กลุ่ม "อลิอันซ์ "อัดงบ 700 ลบ.หนุนผลักดันเอเอซีพีในไทยโต
Wednesday, 07 April 2010 16:29
          อลิอันซ์ฯ ทุ่ม 700 ลบ. ใน 3 ปี หนุนประกันชีวิตในไทยโตแกร่ง หวังเอเอซีพี
ปั้นเบี้ยใหม่ปี 53 ไปถึงฝัน 6,000 ลบ ชดเชยปีก่อนพาดเป้า แต่พบเบี้ยผ่าน 3
ช่องทางขายหลักโตพุ่ง เดินหน้าปรับกลยุทธ์บางส่วน รุกปรับโครงสร้างทีมตัวแทน
และเฟ้นตัวแทนทำงานเพิ่ม พร้อมดอดจีบคู่ค้าแบงก์รายใหม่
และล่าสุดรวมศูนย์คอลเซ็นเตอร์ไว้ในกรุงเทพฯ
เพื่อรักษาผู้นำขายประกันผ่านโทรศัพท์ หลังต่างจังหวัดยอดขายไม่รุ่ง
หวังสื้นปีมีผู้ถือกรมธรรม์เพิ่มเป็น 925,000 ราย จากปีก่อน 850,000 ราย

          นายสตีเฟ่น แอปเปิ้ลยาร์ด กรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ. อยุธยา อลิอัลซ์ ซี.พี.
ประกันชีวิต กล่าวถึงนโยบายการดำเนินธุรกิจปีนี้ว่า
จากการที่บริษัทแม่กลุ่มอลิอันซ์ เยอรมันนี
ยังเห็นโอกาสขยายธุรกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น
จึงสนับสนุนงบลงทุนพัฒนาธุรกิจในไทย ช่วง 3 ปีจากนี้ มูลค่า 700 ล้านบาท
แบ่งเป็นปีแรก 300 ล้านบาท และอีกสองเป็นถัดไปปีละ 200 ล้านบาท
          ทั้งนี้ งบลงทุนดังกล่าวเพื่อ
ลงทุนพัฒนาโครงสร้างระบบเทคโนโลยีที่จะทำให้ลูกค้าและตัวแทน
ได้รับการบริการที่ดีและเร็วขึ้น
ควบคู่กับเพิ่มศักยภาพและประสานระบบการทำงานกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีประสิทธิผ
ลเพิ่มขึ้น
ขณะเดียวกันเพื่อสนับสนุนการสร้างแบรนด์และต่อยอดการขายประกันผ่านสื่อโฆษณาประช
าสัมพันธ์ครบวงจรและมีความทันสมัย
โดยเฉพาะการขายประกันแบบตรงผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์
          ขณะที่เป้าหมายการเติบโตทางธุรกิจปีนี้ จะมีเบี้ยรับรวม 20,000 ล้านบาท
และมีเบี้ยปีแรก 6,000 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากปีก่อน มีมูลค่า 15,722 ล้านบาท และ
4,263 ล้านบาท ซึ่งยอมรับว่าปีที่ผ่านมาตัวเลขเบี้ยปีแรก
ไม่เข้าเป้าตามที่ตั้งใจไว้ทำให้การตั้งเป้าปีนี้ ยังคงเป็นตัวเลขเดิม
แต่จะมีการปรับปรุงกลยุทธ์ 6 เสาหลัก ให้น่าสนใจ เพื่อสร้างยอดขายมากขึ้น
มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดียิ่งขึ้น
หวังสื้นปีจะมีผู้ถือกรมธรรม์เพิ่มเป็น 925,000 ราย จากปีก่อน 850,000 ราย
          โดยเป้าหมายเบี้ยปีแรกปีนี้ 6,000 ล้านบาท คาดว่า จะมาจากช่องทางตัวแทน 4,000
ล้านบาท เติบโต 55% , ช่องทางแบงก์แอวชัวรันส์ 1,000 ล้านบาท เติบโต 19%
และช่องทางขายตรง (เทเลมาร์เก็ตติ้ง) อีก 1,000 ล้านบาท เติบโต 32%
          อย่างไรก็ตาม นายสตีเฟ่น ยังเชื่อมั่นว่า กลยุทธ์ที่วางไว้ในปีที่ผ่านมา
จะสร้างแรงเหวี่ยงเป็นจริงได้ในปีนี้ โดยเฉพาะการเติบโตผ่านช่องทางตัวแทน
โดยปลายปี 2552 ได้มีการปรับโครงสร้างการบริหารตัวแทนฝ่านขายแบ่งเป็น 5 ภาค
ทำให้มีเบี้ยจากช่องทางตัวแทนเติบโตเพิ่มขึ้น 40% คิดเป็นมูลค่า 2,571 ล้านบาท
รวมถึงจะมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มจำนวนตัวแทนที่มีผลงานให้มากขึ้นเป็น 6,000 คน
จากปัจจุบันมีตัวแทนกลุ่มนี้น้อยมากเพียง 3,700 คน
ภายใต้กิจกรรมการแข่งขันกระตุ้นยอดขายของตัวแทน
โดยตอนนี้บริษัทมีตัวแทนทั้งหมดมีจำนวน 25,634 คน คิดเป็นตัวแทนใหม่ 16,000 คน
          ทางด้านแบงก์แอสชัวรันส์ เตรียมหาพันธมิตรรายใหม่
 1 / 2

กลุ่ม "อลิอันซ์ "อัดงบ 700 ลบ.หนุนผลักดันเอเอซีพีในไทยโต
Wednesday, 07 April 2010 16:29
พร้อมกับพัฒนาแบบประกันเฉพาะให้กับคู่ค้า
ซึ่งยังไม่สามารถเปิดเผยได้เพราะอยู่ระหว่างการเจรจา
จากปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรกลุ่มนี้ 6 รายได้แก่ แบงก์กรุงศรีฯ ,ทิสโก้
,เอชเอสบีซี, เอลเอชแบงก์,ซิตี้แบงก์,ออมสิน และล่าสุดปีที่ผ่านมา
ร่วมมือกับบัตรเครดิตอิออน นำเสนอขายแบบประกันความคุ้มครองชีวิต เช่น
ประกันสุขภาพและประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล
ในอัตราเบี้ยประกันที่ต่ำกว่าบัตรเครดิตรายอื่นๆ
เนื่องจากฐานลูกค้าถือบัตรอิออน
มีความสามารถในการจ่ายและใช้เงินต่ำกว่าลูกค้าบัตรทองของซิตี้แบงก์
โดยถือว่าเป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโต จากปัจจุบันมีจำนวนผู้ถือบัตรอิออนประมาณ 1.2
ล้านใบ และมีจำนวนผู้ขอสินเชื่อประมาณ 1.8 ล้านคน
          สำหรับช่องทางการตลาดขายตรง บริษัทมีเป้าหมายครองความเป็นหนึ่งไว้
ปัจจุบันได้มีการรวมศูนย์คอลเซ็นเตอร์ ในต่างจังหวัด ที่เชียงใหม่และโคราช
มาไว้ที่กรุงเทพฯ เหลือศูนย์คอลเซ็นเตอร์ 3 แห่ง ที่พหลโยธิน
สุรวงศ์และตึกโมเดิลฟอร์ม
เพื่อสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลการขายผ่านเทเลมาร์เก็ตติ้งให้ประสบความสำเร
็จ
เพราะด้วยประสบการณ์ 12 ปี ในการพัฒนาช่องทางนี้ให้ประสบความสำเร็จ มองว่า
แต่ละศูนย์จะต้องมีพนักงานขายจำนวน 150-200 คน แต่ที่ผ่านมาพบว่า
แต่ละศูนย์ฯในต่างจังหวัด มีพนักงานเพียง 50
คนและเมื่อส่งระดับผู้จัดการเดินทางคุมงานแต่ละเดือน ก็พบว่า
เมื่อผู้จัดการเดินทางไปคุม จะมียอดขายขึ้น
แต่หลังจากผู้จัดการกลับไปยอดขายก็ลดลง ถือว่าเป็นการเติบโตที่ไม่ยั่งยืน
ต้องปรับปรุงและเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้วย
          นอกจากนี้ในช่วงเดือนเมษายนนี้ บริษัทเตรียมออกโฆษณาชุดใหม่
เน้นการสร้างแบรนด์ต่อเนื่องจากปลายปีได้ชะลอการออกอากาศไว้ และในช่วงไตรมาส 3
ปีนี้ บริษัทจะออกโฆษณาอีก 1 ชุด
แต่จะเน้นการขายประกันผ่านโทรทัศน์ต่อเนื่องด้วย
 2 / 2