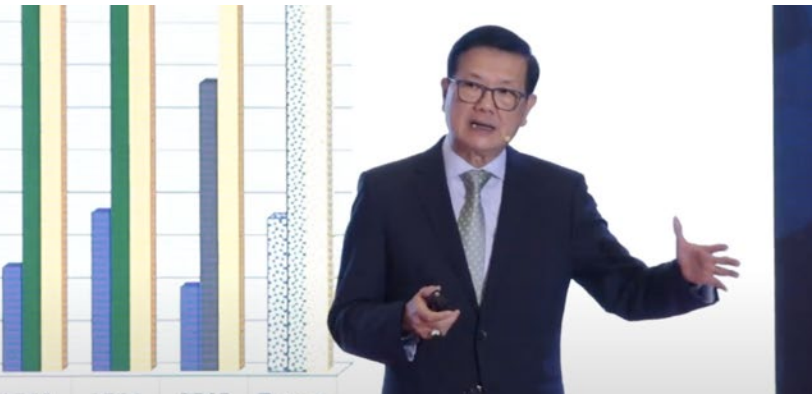
## ผลิตภัณฑ์โตเกี้ยวๆ “ตรงไปตรงมา ไม่กำกวม”

ส่วนผลิตภัณฑ์โตเกี้ยวมารินประกันชีวิตนั้น “**ดร.สมโพชน**” ย้ำว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ประกันสุขภาพที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้โดยมีความมั่นใจว่า **“เราไม่มีคำพูดกำกวม ไม่มีคำว่าเงินปันผล ไม่มีคำว่าเงินสมนาคุณ ไม่มีคำว่าเงินคาคว่าจะจ่าย นะครับ”** ฉะนั้นกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทจะเป็นกรรมธรรม์ที่ตรงไปตรงมา

“ผมคิดว่าเป็นเรื่องสำคัญ เพราะตลาดในอดีตที่ผ่านมา มักจะทำเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ไปบอกถึงเรื่องเงินปันผลให้ความคาดหวังกับลูกค้าไว้ บอกให้ตัวแทนไปบอกลูกค้าว่าจะได้เงินปันผลเท่านั้นเท่านั้น จนปัจจุบันนี้เกิดเป็นปัญหาสังคมไม่ได้เงินปันผลตามที่ได้มีการนำเสนอไว้”

ด้วยเหตุนี้ “ดร.สมโพชน์” จึงย้ำถึงการโค้ชตัวแทนของเขาว่า ได้มุ่งมั่นสร้างความเข้าใจ และนำเสนอขายในสิ่งที่ถูกต้องจะต้องได้ไม่ ต้องไปแก้ปัญหาก็จะเกิดขึ้นในอนาคต

## ผลิตภัณฑ์ที่ต้องปรับปรุงในอนาคต



สำหรับผลิตภัณฑ์ประกันในปัจจุบัน “ดร.สมโพชน์” ยอมรับว่า ยังคงเป็นเรื่องต้องปรับปรุงแก้ไขอยู่ อย่างเช่น ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้วยปัจจุบันอุตสาหกรรมประกันชีวิตประเทศไทย มีส่วนแบ่งของประกันสุขภาพมากกว่า 30% ของยอดขายทั้งอุตสาหกรรม โดยมีความสำคัญที่สุดก็คือ เบี้ยประกันภัยมีการเปลี่ยนแปลง

“เบี้ยไม่นิ่งครับ เพราะอะไรเพราะค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสูงขึ้นตลอดเวลาและต่อเนื่อง ขณะที่เบี้ยประกันเมื่อกำหนดออกมาแล้วก็ใช้กันนานเป็น 5 ปี หรือ 10 ปี จึงไม่สมดุลกับค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล”

โดยที่ผ่านมารักษาประกันชีวิตทุกแห่งได้รับผลกระทบจากค่ารักษาพยาบาลที่สูงขึ้นเป็นอย่างมาก บางบริษัทเผชิญกับภาวะขาดทุนจากการक्रमสินไหมประกันสุขภาพ เป็นจำนวนนับพันล้านบาท

ดังนั้นทางออกของบริษัทประกันชีวิตที่ได้รับผลกระทบจนเกิดการขาดจากการรับประกันภัยสุขภาพ จึงมีการปรับเพิ่มเบี้ยประกันภัยขึ้น ซึ่งเป็นความจำเป็นของบริษัทที่ต้องทำในที่สุด

## “โค้ชมืออาชีพ” สร้าง “ตัวแทนมืออาชีพ”

อย่างไรก็ตาม “ดร.สมโพชน์” กล่าวตอนท้ายว่า การเดินทางต่อไปของอุตสาหกรรมประกันชีวิตไทย ยังคงมี “ตัวแทนประกันชีวิต” เป็นช่องทางที่สำคัญในการขับเคลื่อน แม้อัตราตัวแทนมีจำนวนมากกว่า 300,000 คน แต่ปัจจุบันนี้เหลือ 200,000 กว่าคน ทว่าจำนวนตัวแทนที่ลดลงแต่ยอดขายประกันฯ ยังคงสูงขึ้นต่อเนื่อง

“หมายความว่าตัวแทนในยุคปัจจุบันนี้ มีทักษะความรู้ความสามารถที่สูงมากขึ้น อย่างตัวแทนโตเกียวมารินฯ ก็เป็นตัวแทนที่มีทักษะการขายที่สูง กระทั่งได้เป็นตัวแทนระดับท็อปอุตสาหกรรมของประเทศนะครับ”

“ดร.สมโพชน์” กล่าวต่อว่า เขายังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตัวแทนของโตเกียวมารินประกันชีวิต ให้เป็น “ตัวแทนมืออาชีพ” เพื่อออกไปนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และอย่างถูกต้องจนสามารถให้การดูแลให้บริการอย่างดียิ่งต่อไป

“ธุรกิจประกันชีวิต ต้องมืออาชีพ ผมอยู่ในวงการนี้มา 40 กว่าปี ผมเชื่อว่าผมเป็นมืออาชีพนะครับ ผมก็สามารถที่จะพัฒนาตัวแทนของผม ให้เป็นมืออาชีพได้ เช่นเดียวกัน ถ้าคุณต้องการเป็นมืออาชีพ เรายินดีต้อนรับ...เป็นคนในครอบครัว โตเกียวมารินนะครับ”

พร้อมกันนี้ “ดร.สมโพชน์” ยืนยันอีกว่า หลายคนได้ออกจากงานประจำแล้วมาทำงานกับโตเกียวมารินประกันชีวิต แล้วสามารถมีรายได้ที่สบายงาม ซึ่งการเริ่มต้นการเป็นตัวแทนของทุกคนก็คือ ตัวแทนมือสมัครเล่น แต่ “ตัวแทนมือสมัครเล่น” ต้องอยู่กับ “มืออาชีพอย่างเรา” คือโตเกียวมารินประกันชีวิตเพื่อพัฒนาให้เป็นมืออาชีพได้

“อย่าฝากชีวิตไว้กับมือสมัครเล่นนะครับ เมื่อไหร่ที่คุณฝากชีวิตไว้กับมือสมัคร คุณก็เป็นได้แค่มือสมัครเล่นไม่สามารถเป็นมืออาชีพได้อย่างแน่นอนครับ”

“ง่าย ๆ ก็คือว่าวันนี้โรงพยาบาล คิดค่ารักษาพยาบาลจากการปวดหัวตัวร้อน แล้วแอดมิทครั้งหนึ่ง ก็มีค่าใช้จ่ายเป็นหลักหมื่นบาท ผมคิดว่าตรงนี้ยังคงเป็นปัญหาอุปสรรคที่จะต้องหาจุดแก้ไขว่าเราจะทำยังไงให้เกิดความพอดี สมดุล และเราสามารถจะดำเนินธุรกิจต่อไปได้”

