

# THE COACH!

INN WHY MAGAZINE



SE Life อากเนย์ประกันชีวิต

**"ภฤตยา สัจจศิลา"**

**ความท้าทายที่มารวมโอกาส**





## SE Life อาคเนย์ประกันชีวิต “ภฤตยา สัจจศิลา” ความท้าทายที่มาพร้อมโอกาส

วันนี้ “ธุรกิจประกันชีวิต” ในประเทศไทยกล่าวได้ว่ากำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ และนี่ก็คือ “ความท้าทาย” ของบริษัทประกันภัยที่ดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ความคิดมุมมองและการก้าวนำของ “ผู้บริหารระดับสูง” เป็นปัจจัยสำคัญ

ในการขับเคลื่อนองค์กร พร้อมพลิกสถานการณ์ที่ท้าทายเป็น “โอกาส” เพื่อสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจประกันชีวิตช่วงเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ

### ภาพรวมธุรกิจประกันชีวิตไทย และโอกาสมากกลางความท้าทาย

คุณ “ภฤตยา สัจจศิลา” หรือ “คุณฝน” กรรมการผู้จัดการ บริษัท อาคเนย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) หรือ SE Life เป็นอีกหนึ่งในผู้บริหารระดับสูงขององค์กรธุรกิจประกันชีวิต ที่ได้ถ่ายทอดแนวทางก้าวผ่านความท้าทายนี้

มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 “การเติบโตของผลิตภัณฑ์คุ้มครอง” ประกันสุขภาพและความคุ้มครองมีการเติบโตอย่างเห็นได้ชัด สะท้อนถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคที่ต้องการความมั่นคงในชีวิตและสุขภาพ

*“อัตราการเติบโตของประกันสุขภาพและความคุ้มครองเพิ่มขึ้นตอนนี้ลูกค้าเป็นฝ่ายวิ่งมาหา ให้บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ กันแล้ว ขณะที่อัตราการถือครองกรมธรรม์ของคนไทยยังอยู่ในระดับต่ำ ประมาณ 35-40% เท่านั้น”*

“โอกาสในการขยายตลาด” อัตราการถือครองกรมธรรม์ของคนไทยยังต่ำเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ทำให้มีโอกาสอีกมากในการขยายฐานลูกค้า โดยเฉพาะ “กลุ่มเป้าหมายใหม่” คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ (First Jobber) และผู้สูงอายุ ที่มีศักยภาพในการเติบโต แต่ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างกัน

รวมถึง “การปรับตัวด้วยเทคโนโลยี” ที่ธุรกิจประกันชีวิตปัจจุบันหันมาใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไป

*“ถือเป็นโอกาสในธุรกิจประกันชีวิตซึ่งยังมีอีกมหาศาล ถ้าเรามีผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง เข้าใจกลุ่มลูกค้าและตอบโจทย์เขาได้”*

และที่สำคัญผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น “ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ” ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ให้ความคุ้มครองและสร้างรายได้ระยะยาว (Annuity) สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อรองรับสังคมสูงวัยของประเทศด้วย



## แนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตจาก “ลดหย่อนภาษี” สู่ “ไลฟ์สไตล์ Wellness”

ธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ จากเดิมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มองหาผลิตภัณฑ์เพื่อลดหย่อนภาษี ปัจจุบันความต้องการได้ขยายไปสู่การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมและไลฟ์สไตล์ Wellness มากยิ่งขึ้น “คุณภฤตยา” ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มสำคัญที่กำลังกำหนดทิศทางของธุรกิจประกันชีวิตในไทยว่า

1. การเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไปกับการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม : แม้จะไม่เห็นการเติบโตแบบก้าวกระโดดเหมือนในอดีต แต่ธุรกิจประกันชีวิตกำลังปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่ซับซ้อนมากขึ้น ผู้บริโภคไม่ได้มองหาแค่ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน แต่ต้องการโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในระยะยาว
2. เป้าประสงค์ที่เปลี่ยนไป จากลดหย่อนภาษีสู่ความคุ้มครองและสุขภาพ : การลดหย่อนภาษียังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อประกัน แต่ไม่ใช่เป้าหมายหลักอีกต่อไป ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการได้รับความคุ้มครองชีวิตและสุขภาพที่ครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคที่ค่ารักษาพยาบาลสูงขึ้นและความเสี่ยงด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น
3. การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม มากกว่าแค่การเคลมสินไหม : ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดูแลชีวิตในระยะยาว ไม่ใช่แค่การจ่ายเคลมเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน แต่เป็นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ตั้งแต่การป้องกันโรค การส่งเสริมสุขภาพ ไปจนถึงการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพและการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ
4. ไลฟ์สไตล์ Wellness ประกันชีวิตในฐานะส่วนหนึ่งของชีวิตที่มีสุขภาพดี : ธุรกิจประกันชีวิตกำลังปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์ไลฟ์สไตล์ Wellness ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ผู้บริโภคมองหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมสุขภาพกายและใจ รวมถึงการใช้ชีวิตอย่างสมดุลและมีความสุข ซึ่งรวมถึงการมีประกันชีวิตที่ตอบโจทย์ความต้องการด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

## จุดเด่นที่ทำให้แผน Be Healthy ได้รับรางวัล Best Health Insurance Product in Thailand 2024

กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ตอบโจทย์ ล่าสุด “SE Life อาคเนย์ ประกันชีวิต” ได้รับรางวัล Best Health Insurance Product in Thailand จากการที่บริษัทได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ ประกันสุขภาพ “Be Healthy” ออกไปก่อนหน้า ซึ่งการได้รับรางวัลครั้งนี้มาจากจุดเด่นหลายปัจจัยของ Be Healthy อาทิ

Be Healthy เป็นผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพที่มีการแก้ Pain Point ของตลาด เพราะ Be Healthy เกิดจากการที่ตลาดมีความเข้าใจว่า “ประกันสุขภาพมีราคาแพง” ทำให้คนจำนวนมากเข้าถึงได้ยาก แต่เมื่อมีผลิตภัณฑ์ที่ราคาเข้าถึงได้ง่ายอย่าง Be Healthy จึงตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้

เพราะมีราคาเบี้ยเริ่มต้นเพียงวันละ 9 บาท ทำให้คนที่มียาได้น้อยก็สามารถซื้อได้ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สำคัญมากและมีความคุ้มครองที่เหมาะสม แม้ราคาจะถูก แต่ให้ความคุ้มครองสูงสุดถึง 1,500,000 บาท ซึ่งถือว่าเพียงพอสำหรับค่ารักษาพยาบาล

Be Healthy ไม่ได้เป็นแค่ประกันที่จ่ายค่ารักษา แต่มีสิทธิพิเศษอื่นๆ ที่ส่งเสริมการป้องกันและดูแลสุขภาพ เช่น การฉีดวัคซีน กิจกรรมดูแลสุขภาพร่วมกับพาร์ทเนอร์ และสิทธิพิเศษจากโรงแรมหรือร้านอาหาร รวมถึงการที่ Be Healthy มีความยืดหยุ่นในการเลือกแผน ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกแผนที่เหมาะสมกับความต้องการและงบประมาณของตนเองได้ ทำให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย

ส่วนการดูแลสุขภาพที่นั่น Be Healthy มีระบบดูแลสุขภาพอย่างต่อเนื่องโดยจัดลูกค้าเข้าไปอยู่ใน “คลับ” ที่ได้รับการดูแลตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อให้เจ็บป่วยน้อยที่สุด แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจลูกค้าในระยะยาว

ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ Be Healthy แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพอื่นๆ ในตลาด และเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ได้รับรางวัล Best Health Insurance Product in Thailand 2024

## แรงบันดาลใจในการเปิดตัว โครงการ SE Life Crown

นอกจากลูกค้าแล้ว “คุณภฤตยา” ยังให้ความสำคัญกับการ “โค้ชตัวแทน” ที่เป็นช่องทางหลักของบริษัทเป็นอย่างมากและต่อเนื่องมาตั้งแต่เริ่มต้น

โดยเจ้าตัวยอมรับว่าแรงบันดาลใจในการเปิดตัวโครงการ SE Life Crown นั้น มาจาก ความศรัทธาในธุรกิจประกันชีวิต และเชื่อมั่นในคุณค่าของธุรกิจประกันชีวิตและการช่วยเหลือที่ตัวแทนมอบให้แก่ผู้คนที่ และเข้าใจปัญหาของตัวแทน และตระหนักถึงความท้าทายและอุปสรรคที่ตัวแทนต้องเผชิญ เช่น ความไม่แน่นอนของรายได้ ความยากลำบากในการหาลูกค้า และการขาดแรงจูงใจ จึงต้องการสร้างอาชีพที่ยั่งยืน และต้องการให้ตัวแทนมองธุรกิจประกันชีวิตเป็นอาชีพที่มั่นคง มีคุณค่า และสามารถสร้างรายได้ที่

เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ สุดท้ายเป็นการเชิดชูเกียรติตัวแทน ด้วยการมอบรางวัลและยกย่องตัวแทนที่มีความมุ่งมั่นและทำงานอย่างสม่ำเสมอจนสำเร็จด้วย

สำหรับ “จุดเด่น” ของโครงการ SE Life Crown “คุณภฤตยา” ยอมรับว่าเป็นเรื่องของ “รายได้ขั้นต่ำ” ที่บริษัทมีการสนับสนุนรายได้ขั้นต่ำ 15,000 บาทต่อเดือน เพื่อช่วยให้ตัวแทนสามารถเลี้ยงชีพได้ในช่วงเริ่มต้นและยังมี “โบนัสพิเศษ” มอบให้เมื่อตัวแทนทำยอดขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดในแต่ละปี

แล้วยังมี “โบนัสก้อนใหญ่” ที่บริษัทจะจ่ายเป็นโบนัสก้อนใหญ่ 3 ล้านบาทเมื่อตัวแทนทำรายได้ถึง 850,000 บาทภายใน 3 ปีอีกด้วย

รวมถึงการเปิดโอกาสอย่างอิสระให้กับตัวแทนโดยไม่จำกัดอายุ เปิดรับตัวแทนประกันชีวิตทุกช่วงอายุ (ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป) มีการสนับสนุนและพัฒนาอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การฝึกอบรมและกิจกรรมต่างๆ เพื่อช่วยให้ตัวแทนสามารถหาลูกค้าและพัฒนาทักษะในการขายได้

โดย Career Path ที่ชัดเจน คือเส้นทางสู่การเป็นผู้จัดการที่รวดเร็ว (Fast Track) ภายใน 6 เดือน เน้น Mindset ที่การมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยน Mindset ของตัวแทนให้มองธุรกิจประกันชีวิตในแง่ของการเป็นนักวางแผนชีวิตและสุขภาพ

*“โครงการ SE Life Crown เรามีจุดเด่นที่การสร้างความมั่นคงทางรายได้ ให้งานวัดแก่ความมุ่งมั่น สนับสนุนการพัฒนา และเน้นการสร้าง Mindset ที่ถูกต้อง เพื่อให้ตัวแทน สามารถสร้างอาชีพที่ยั่งยืนและมีคุณค่าในธุรกิจประกันชีวิต”*

## แผนการพัฒนาตัวแทน และการสร้างทีมตัวแทน ในอนาคตของ SE Life คืออะไร?

เรื่องราวเกี่ยวกับแผนพัฒนาตัวแทนของ SE Life “คุณภฤตยา” ย้ำว่า เพื่อสร้างตัวแทนแห่งอนาคต ที่มีทักษะรอบด้าน ไม่ใช่แค่การขายประกัน แต่มีความเข้าใจลูกค้าและสามารถเป็นที่ปรึกษาชีวิตได้ โดยมีหลักสูตรสำหรับ SE Life Agent ที่ร่วมสร้างและฝึกอบรม ผ่านการนำของ **คุณสหพล พลปัดพี** ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานบริหารช่องทางการขายรายย่อย และ **ดร. แทนไทย โดสุวรรณณ์** ผู้อำนวยการฝ่ายอบรมช่องทางการขาย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. Recruit with Purpose: ค้นหาคนที่ไม่ได้แค่ต้องการรายได้ระยะสั้น แต่ต้องการเปลี่ยนชีวิตผู้คน ผ่านการประเมินบุคลิก ค่านิยม ความตั้งใจ ชื่อสัตย์ สุจริต และมุ่งมั่นในอาชีพ

2. Gen Y&Z-Centric Onboarding: ออกแบบโปรแกรมอบรมให้เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ ผ่านออนไลน์ มือถือ เกม และโค้ชซึ่ง ทำให้เห็นว่าการเป็นตัวแทน คืออาชีพอิสระที่มีคุณค่าและสร้างตัวได้



**คุณสหพล พลปัดพี**  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ  
สายงานบริหารช่องทางการ  
การขายรายย่อย



**ดร. แทนไทย โดสุวรรณณ์**  
ผู้อำนวยการ ฝ่ายอบรม  
ช่องทางการขาย

3. Digital Selling Mastery: พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและเครื่องมือดิจิทัลให้ตัวแทน สามารถทำงานผ่านมือถือ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ LINE OA การสร้างคอนเทนต์บนโซเชียล

4. Value-based Consultative Selling: เข้าใจลูกค้า “ขายชีวิตที่มั่งคั่งและความเป็นอยู่ที่ดี ไม่ใช่กรมธรรม์” เข้าใจเป้าหมาย ความกลัว ความฝัน ของลูกค้า และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแนะนำความคุ้มครองตามวัตถุประสงค์และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า (Protect with Purpose)

5. Connected Agent Ecosystem: สร้างระบบ Online Community ที่ช่วยให้ตัวแทนเชื่อมโยงถึงกัน กลุ่ม Squad ร่วมพัฒนา เพื่อเติบโตในสายอาชีพ และขึ้นสู่ตำแหน่งผู้จัดการผู้บริหารตัวแทนไปด้วยกัน ผ่านการเรียนรู้ แบ่งปัน ให้กำลังใจแบบเรียลไทม์ และ โค้ช AI ผ่านศูนย์สนับสนุน 24/7

ในช่วงท้าย “คุณภฤตยา สัจจศิลา” ได้สรุปภาพให้เห็นว่า ธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านที่ท้าทาย แต่ก็เต็มไปด้วยโอกาส หากธุรกิจสามารถปรับตัว พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง จะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนทั้งวันนี้และอนาคต

อัปเดตเทรนด์ ใช้ชีวิตรับมือวัยเกษียณ ได้ที่ [INNWHY.COM](http://INNWHY.COM)

เพียงแอดไลน์ Official Account

[@innwhy.tv](https://www.innwhy.tv)



หรือสแกน QR Code  
ตรงนี้เลย!!

