



‘แฟรงค์’ ชูอินชัวร์เทคโนโลยี

จับมือ “กรุงเทพประกันภัย” เน้นผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์

“แฟรงค์ อินชัวร์นส์” ลุยประกันออนไลน์ ชูโมเดล “อินชัวร์เทคโนโลยี” เต็มรูปแบบเจ้าแรกในไทย พร้อมผนึก “กรุงเทพประกันภัย” เสริมตลาดประกัน “ออลอินวัน” ตั้งเป้าเบี้ยปีนี้ 100 ล้านบาท

นายอัปเปรม ดุวา ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้งบริษัท แฟรงค์ อินชัวร์นส์ โบรกเกอร์ จำกัด หรือผู้ให้บริการ frank.co.th เปิดเผยว่า แผนธุรกิจในปีนี้เป็นบริษัทตั้งเป้ารายได้จากยอดขายกรมธรรม์ไว้ที่ 100 ล้านบาท เทียบกับปีก่อนซึ่งมียอดขายมากกว่า 10 ล้านบาท เนื่องจากเป็นปีแรกที่เริ่มทำตลาด โดยเป็นสัดส่วนยอดขายในไทยประมาณ 70% และได้หวั่น 30%

ทั้งนี้ บริษัทยังคาดว่าจะสามารถคืนทุนภายใน 5 ปี ด้วยอัตราการเติบโตประมาณ 2 เท่าต่อปี ซึ่งเป็นผลจากการเป็น โบรกเกอร์ประกันภัยสตาร์ทอัพ ที่ลงทุนนวัตกรรมด้าน Insurtech ด้านการขายประกันอย่างเต็มรูปแบบถือเป็นรายแรกในไทย พร้อมกับเตรียมขยายตลาดในมาเลเซีย และอินโดนีเซียในปีหน้าด้วย

“เราเล็งเห็นศักยภาพว่าไทยเป็นประเทศที่น่าลงทุนทำธุรกิจเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชียนี้ แม้ว่าตลาดประกันภัยออนไลน์ในไทยยังเล็ก แต่ด้วยการลงทุนเทคโนโลยีของเรา ช่วยประหยัดต้นทุนได้ 15-20% แม้จะใช้เงินลงทุนสูงในช่วงแรกเท่านั้น แต่หลังจากนั้นจะเติบโตเร็วและเราไม่แข่งขันด้านราคา ที่สำคัญคนไทยยังเปิดรับเทคโนโลยีได้เร็ว โดยเฉพาะช่องทางขายประกันออนไลน์ ที่เสริมการทำการตลาดให้เป็นประกันออลอินวัน



(All-in-one insurance) รวดเร็ว ตรงใจ ลูกค้า กลายเป็นทางเลือกใหม่ นอกจากนี้ในอดีตต้องซื้อผ่านตัวแทนหรือซื้อตรงจากบริษัทประกัน”

ล่าสุด บริษัทสนับสนุนงบลงทุนด้านเทคโนโลยีนี้คาดว่าจะใช้เงินหลายล้านบาท นำนวัตกรรม Chat Bot ที่ชื่อว่า “ใจดี” และ Canvas ในเฟซบุ๊กเข้ามาช่วยเสริม รวมถึงเทคโนโลยีที่เน้นเรื่องความปลอดภัยสูงและเทคโนโลยีทางการประกัน (Insurtech) เข้ามาใช้ในการทำธุรกิจเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและความปลอดภัยอย่างสูงสุดแก่ลูกค้า มุ่งเน้นให้เกิดการโต้ตอบกับลูกค้าแบบเรียลไทม์ ผ่านกลุ่มผู้ใช้สมาร์ตโฟนเพื่อให้ลูกค้าติดต่อกับ Frank โดยตรงได้อย่างรวดเร็วทันใจ ไม่ว่าจะลูกค้าจะอยู่ในกรุงเทพหรือต่างจังหวัดก็ตาม

โดยปัจจุบันบริษัทร่วมกับ บมจ.กรุงเทพประกันภัย ขายประกันรถยนต์ออนไลน์ มีผลตอบรับดีในปีที่ผ่านมา และมั่นใจที่จะขยายธุรกิจในปีนี้ เพิ่มการขายประกันการเดินทางและประกันอุบัติเหตุด้วย

อีกทั้ง มุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์แนวไลฟ์สไตล์ อาทิเช่น ผู้ให้บริการมือถือรายใหญ่ของประเทศไทย หรือโปรโมชั่นสำหรับการซื้อสินค้าออนไลน์อื่นๆ ให้มากขึ้น เพื่อมอบเป็นสิทธิประโยชน์ (privilege)

ให้แก่ลูกค้าที่สามารถนำไปใช้ได้จริงๆ ซึ่งนี่คือส่วนหนึ่งของการบริการหลังการขายที่ลูกค้าประทับใจและบอกต่อกันไปด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ช่องทางการขายของ Frank ยังคงเน้นที่สื่อสังคมออนไลน์อย่าง เฟซบุ๊ก, ไลน์, อินสตาแกรม และยูทูบ เป็นหลัก

นายปิติพงษ์ ชาวชายโขง รองผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายธุรกิจรายย่อย บมจ. กรุงเทพประกันภัย เปิดเผยว่า ภาพรวมตลาดประกันภัยรายย่อยขณะนี้ยังมีแนวโน้มการฟื้นตัวอย่างช้าๆ และการฟื้นตัวยังขึ้นอยู่กับความสามารถบริษัทประกันจะพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าของธุรกิจพันธมิตร โดยเฉพาะในตลาดที่ยังมีกำลังซื้อ

ในส่วนของบริษัทวางเป้าหมายนอกเหนือจากการเป็นบริษัทประกันภัยแล้ว พยายามเปลี่ยนบทบาทเพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ consumer product และพบว่าในช่องทางขายประกันออนไลน์น่าจะเข้ามาตอบโจทย์ คาดว่า จะสามารถเติบโตได้ แต่ตอนนี้ยังมีความไม่ชัดเจนของกฎระเบียบเงื่อนไขการขายประกันออนไลน์ เช่น อะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับ e-policy เป็นต้น ซึ่งยังต้องรอหน่วยงานกำกับประกาศเงื่อนไขให้ชัดเจนถึงจะเดินหน้าต่อไปได้