



ปี'60 เทรนด์ซื้อประกันผ่านแอปฯมาแรง แนะ บ.ประกันปรับตัวรับผู้บริโภคสายพันธุ์ดิจิทัล

30 ก.ค. 2557 เวลา 19:15:58 น.

PwC ประเทศไทย (ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส) หนึ่งในเครือข่ายบริษัทผู้ให้บริการด้านการตรวจสอบบัญชี บริการให้คำปรึกษาด้านภาษี และบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจรายใหญ่ของโลก เผยรายงานล่าสุด Insurance 2020 : The digital prize-- Taking customer connection to a new level

เกี่ยวกับแนวโน้มสื่อดิจิทัลกำลังมาแรงในวงการประกันภัย เพราะหลังจากทำการสำรวจพบผู้บริโภคทั่วโลกกว่า 71% นิยมใช้สื่อดิจิทัลสำรวจราคา และรูปแบบประกัน แถมยังชื่นชอบดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจากบริษัทประกันมาใช้งาน เพื่อเปรียบเทียบราคา

ทั้งยังสำรวจแบบประกันที่ตรงกับไลฟ์สไตล์และติดตามข่าวสาร จนพบข้อมูลที่น่าสนใจว่าปี 2560 จะเห็นเทรนด์ต่อการเกิด "ดิจิทัล เนทีฟ" หรือ "ผู้บริโภคสายพันธุ์ใหม่ที่หลงใหลสื่อดิจิทัล"

เพราะฉะนั้นบริษัทประกันภัยไทยจะต้องเตรียมตัวรับกับกระแสที่เกิดขึ้น

ผลสำรวจได้ทำการสำรวจลูกค้าที่ซื้อประกันภัยทั่วไปจำนวนเกือบ 10,000 รายในหลากหลายประเทศ และภูมิภาคทั่วโลกรวม 16 แห่งพบข้อมูลที่น่าสนใจหลายเรื่อง อาทิ

ผู้ซื้อประกันกว่า 71% ทั่วโลกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล (เว็บไซต์เปรียบเทียบราคาประกันภัยและสังคมออนไลน์) ค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อประกันภัยและบริการ และเกือบ 70% ชื่นชอบการดาวน์โหลด และใช้งานแอปพลิเคชันจากบริษัทผู้รับประกันภัย

สิ่งที่เป็นแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาซื้อประกันออนไลน์มากขึ้นผู้ตอบแบบสอบถาม 35% ระบุว่า เป็นเพราะโทรศัพท์มือถือที่มีแอปฯหรือฟังก์ชันการใช้งานที่อำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า ในขณะที่ 30% ระบุว่า ค่าแนะนำจากที่ปรึกษามีอาชีพผ่านช่องทางออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตนซื้อสินค้าได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น

1ใน 4 หรือ 25% ของลูกค้าที่ถูกสำรวจ ยังบอกว่าตนซื้อประกันออนไลน์ผ่านทางหน้าเว็บ หรืออุปกรณ์สื่อสาร และใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ และเว็บไซต์ เพื่อเปรียบเทียบราคา หรือค้นหาผลิตภัณฑ์ รวมถึงบริการด้านประกันภัยใหม่ ๆ สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า สื่อดิจิทัลเริ่มเข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยของผู้บริโภคมากขึ้น

สำหรับตลาดประกันภัยในประเทศไทยนั้นปัจจุบันสื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการทำตลาดใหม่ ๆ มากขึ้น โดยไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศในภูมิภาคเอเชีย ที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) มากถึง 18 ล้านราย และใช้ไลน์ (LINE) มากถึง 24 ล้านคน

ผู้ประกอบการจึงควรเริ่มสร้างสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ก สื่อสารผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ บนสมาร์ตโฟน และแท็บเล็ต โดยเฉพาะบริษัทประกันชีวิตระดับท็อปที่ต่างหันมารุกตลาดนี้กันอย่างหนัก ทั้งการออกสตีกเกอร์ไลน์ (LINE) และการขายผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้เข้าถึงไลฟ์สไตล์ของคนไทย