



# ‘บีเคไอ’พหีก‘แรบบิท’เจาะคนรุ่นใหม่

รุกตลาดประกันภัย  
เฉพาะบุคคล  
ตั้งเป้าเบี้ยรับโต 2 หลัก

กรุงเทพฯธุรกิจ • “กรุงเทพประกันภัย” ปรับแผนประกันรายย่อยปี 62 จุดกระแสตลาด “ประกันเฉพาะคน” หันเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่อายุ 25-35 ปี หวังดันเบี้ยเติบโต 2 หลัก จากปีก่อนโต 9% รุกจับมือ “แรบบิทไฟแนนซ์” ออก 4 โปรดักท์ตอบใจวัยไลฟ์สไตล์ดิจิทัล คาดเฟสแรกกวาดเบี้ย 100 ล้านบาท

นายปีติพงษ์ ชาวชายโขง รองผู้อำนวยการอาวุโส ธุรกิจลูกค้ารายย่อย บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) หรือ BKI เปิดเผยว่า แผนการดำเนินธุรกิจประกันรายย่อยในปีนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายเบี้ยเติบโตเป็นตัวเลข 2 หลัก จากปีก่อนเติบโต 9% โดยบริษัทได้วางนโยบายปีนี้ใหม่ มุ่งเน้น “Personal life Premium” หรือ ประกันภัยเฉพาะบุคคล มาสร้างความแตกต่างในตลาด ด้วยเบี้ยประกันที่ลูกค้าจับต้องได้ ไม่แพง และความคุ้มครองตามไลฟ์สไตล์ที่ลูกค้าต้องการ ที่สามารถบริหารจัดการ



ต้นทุนลูกค้าแต่ละช่วงอายุได้ ขณะที่อัตราความเสียหายของพอร์ตยังต่ำที่ 35-40% และมีอัตราการต่ออายุสูงถึง 90%

“เดิมเราเน้นขายประกันแบบแพ็คเกจกลาง แต่หลังจากเก็บข้อมูลมาระยะหนึ่งทำให้ในปีนี้นี้สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อปรับการออกประกันใหม่เป็นแบบเฉพาะคนได้ชัดเจนขึ้น เพื่อเจาะตลาดใหม่ๆ และยังสามารถบริหารต้นทุนได้ด้วย อย่างกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยผ่านรูปแบบประกันที่สื่อสารได้ง่าย เบี้ยเข้าถึงได้และความคุ้มครองตรงตามความต้องการจริงๆ”

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ อายุ 25-35 ปี โดยร่วมมือกับแรบบิทไฟแนนซ์ เปิดแคมเปญ “แคร์ คัม ทุกไลฟ์สไตล์” ให้คนไทยเข้าถึงประกันภัยชั้นนำได้ง่ายขึ้น ภายใต้แคมเปญนี้ จะมี 4 รูปแบบประกันภัย (Lifestyle Insurance) ที่ให้ความคุ้มครองและสิทธิประโยชน์พิเศษเพิ่มเติม ประกอบด้วย 1.ประกันรถยนต์ มีการให้เครดิตเงินคืนส่วนลดให้ลูกค้าสูงถึง 15%

2.ประกันมะเร็งแบบเฉพาะบุคคล 4 แผนหลัก ต่ออายุต่อเนื่องเพิ่มทุน 100% ด้วยเบี้ยประกันเท่ากัน เริ่มต้นเพียง 1,920 บาท ต่อปี ทุนประกันสูงสุดถึง 1.8 ล้านบาท 3.ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลเพิ่มความคุ้มครองกีฬาและผจญภัย มีสิทธิพิเศษรับบริการ Nursing At Home และ 4.ประกันภัยการเดินทางต่างประเทศคุ้มครองครอบคลุมทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด, บัตรเดบิตน้ำมันและ Rabbit Card Limited Edition ด้วย

นายชยพัทธ์ สุกสรณ์โพธิ์ชัย ผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์ แรบบิท อินชัวร์นซ์ โบรคเกอร์ เปิดเผยว่า สำหรับความร่วมมือดังกล่าว เป็นในลักษณะ co-brand เพิ่มรูปแบบด้านประกันวินาศภัยเป็นครั้งแรกและรายเดียวขณะนี้ โดยบริษัทตั้งเป้าหมาย



แคมเปญดังกล่าวในเฟสแรก 100 ล้านบาท  
ในปี นี้ และเตรียมขยายความคุ้มครอง  
ประกันภัยทรัพย์สินและเงินชดเชยรายได้  
ในช่วงเฟส 2 ช่วงครึ่งหลังของปี นี้

รวมถึงยังจะช่วยขยายฐานทั้งลูกค้าใหม่  
และลูกค้าเก่า จากปัจจุบันเรบิทไฟแนนซ์  
มีฐานลูกค้า 1 ล้านคน อายุเฉลี่ย 27 ปีขึ้นไป  
และเรบิทมีฐานลูกค้าประมาณ 7 ล้านคน  
อีกทั้งจะช่วยเพิ่มสัดส่วนประกันผ่านช่องทาง  
ออนไลน์เป็น 15% ในปี นี้จากปัจจุบันอยู่ที่  
10% อีก 90% ผ่านช่องทางเทลเชลล์

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของธุรกิจด้าน  
ประกันภัย (อินซัวร์โบรกเกอร์) ของเรบิท  
ไฟแนนซ์ปี 2562 ตั้งเป้าหมายเบี้ยประกัน  
ทั้งสิ้นประมาณ 500 ล้านบาท เติบโตเท่าตัว  
ต่อปี ตั้งแต่เริ่มธุรกิจเมื่อปี 2559 และคาดว่า  
จะมีเบี้ยประกันเพิ่มขึ้นเป็น 1,000 ล้านบาท  
ในอีก 2 ปีข้างหน้า (2563-2564) ได้ไม่ยาก  
ซึ่งหลังจากนี้หาโอกาสในการขยายพันธมิตร  
รูปแบบดังกล่าวเพิ่มเติมทั้งธุรกิจประกันภัย  
และประกันชีวิต แต่ยังคงรอดูสถานการณ์  
ที่เหมาะสมอีกครั้ง และคาดหวังว่า  
สร้างรายได้ (ค่าไฟ) หลักมาจากธุรกิจ  
อินซัวร์โบรกเกอร์ในอนาคต ในปี นี้  
ตั้งเป้าส่วนของรายได้ไว้ที่ 200 ล้านบาท  
ส่วนใหญ่ยังมาจากการขายประกันภัย  
รถยนต์เป็นหลัก