

ทีคิวเอ็มตั้งเป้าเป้า 11,000 ล้านบาท โฟกัสแบบ Segmentation มุ่งตอบโจทย์ทุกความต้องการ



ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ เปิดกลยุทธ์ที่เน้นโปรดักต์เฉพาะกลุ่มลูกค้า แบบเข้าถึงทุกเจนเนอเรชั่น ให้ความสำคัญ
คุ้มครองครบทุกภัย เสริมตรงตามไลฟ์สไตล์ผ่านช่องทางที่ลูกค้าสะดวก พร้อมเดินหน้าเพิ่มศักยภาพความเป็น
ดิจิทัลโบรคเกอร์ประกันภัย จัดเต็มให้ลูกค้ามากกว่า

ดร.อัญชลิน พรหมนิภา ประธาน บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เปิดเผยว่า ในปี 2560 บริษัท
สามารถเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 10,147 ล้านบาท เติบโต 7% เมื่อเทียบช่วงเดียวกันของปี
2559 แบ่งเป็นสัดส่วนเบี้ยรับประกันภัยรถยนต์ คิดเป็น 77% ไม่ใช่ออโตหรือมอเตอร์ 14% และประกันชีวิต
9%

“ปีที่ผ่านมาเป็นปีที่ท้าทายมากสำหรับทีคิวเอ็ม เนื่องจากการรับรู้และการตอบสนองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อ
ประกันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ
ประกอบกับการเตรียมความพร้อมของกลุ่มธุรกิจเพื่อนำทีคิวเอ็มเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้ทีคิว
เอ็มต้องปรับกระบวนการ พัฒนางองค์กรให้แข็งแกร่งมากขึ้น สุดท้ายก็ยังมองเห็นโอกาสที่ทีคิวเอ็มจะตอบสนอง
ความต้องการให้ลูกค้าทุกเจนเนอเรชั่นได้มากขึ้น



ปีนี้ทีคิวเอ็มจะพัฒนาโปรดักต์ในแนวคิด Customization เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยังคงให้
ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า (Customer Oriented) โดยจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
(Product Segmentation) เพราะแต่ละกลุ่มมีความต้องการที่แตกต่างกัน เน้นความคุ้มครองที่มากกว่า มีให้เลือก
หลากหลาย ครบทุกภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน อาทิ ประกันภัยรถยนต์ ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพ ทั้งนี้เพื่อให้
ลูกค้าเลือกซื้อได้ตามความต้องการในราคาที่คุ้มค่า (Value for Money) และได้รับบริการช่วยเหลือจากทีคิว
เอ็มตลอด 24 ชั่วโมง ตามนโยบายเชิงรุกในการดูแลลูกค้าภายใต้คอนเซ็ปต์ “TQM Beside” โดยจะทยอยออกไป
ดักท์กันทั้งปี”



ส่วนช่องทางการสื่อสารถึงลูกค้า ทีคิวเอ็มกำหนดแผนการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่เหมาะสมกับพฤติกรรม
ของกลุ่มเป้าหมายทุกเจนเนอเรชั่น โดย Gen B (Baby Bloom) ยังคงเป็นกลุ่มที่ใช้การสื่อสารแบบออฟไลน์เป็นหลัก

ซึ่งทีคิวเอ็มก็มีบริการผ่านทางโทรศัพท์ 24 ชั่วโมง เพื่อให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้ ขณะที่สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ก็ยังคงเน้นไปที่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทีวี ส่วน Gen X และ Y ยังคงเป็นกลุ่มที่ชอบหาข้อมูลและตัดสินใจซื้อผ่านทางออนไลน์ แต่เมื่อมีข้อสงสัยก็ต้องพร้อมที่จะให้ข้อมูลกับคนกลุ่มนี้ ด้วยบริการ Live Chat 24 ชั่วโมง หรือสอบถามที่ Hotline TQM 1737 ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเช่นกัน

ดร.อัญชลินได้เปิดเผยต่อถึงลูกค้ากลุ่มดิจิทัลว่าทีคิวเอ็มมีฐานลูกค้ากลุ่มดิจิทัลกว่า 15,000,000 คน จากทุกช่องทางของเราไม่ว่าจะเป็น www.tqm.co.th, LINE Official และ Facebook ซึ่งนับว่าเป็นคอมมูนิตี้ที่มีความสำคัญมาก ทำให้เราสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดีมากขึ้น การสื่อสารแบบ Two way communication ยิ่งทำให้เราเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้ในทุกมิติ ซึ่งสุดท้ายแล้วก็นำกลับมาพัฒนาเป็นบริการกลับไปให้ลูกค้านั่นเอง นอกจากนี้ทีคิวเอ็มยังเน้นพัฒนาการให้บริการออนไลน์แบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นการเช็คเบี้ยประกัน เปรียบเทียบเบี้ยประกันได้ด้วยตัวเอง การเช็กขอคำปรึกษา การพัฒนาแอปพลิเคชัน TQM Beside ให้ใช้งานได้สะดวกมากขึ้น ซึ่ง TQM Beside ไม่ใช่แค่แอปเคลมประกัน แต่เป็นแอปที่ให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ สามารถจองคิวก่อนนำรถเข้าซ่อมได้ตรวจสอบข้อมูลการทำประกัน และรับสิทธิประโยชน์บนแอปที่มีให้เลือกครบทุกไลฟ์สไตล์ และเวอร์ชันใหม่ที่จะพัฒนาในปีนี้เป็นคือจะสามารถซื้อประกันบนแอปได้ทันที รวมถึงการให้บริการหรือร่วมกิจกรรมผ่านทาง LINE Official และ Facebook เป้าหมายคือให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก ง่าย ง่ายดาย เวลาไหนก็ได้



อีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญคือ ในปีนี้ทีคิวเอ็มจะจับมือร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ (Alliance) อื่นที่หลากหลายมากขึ้น มอบสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าทั้งสองฝ่าย โดยจะเน้นให้ลูกค้าทั้งสองกลุ่มได้ประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเป็นพันธมิตรร่วมกับดีแทค ที่จะมีการขยายความร่วมมือในส่วนอื่น ๆ เพิ่มเติมอีก ในปีนี้มีแผนที่จะขยายความร่วมมือกับพันธมิตรรายใหม่ ที่จะมาเติมเต็มความสะดวกสบายของลูกค้าทั้งสองฝ่าย



นอกจากนี้ ในปีนี้ ถือเป็นการฉลองการก้าวเข้าสู่ปีที่ 65 ของทีคิวเอ็ม ดังนั้น จึงได้จัดแคมเปญพิเศษให้ลูกค้าโดยเฉพาะกับโครงการ “บอกต่อสิ่งดีๆ TQM ก้าวสู่ 65 ปี แจกใหญ่ แจกจริง ลุ้นรางวัลคุณ 2” เพียงซื้อประกันกับ TQM หรือจะแนะนำเพื่อนหรือครอบครัวมาเป็นสมาชิก TQM Family Club รับสิทธิ์ลุ้นรางวัลทุกเดือนทั้งผู้แนะนำและสมาชิกใหม่ รางวัลใหญ่รถยนต์ Toyota YARIS 2 คัน และรางวัลอื่น ๆ รวมทั้งหมดกว่า 6,500 รางวัล มูลค่ากว่า 2,000,000 บาท โดยไม่จำกัดสิทธิ์การแนะนำ ยิ่งแนะนำมาก ยิ่งได้รับสิทธิ์ในการลุ้นรางวัลมาก ระยะเวลาโครงการเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2561 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2562



ในปี 2561 ทีคิวเอ็มตั้งเป้าเบี้ยประกันภัยรวม 11,000 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ 8% “ทีคิวเอ็มยัง

คงเดินหน้าพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องด้วยมาตรฐานระดับสากล ที่ให้บริการมากกว่าแค่ชื่อประกัน พร้อมทั้ง
มุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมประกันภัยเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในทุกช่องทาง (Omni channel)” ดร.อัญ
ชลิน กล่าว

ทีคิวเอ็ม ไม่หยุดทำดีที่สุดเพื่อคุณ