



'PWC' แนะนำประกันไทย ปรับตัวรับตลาดดิจิทัล



บี ดับบลิว ซี เผยผู้บริโภคทั่วโลกแห่ซื้อประกันผ่าน
สื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น แนะนำบริษัทประกันไทยปรับตัวรับ
ตลาดพัฒนาการผลิตภัณฑ์ บริการและช่องทางการขาย
แบบดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

วิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานที่ปรึกษา
บริษัท บี ดับบลิว ซี คอนซัลติ้ง (ประเทศไทย)
กล่าวว่า จากผลสำรวจ Insurance 2020 : The
digital prize – Taking customer connection to
a new level ซึ่งทำการสำรวจลูกค้าที่ซื้อประกันภัย
ทั่วไปเกือบ 1 หมื่นรายในหลากหลายประเทศและภูมิภาค
ทั่วโลก 16 แห่ง พบว่าแนวโน้มในอนาคตสื่อดิจิทัลจะ
เข้ามามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อประกันภัยของผู้บริโภค
มากขึ้น หลังพบผู้บริโภคส่วนใหญ่ติดตามบริการหลังการ
ขายของบริษัทประกันภัยผ่านทางสื่อดิจิทัล

ทั้งนี้ ผลสำรวจจะระบุว่า ผู้ซื้อประกันกว่า 71%
ทั่วโลกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลจากเว็บไซต์เปรียบเทียบ
ราคาประกันภัยและสั่งซื้อออนไลน์ ค้นหาข้อมูลก่อน

ตัดสินใจซื้อประกันภัยและบริการ และประมาณ 70%
ชื่นชอบการดาวน์โหลดและใช้งานแอปพลิเคชันจาก
บริษัทผู้รับประกันภัย

“เมื่อเราพูดถึงธุรกิจดิจิทัล ในอดีตอาจหมายถึงการ
ทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรืออีคอมเมิร์ซ โดย
ทั่วไป แต่ในปัจจุบันโลกยุคดิจิทัลหมุนเร็วได้ทำให้เกิด
นวัตกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สื่อออนไลน์ บิ๊กดาต้า
คลาวด์ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์
และเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูล
ข่าวสารและเชื่อมโยงติดต่อกันได้มากขึ้น เรามองว่า
ในปี 2560 จะเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า Transitionals คือ
เกิดการเปลี่ยนถ่ายของผู้บริโภคแบบดั้งเดิมมาเป็น
ผู้บริโภคที่เป็นดิจิทัลมากขึ้น ก่อนที่จะเห็นการเปลี่ยน
แปลงเข้าสู่ยุคของดิจิทัลเน็ตฟอย่างแท้จริงในปี 2563”
วิไลพร กล่าว

สำหรับตลาดประกันภัยในประเทศไทยนั้น ปัจจุบัน
สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการทำตลาดใหม่ๆ มากขึ้น

โดยไทยถือเป็นหนึ่งประเทศในภูมิภาคเอเชีย ที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากถึง 18 ล้านราย และใช้ไลน์มากถึง 24 ล้านราย ผู้ประกอบการจึงควรเริ่มสร้างสังคมออนไลน์หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ก สื่อสารผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ บนสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต โดยเฉพาะบริษัทประกันชีวิตระดับท็อปที่ต่างหันมารุกตลาดนี้กันอย่างหนัก ทั้งการออกสตีกเกอร์ไลน์และการขายผ่านแอปพลิเคชันเพื่อให้เข้าถึงไลฟ์สไตล์ของคนไทย

วิไลพร กล่าวว่า แนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตปีนี้จะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเป็นไปในอัตราที่รวดเร็วยิ่งขึ้นภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) ในปี 2558 เนื่องจากปัจจุบันอัตราการถือครองกรมธรรม์ในไทยยังอยู่ในระดับต่ำ ทำให้ยังมีช่องว่างในการเติบโต รวมทั้งคนไทยเริ่มมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการทำประกันชีวิตมากขึ้น

“ในอีก 1-2 ปีข้างหน้า ช่องทางดิจิทัลจะถูก

พัฒนาขึ้นไปอีกขั้น เราจะได้เห็นกระแสของบริษัทประกันที่หันมาขายประกันออนไลน์กันมากขึ้น จากปัจจุบันที่เริ่มมีผู้ประกอบการบางรายเสนอขายผ่านออนไลน์บ้างแล้ว โดยแบบประกันผ่านออนไลน์จะเป็นลักษณะง่ายๆ ไม่ซับซ้อน เหมือนกับการขายผ่านทีวีหรือขายผ่านเว็บไซต์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะเริ่มพัฒนาแอปพลิเคชันใบเสนอราคาแบบประกันต่างๆ ผ่านทางมือถือ เพื่อช่วยตัวแทนฝ่ายขายให้สามารถแนะนำแบบประกันให้กับลูกค้าได้สะดวกสบายและรวดเร็วขึ้น” วิไลพร กล่าว

วิไลพร กล่าวอีกว่า การแข่งขันในตลาดธุรกิจประกันจะทวีความรุนแรงมากขึ้นในระยะข้างหน้า ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะได้เปรียบ คือ รายที่พร้อมจะเกาะไปกับเทรนด์ดิจิทัล โดยเป็นผู้นำในการนำเสนอและฉีกรูปแบบการให้บริการแบบเก่าๆ และนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการใช้รูปแบบชีวิตของลูกค้าที่เป็นออนไลน์มากขึ้น ■