

บทที่ 3

ภาพลักษณ์ของบริษัทประกันวินาศภัยจากคำขวัญ

บทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงภาพลักษณ์ที่บริษัทประกันวินาศภัยนำมาใช้ในการสร้างสรรค์คำขวัญ โดยศึกษาในส่วนของเนื้อหา เพื่อจำแนกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่เป็นลักษณะเด่นของแต่ละบริษัทได้ชัดเจนขึ้น ดังนี้

เนื้อหาของคำขวัญบริษัทประกันวินาศภัย

จากการศึกษาการใช้คำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัยในประเทศไทยทั้ง 54 บริษัท ผู้วิจัยพบว่าคำขวัญเหล่านี้สามารถแบ่งประเภทเนื้อหาได้เป็น 4 ประเภท คือ เนื้อหาด้านความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัท, เนื้อหาด้านนโยบายหรือหลักการของบริษัท, เนื้อหาด้านคุณสมบัติเด่นของบริษัท และเนื้อหาด้านผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท

1. เนื้อหาด้านความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัท

ธุรกิจประกันวินาศภัยมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองทรัพย์สินของลูกค้า ทำให้ปราศจากความกังวลต่อภัยที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ ส่งผลให้มีความสันติสุขและความมั่นคงในชีวิต ลูกค้าจึงคาดหวังความมั่นคงจากการใช้บริการของบริษัทประกันวินาศภัย จึงต้องทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย และไม่หวาดหวั่นในชีวิตได้อย่างแท้จริง รวมทั้งทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือว่าบริษัทจะสามารถยืนหยัดได้ยาวนาน ดังที่สุธรรม พงศ์สารานุกุลและคณะ (2543 : 40) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทประกันวินาศภัยใดว่า จะต้องพิจารณาถึงความมั่นคง การให้บริการ และราคาของเบี้ยประกันภัยของบริษัทดังกล่าว ความมั่นคงในที่นี้คือ ความมั่นคงของทรัพย์สิน งบดุลกำไรจากการดำเนินงาน ความสามารถในการบริหารงาน และเงินสำรอง การให้บริการคือ ความสามารถในการชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้เอาประกันภัยอย่างรวดเร็ว ทันใจ และเป็นธรรม ส่วนด้านราคารันนั้นต้องเปรียบเทียบอัตราเบี้ยประกันภัย และความคุ้มครองที่จะได้รับจากบริษัทที่ให้บริการชนิดเดียว

คำขวัญส่วนใหญ่ของบริษัทประกันวินาศภัยจึงกล่าวถึงความมั่นคง และความน่าเชื่อถือของบริษัท ผู้วิจัยพบว่าบริษัทประกันวินาศภัยจำนวน 16 บริษัท มีเนื้อหาด้านความมั่นคง และความน่าเชื่อถือ โดยแยกเป็นการกล่าวโดยตรง และอ้อมเอาเหตุผลอื่น ๆ มาโน้มน้าวใจ

1.1 คำขวัญที่กล่าวถึงความมั่นคงและความน่าเชื่อถือโดยตรง

คำขวัญชนิดนี้ระบุตรงๆ ว่า บริษัทประกันวินาศภัยมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ โดยไม่มีการอ้างเอาเหตุผลอื่นใดมาประกอบ ผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งได้เป็น การกล่าวถึงความมั่นคงกับความน่าเชื่อถือโดยตรง และความมั่นคงกับความน่าเชื่อถือที่เน้นความรู้สึกหรือผลที่ลูกค้าจะได้รับด้วย

1.1.1 กล่าวถึงความมั่นคง และความน่าเชื่อถือโดยตรง

หลักประกันที่วางใจได้

(บจก.วิธสินประกันภัย)

คำขวัญนี้ถือว่าเป็นเนื้อหาที่บ่งบอกความน่าเชื่อถือของบริษัทซึ่งลูกค้าสามารถให้ความไว้วางใจได้ คือ สามารถเป็นหลักให้ลูกค้ายึดเหนี่ยวได้เมื่อมาใช้บริการ

มั่นคง มั่นใจ ประกันภัยศรีอยุธยา

(บมจ.ศรีอยุธยาประกันภัย)

คำขวัญนี้เชื่อว่าลูกค้าจะมีความมั่นคงในชีวิต และมีความรู้สึกมั่นใจในการใช้ชีวิตแต่ละวันหากมาใช้บริการกับบริษัท ฯ

ชื่อใหม่ที่คุณมั่นใจได้ดั้งเดิม

(บจก.อวิว่าประกันภัย)

คำขวัญนี้สื่อความหมายว่าแม้บริษัทฯ จะเปลี่ยนชื่อใหม่แต่ก็ขอให้คำรับรองว่า บริษัทยังมีความน่าเชื่อถือ ลูกค้าสามารถไว้วางใจ หรือมั่นใจได้

1.1.2 กล่าวถึงความมั่นคง และความน่าเชื่อถือที่เน้นความรู้สึกของลูกค้าหรือผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

อุ่นใจ มั่นคง ปลอดภัย

(บจก.เอราวิณประกันภัย)

คำขวัญนี้มุ่งไปที่ความรู้สึกของลูกค้าหลังจากการใช้บริการกับบริษัทฯ ว่าจะได้รับความ “อุ่นใจ” ความ “มั่นคง” และความ “ปลอดภัย” คือแม้จะมีภัยแต่บริษัทก็สามารถช่วยชดใช้ หรือแก้ไข ความเสียหายที่เกิดขึ้นจนเสมือนว่าไม่มีภัยนั่นเอง

วางใจเมื่อเรียกใช้ อุ่นใจเมื่อมีภัย

(บจก.อินทรประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงว่าลูกค้าจะเกิดความรู้สึก “วางใจ” และรู้สึก “อุ่นใจ” เมื่อใช้บริการของบริษัท โดยความรู้สึกเหล่านี้จะเกิดขึ้นทันที เมื่อ “เรียกใช้” และเมื่อ “มีภัย” เกิดขึ้นกับทรัพย์สิน

1.2 คำขวัญที่กล่าวถึงความมั่นคง นำเชื่อถือ โดยอ้างเอาเหตุผลอื่นมาโน้มน้าวใจ

คำขวัญชนิดนี้ไม่ได้กล่าวถึงความมั่นคง และนำเชื่อถือของบริษัทโดยตรง หากได้อ้างถึงสาเหตุที่ทำให้บริษัทมั่นคงได้ โดยแยกได้เป็นการอ้างถึงอายุการจัดตั้งบริษัท และการอ้างถึงหลักฐานหรือหลักประกันของบริษัท

1.2.1 คำขวัญที่กล่าวถึงความมั่นคง นำเชื่อถือโดยอ้างถึงอายุการจัดตั้งบริษัท

ด้วยเหตุที่ผู้ประกอบการธุรกิจประกันวินาศภัยจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับลูกค้าอย่างยาวนาน ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าว่า ผู้ประกอบการดังกล่าวจะไม่เลิกกิจการกลางคัน วิธีการหนึ่งคืออ้างถึงอายุการจัดตั้งบริษัทที่สามารถยืนหยัดอยู่ได้หลายสิบปี โดยแบ่งได้เป็นแบบระบุปีจัดตั้ง และแบบไม่ระบุปี

1.2.1.1 แบบระบุปี

57 ปี ของเรา คือหลักประกันที่มั่นคงของคนไทย

(บจก.อาคเนย์ประกันภัย)

คำขวัญนี้ย้าว่าบริษัท เป็นหลักประกันที่มั่นคงแก่คนไทย โดยอ้างถึงอายุการจัดตั้งบริษัท 57 ปี เพื่อยืนยันในความมั่นคงของบริษัทฯอายุยืนยาวมาได้ถึง 60 ปี

มาตรฐานงานดี 50 ปี เป็นหลักประกัน

(บจก.สหมงคลประกันภัย)

คำขวัญนี้เน้นคุณภาพของการทำงานที่ได้มาตรฐาน โดยอ้างอิงอายุการจัดตั้งบริษัท “50 ปี” เป็นข้อยืนยันถึงการยอมรับของลูกค้า

55 ปี บริการคุณภาพที่คุ้มมันใจ

(บมจ.กรุงเทพประกันภัย)

คำขวัญนี้เน้นคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ โดยอ้างอิงอายุการจัดตั้งบริษัทที่สามารถดำเนินกิจการมาได้ถึง 55 ปี เป็นข้อยืนยัน

กว่า 65 ปีที่ไทยประกันภัย อยู่เคียงข้างกับคนไทย

(บมจ.ไทยประกันภัย)

คำขวัญนี้นำอายุการจัดตั้งบริษัท 65 ปี มาเป็นข้ออ้างเพื่อชักจูงให้เกิดการครุ่นคิดต่อไปว่า บริษัทคงจะมีความมั่นคง ไม่เช่นนั้นคงไม่สามารถดำเนินกิจการมาถึง 65 ปี

32 ปี มั่นใจ ในความคุ้มครอง

(บจก.พาณิชย์ประกันภัย)

คำขวัญนี้เน้นการให้ความคุ้มครองว่า ลูกค้าสามารถเชื่อถือได้ โดยอ้างอิงอายุการจัดตั้งบริษัทที่สามารถให้บริการได้ถึง 32 ปี

1.2.1.2 แบบไม่ระบุปี

สร้างคุณภาพในบริการ ด้วยรากฐานที่มั่นคง

(บมจ.สามัคคีประกันภัย)

คำขวัญนี้ใช้คำ “รากฐาน” มาเป็นข้อยืนยันในความมั่นคง อันเป็นเหตุนำมาซึ่งการให้บริการอย่างมีคุณภาพ “รากฐาน” คือความเป็นมา หรือปัจจัยในการจัดตั้งบริษัทซึ่งประกอบขึ้นอย่างมั่นคง

หลักประกันที่ยาวนาน และมั่นคง
(บจก. ไรย์ลแอนด์ซันอ์ลายนซ์ประกันภัย)

คำขวัญนี้ใช้คำ “ยาวนาน” มาเป็นข้ออ้างถึงความมั่นคง, ความน่าเชื่อถือ ว่าบริษัทมีความน่าเชื่อถือเพียงพอไม่เช่นนั้นคงไม่สามารถให้บริการมาได้อย่างยาวนาน

1.2.2 คำขวัญที่กล่าวถึงความมั่นคง น่าเชื่อถือ โดยอ้างถึงหลักฐานหรือหลักประกันของบริษัท รวมถึงศักยภาพในการให้บริการของบริษัท

การจัดตั้งบริษัทประกันวินาศภัยขึ้นมาต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ รวมทั้งต้องปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายอย่างเคร่งครัด ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งกรรมการ การวางหลักทรัพย์ประกัน หรือการจัดสรรเบี้ยประกันภัยไว้เป็นเงินประกันภัยตามหลักเกณฑ์ เพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่ธุรกิจและสาธารณชนที่เอาประกันภัย ทั้งกฎหมายยังได้ควบคุมการดำเนินงานของบริษัทต่อเนื่องไป เป็นต้นว่า การกำหนดแบบและอัตราเบี้ยประกันภัย และการกำหนดเงื่อนไขกรมธรรม์ (สุธรรม พงศ์ดำรง และคณะ, 2543 : 8) ฉะนั้นการใช้คำขวัญแสดงให้ลูกค้าตระหนักในหลักประกัน หรือหลักฐานของการจัดตั้งบริษัทประกันวินาศภัย ก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และไว้วางใจได้ ได้แก่การใช้คำขวัญที่ว่า

คุ้มภัยด้วยหลักฐาน บริการด้วยไมตรี
(บมจ. เทเวศประกันภัย)

คำขวัญนี้ใช้คำ “หลักฐาน” มาเป็นข้ออ้างหรือโน้มน้าวให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่า บริษัทจะสามารถให้บริการประกันภัยแก่ลูกค้าได้ด้วยหลักฐานที่มั่นคง

คุ้มครองพร้อมสรรพ สิ้นทรัพย์ประกันภัย
(บจก. สิ้นทรัพย์ประกันภัย)

ถ้อยคำ “คุ้มครองพร้อมสรรพ” ของคำขวัญนี้ ซึ่งให้เห็นถึงศักยภาพในการให้บริการของบริษัทว่า จะสามารถให้บริการหรือให้ความคุ้มครองทรัพย์สินได้อย่างทั่วถึง เพราะฉะนั้นหากลูกค้ามาใช้บริการก็สามารถไว้วางใจหรือเชื่อถือได้

2. เนื้อหาด้านนโยบายหรือหลักการของบริษัท

ดังที่ได้กล่าวข้างต้นว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทประกันวินาศภัยต้องพิจารณาถึงการให้บริการของบริษัทด้วย ซึ่งลักษณะการให้บริการสามารถสังเกตได้จากนโยบายหรือหลักการของบริษัทว่าบริษัทเน้นการให้บริการอะไร และลูกค้าจะได้รับอะไรตอบแทนบ้างจากการใช้บริการของบริษัท จากการศึกษาการใช้คำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัย ผู้วิจัยพบว่าบริษัทประกันวินาศภัยมีนโยบายการให้บริการที่สร้างความสนิทสนมกับลูกค้า นโยบายการให้บริการที่ทำเพื่อสังคมด้วยและนโยบายที่เน้นคุณธรรม

2.1 การให้บริการที่สร้างความสนิทสนมกับลูกค้า

อาจเนื่องมาจากบริษัทประกันวินาศภัยมีความสัมพันธ์กับลูกค้ายาวนาน เปรียบเสมือนญาติสนิทมิตรสหาย การนำเสนอคำขวัญจึงให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้สึกรักใคร่สนิทสนม ด้วยการบ่งบอกว่าบริษัทจะอยู่เคียงข้าง ให้ความอุ่นใจ ความสบายใจ ตลอดจนจะเป็นเช่นบุคคลสำคัญในหัวใจของลูกค้า ดังคำขวัญที่ว่า

อลิอันซ์ พลังเคียงข้างคุณ

(บจก.อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันภัย)

คำขวัญนี้สื่อความหมายว่า บริษัทจะอยู่เคียงข้างลูกค้าตลอดไป เปรียบเสมือนเป็นพลังเป็นกำลังใจในชีวิต

ไทยประกันภัย หนึ่งในใจลูกค้า

(บมจ.ไทยประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงว่าบริษัท ๆ มีความผูกพันใกล้ชิดกับลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เสมือนเป็นคนแรกที่ลูกค้านึกถึงเมื่อเกิดความทุกข์ คือเป็น “หนึ่งในใจลูกค้า”

มิตรแท้ประกันภัย มิตรแท้ของคุณ

(บจก.มิตรแท้ประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงความเป็นมิตรกับลูกค้าชั้นพิเศษ คือเป็น “มิตรแท้” ซึ่งไม่อาจหาได้ง่ายๆ เสมือนเป็นบุคคลซึ่งคงจะเป็นหนึ่งในไม่กี่คนของลูกค้า ที่จะซื้อตรงกับลูกค้าตลอดไป

ไทยศรีชูริก เราประกันความสบายใจให้คุณ

(บจก.ไทยศรีชูริกประกันภัย)

คำขวัญนี้เน้นความรู้สึกสบายใจของลูกค้าว่า บริษัทมีหน้าที่ในการให้บริการประกันภัย เพื่อความสบายใจของลูกค้า โดยทุกบริการของบริษัทเป็นเสมือนการให้ประกันความสบายใจนั่นเอง

อบอุ่นใจ คู่มกัย คู่ครองคุณ

(บมจ.คู่มกัยประกันภัย)

คำขวัญนี้เน้นให้ลูกค้ารู้สึกมีความใกล้ชิดกับบริษัทฯ ด้วยการเน้นว่าบริษัทจะทำหน้าที่มอบความอบอุ่นใจ ตลอดจนให้ความคุ้มครองและปกป้องภัยอันตรายแก่ทรัพย์สินของลูกค้า

ความอุ่นใจของคุณ คือ บริการของนารายณ์

(บจก.นารายณ์สากลประกันภัย)

คำขวัญนี้มีความหมายว่า บริษัทฯ มีนโยบายที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอุ่นใจเมื่อมาใช้บริการ โดยเน้นความรู้สึกอุ่นใจของลูกค้าเป็นอันดับแรกก่อนที่จะชี้ให้เห็นตามมาว่าความรู้สึกนี้เกิดจากการให้บริการของบริษัทนั่นเอง

2.2 การให้บริการเพื่อสังคม

ธุรกิจประกันวินาศภัยนอกจากจะมีบทบาทสำคัญต่อบุคคลและครอบครัวแล้ว ยังมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในระดับมหภาคด้วย ด้วยการทำให้เกิดเสถียรภาพในระบบเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม เป็นต้นว่าทำให้เกิดความมั่นใจในการให้บริการกู้ยืมเงินของสถาบันการเงินซึ่งส่งผลต่อการขยายการลงทุน ทำให้เกิดความมั่นใจในการประกอบการค้าหรือ

อุตสาหกรรม ทำให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีส่วนในการระดมเงินออมเพื่อการลงทุน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2532 : 113 - 115)

เนื้อหาด้านการให้บริการเพื่อสังคมดังกล่าวได้ปรากฏอยู่ในคำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัยด้วย โดยคำขวัญในลักษณะนี้ได้เพิ่มเติมเนื้อหาที่ระบุถึงการให้บริการแก่ลูกค้า เป้าหมายขยายเป็นการมองถึงสังคมส่วนรวมด้วย แต่เป็นเพียงการกล่าวโดยไม่ได้ระบุว่าบริษัทได้ทำเพื่อสังคมอย่างไร ได้แก่ คำขวัญที่ว่า

มุ่งมั่นในบริการ สร้างผลงานเพื่อสังคม
(บจก.กรุงไทยพาณิชย์ ประกันภัย)

คำขวัญนี้นอกจากจะบอกอย่างหนักแน่นว่า บริษัทมีความมุ่งมั่นในการให้บริการ นอกจากนี้ผลงานของบริษัทเป็นไปเพื่อสังคมส่วนรวม แต่ไม่ได้ระบุว่าทำเพื่อส่วนรวมอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะเฉพาะของคำขวัญที่ใช้ถ้อยคำได้จำกัด

ไทยเศรษฐกิจ เพื่อเศรษฐกิจไทย
(บมจ.ไทยเศรษฐกิจประกันภัย)

คำขวัญนี้กล่าวถึงเศรษฐกิจระดับมหภาคหรือเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศว่า การให้บริการประกันภัยของบริษัทฯ ก็ทำเพื่อเศรษฐกิจไทยโดยรวมนั่นเอง

บริษัทประกันภัยต่อไทยที่เคียงคู่คนไทย มุ่งสงวนเงินตราไทยไม่ให้ไหลไปต่างแดน
(บมจ.ไทยรับประกันภัยต่อ)

คำขวัญนี้กล่าวถึงการทำหน้าที่เพื่อคนไทย ในแง่ที่คอยดูแลธุรกิจประกันวินาศภัยเพื่อช่วยป้องกันไม่ให้เงินของคนไทยไหลออกนอกประเทศ

2.3 นโยบายด้านความซื่อสัตย์และความยุติธรรม

ด้วยการติดต่อกับบริษัทประกันวินาศภัยมีความเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ หรือการชดเชยค่าเสียหาย ซึ่งต้องอาศัยการจัดการผลประโยชน์ที่ถูกต้อง และเป็นธรรม บริษัทประกันวินาศภัยจึงต้องแสดงให้เห็นลูกค้าเกิดความเชื่อถือว่า จะได้รับความเป็นธรรมเมื่อมาใช้บริการของบริษัท

ผู้วิจัยพบว่าบริษัทประกันวินาศภัย ใช้คำขวัญที่ชี้ให้เห็นถึงความซื่อตรง ซื่อสัตย์ในคำสัญญา และให้บริการอย่างถูกต้องและยุติธรรม ดังเช่น

ความเป็นธรรมคือนโยบาย
(บจก.วิริยะประกันภัย)

คำขวัญนี้ระบุโดยตรงว่า นโยบายของบริษัทคือการใช้ความยุติธรรมแก่ลูกค้า ฉะนั้นผู้มาใช้บริการจึงรู้สึกสบายใจได้

ไทยสมุทร ยึดมั่นคำสัญญา
(บจก.ไทยสมุทรประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงนโยบายของบริษัทฯ ที่เน้นความซื่อสัตย์ คือซื่อสัตย์ต่อคำมั่นสัญญา เพราะฉะนั้นการให้บริการของบริษัท ฯ ตามที่ตกลงกันไว้ในเบื้องต้น จะเป็นไปตามข้อตกลงนั้นโดยไม่บิดพลิ้ว

มั่นคง ซื่อตรงในคุณธรรม
(บจก.พุทธธรรมประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงคุณธรรมด้านความซื่อสัตย์เช่นเดียวกัน โดยแสดงด้วยคำว่า“ซื่อตรง” และขยายความว่าความซื่อตรงนี้คุณธรรม คล้ายกับจะบอกว่ามีคุณธรรมในการให้บริการทุกประการ บริษัทจะถือปฏิบัติอย่างซื่อตรงแน่นอน

มั่นคงในสัญญา ซื่อตรงในบริการ
(บมจ.นำสินประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงนโยบายด้านความซื่อสัตย์เช่นเดียวกัน โดยเน้นรายละเอียด 2 ประการ คือ คำมั่นสัญญา และการให้บริการ เพื่อจะบอกว่าบริษัทฯ ยึดมั่นในการให้คำสัญญากับลูกค้าอย่างมั่นคง สามารถเชื่อถือได้ และบริษัท ฯ จะซื่อตรงในการให้บริการต่อลูกค้าทุกอย่าง

บริษัทประกันภัย หลักประกันมั่นคง ชื่อดัง มั่นใจ
(บจก.แอ็คชัวร์อินซัวร์นซ์)

คำขวัญนี้แสดงนโยบายของบริษัทฯ ในการทำหน้าที่เป็นหลักประกันที่ให้ความมั่นคง แก่ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ ด้วยการให้บริการอย่างซื่อตรง

3. เนื้อหาด้านคุณสมบัติเด่นของบริษัท

คุณสมบัติเด่นของบริษัทประกันวินาศภัยที่ปรากฏในคำขวัญของบริษัท เป็นคุณสมบัติเด่นประเภทการให้บริการที่คำนึงถึงความเชี่ยวชาญ และความรวดเร็ว อบอุ่น คุณสมบัติเด่นที่แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในวิทยาการ ที่โดดเด่นจากบริษัทอื่นๆ และคุณสมบัติเด่นประเภทบริการ ปลีกย่อยที่แตกต่างไปจากบริษัทอื่น ๆ

3.1 การให้ความสำคัญกับการให้บริการ

บริษัทประกันวินาศภัยหลายบริษัทได้ย้าให้ลูกค้ารับรู้ในความเอาใจใส่ในการ ให้บริการ แม้ว่าลูกค้าจะรับรู้อยู่แล้วว่าบริษัทประกันวินาศภัยเป็นธุรกิจประเภทให้บริการ เพื่อแสดง ถึงการให้บริการที่โดดเด่นด้วยความรวดเร็ว ความเป็นมืออาชีพในทักษะการให้บริการ เนื่องจาก การติดต่อสื่อสารด้วยความรวดเร็ว อบอุ่น และการมอบความไว้วางใจไว้แก่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เป็นความปรารถนาอันดับแรกๆ ของลูกค้าในยุคปัจจุบัน ดังคำขวัญที่ว่า

คุ้มค่า อบอุ่น อบอุ่นในบริการ
(บจก.ประกันภัยไทยวิวัฒน์)

คำขวัญนี้เน้นความอบอุ่นในการให้บริการนอกเหนือจากการระบุว่า เมื่อมาใช้บริการ แล้วลูกค้าจะได้รับความคุ้มค่า และรู้สึกอบอุ่นใจ สำหรับคำว่า “อบอุ่น” เป็นคำที่มีพลังในการ โน้มน้าวใจว่าเป็นการให้บริการที่รวดเร็ว รวดรัด และคล่องแคล่ว

สรรสร้างบริการ เชี่ยวชาญประกันภัย
(บจก.พัชรประกันภัย)

คำขวัญนี้เน้นการให้บริการที่มีความสร้างสรรค์ หรือมีการพัฒนาเพื่อสนองตอบต่อ ความต้องการของลูกค้ามากที่สุด อย่างดีที่สุด และเน้นความสำคัญในฐานะที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน

กิจการประกันภัย เพื่อต้องการบ่งบอกถึงการเป็นมืออาชีพ ซึ่งมีความหมายมากมายตามมา ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน ถูกต้อง ทันสมัย หรือการเป็นผู้นำในธุรกิจประกันภัยที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ

ลิเบอร์ตี้ บริการนำการขาย

(บจก.ลิเบอร์ตี้ประกันภัย)

คำขวัญนี้บ่งบอกว่าแม้ธุรกิจประกันภัยจะหวังยอดขายเป็นจำนวนมาก แต่บริษัทก็จะให้ความสำคัญต่อการให้บริการเป็นอันดับแรก คือให้บริการต่อลูกค้าอย่างดีที่สุด ไม่ใช่คิดแต่เพียงว่าจะขายเพื่อหวังกำไรอย่างเดียว

รวดเร็ว ฉับไว ใส่ใจบริการ

(บจก.สยามซิติ อินชัวร์รันส์)

คำขวัญนี้กล่าวเน้นในเรื่องการให้บริการอย่างรวดเร็วด้วยการใช้คำถึง 2 คำ คือ “รวดเร็ว” และ “ฉับไว” เพื่อย้ำว่าบริษัทฯ เน้นความรวดเร็วในการให้บริการจริงๆ เมื่อลูกค้ามาติดต่อกับบริษัทก็ไม่ต้องเสียเวลารอคอย เพราะบริษัทฯ จะให้บริการอย่างทันท่วงที ทั้งนี้เพราะบริษัท “ใส่ใจ” ในการให้บริการ

ความเป็นเลิศในการบริการ

(บจก.คูเนียร์ประกันภัย (ประเทศไทย))

คำขวัญนี้แปลความได้ว่า การให้บริการเป็นเลิศ หรือการให้บริการเป็นที่หนึ่ง คือการเน้นความสำคัญของการให้บริการนั่นเอง

3.2 ความก้าวหน้า ทันสมัย

ปัจจุบันบริษัทประกันวินาศภัยได้พัฒนาองค์กรตามยุคสมัย ด้วยการพัฒนาวิทยาการและบุคลากรในสังกัด ผู้บริหารจะผ่านการฝึกอบรมโดยตรงจากต่างประเทศ และรับเอาเทคนิคการจัดการสมัยใหม่มาใช้ในการบริหาร พนักงานระดับปฏิบัติการมีความหลากหลายมากขึ้น ส่วนหนึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยี แม้แต่เจ้าหน้าที่รับประกันภัยก็เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น มีผู้จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในหลักสูตรนี้โดยตรงจาก

ต่างประเทศมากขึ้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533 : 470) ด้วยความทันสมัยดังกล่าวทำให้บริษัทประกันวินาศภัยได้นำมาเป็นจุดเด่นของบริษัท และนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวในคำขวัญด้วยดังคำขวัญที่ว่า

มาตรฐานประกันภัย ที่ก้าวไกลระดับโลก

(บจก.ทิพยประกันภัย)

บริษัทได้ชี้ให้เห็นจุดเด่นของบริษัทในแง่ของการให้บริการที่มีมาตรฐาน และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเทียบเท่าประเทศอื่นๆ ทั่วโลก

ทันสมัย ใฝ่ประสิทธิภาพ ใส่ใจลูกค้า ศรัทธาเพิ่มพูน

(บมจ.บางกอกสหประกันภัย)

บริษัทฯ กล่าวถึงความทันสมัยตรงๆ และได้ผนวกจุดเด่นด้านอื่นเข้าไปด้วย ได้แก่ ระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และความศรัทธาของลูกค้าที่มีต่อบริษัท เพิ่มมากขึ้น

ล้ำหน้าด้วยระบบ อบอุ่นด้วยบริการ

(บจก.เมืองไทยประกันภัย)

บริษัทฯ กล่าวถึงความทันสมัยว่าเป็นความทันสมัยของระบบการทำงานในบริษัทและได้เพิ่มจุดเด่นด้านการให้บริการที่เน้นความรู้สึกของลูกค้าไปด้วย ก็คือลูกค้าจะรู้สึกอบอุ่นเมื่อมาใช้บริการ

มาตรฐานใหม่ของความมั่นใจ

(บจก.ธนวัฒน์ประกันภัย)

คำขวัญนี้นำเสนอมาตรฐานการให้บริการในรูปแบบใหม่ โดยชี้ให้เห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นผลที่ทำให้เกิดความมั่นใจตามมา

ธนชาติ ริเริ่มเติมเต็ม
(บจก.ธนชาติประกันภัย)

คำขวัญนี้ แสดงความเป็นผู้ทันสมัยด้วยการเป็นผู้ริเริ่ม หมายถึง เป็นผู้นำด้านการประกันวินาศภัย นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นผู้เติมเต็มส่วนพร่องให้แก่ลูกค้าด้วย นั่นคือลูกค้าจะได้รับบริการที่สมบูรณ์เพียบพร้อมทุกอย่าง

มาตรฐานใหม่ของการประกันภัย ให้ท่านมั่นใจในความมั่นคง
(บจก.ธนวัฒน์ประกันภัย)

คำขวัญนี้กล่าวถึงจุดเด่นในแง่ที่เป็นมาตรฐานใหม่ คือได้ปรับเปลี่ยนการให้บริการของบริษัทอย่างทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจและไว้วางใจในความมั่นคงของบริษัท

3.3 บริการปลีกย่อย หรือจุดเด่นอื่นๆ ที่ต่างออกไป

ส่งเสริมบุคลากร เสริมสร้างคุณค่าชีวิต สร้างสรรค์อนาคต
(บจก.คอมไบด์อินซัวร์นส์(ไทยแลนด์))

คำขวัญนี้แสดงจุดเด่นปลีกย่อย คือ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรของบริษัท เพื่อให้การบริการอย่างมีคุณภาพ

สัมพันธ์ประกันภัย มีรถใช้ระหว่างซ่อม
(บจก.สัมพันธ์ประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงจุดเด่นปลีกย่อย คือเมื่อลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับรถโดยต้องนำรถส่งซ่อม ก็ไม่ต้องเป็นกังวลหรือยุ่งยากกับการหารถคันอื่นมาใช้ เพราะบริษัทจะจัดการให้บริการรถชั่วคราวแก่ท่านเอง เพื่อแสดงจุดเด่นของบริษัทฯ ที่ต่างออกไปจากบริษัทฯ อื่นๆ

บริษัทกลาง สาขาทั่วทิศ รับผิดชอบผู้ประสพภัย ร่วมให้บริการ
(บจก.กลางคุ้มครองผู้ประสพภัยจากรถ)

คำขวัญนี้แสดงจุดเด่นปลีกย่อยว่าบริษัทสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ทุกที่ไม่ว่า ลูกค้าจะไปอยู่ ณ ที่ใด ทั้งนี้เพราะบริษัทฯมีสาขากระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค โดยเน้นการให้ความรับผิดชอบหรือคุ้มครองแก่ผู้ประสพอุบัติเหตุ รวมทั้งทำหน้าที่เป็นผู้ “ร่วมให้บริการ” คือไม่ว่าลูกค้าจะทำได้ทำประกันวินาศภัยไว้กับบริษัทฯ ใดๆ ก็ตาม เมื่อประสพภัยในที่ๆ บริษัทดังกล่าวไม่มีสาขาอยู่ บริษัทก็สามารถยื่นมือเข้ามาให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกันภัยได้ทันที คือทำหน้าที่แทนบริษัทเหล่านั้นได้

4. เนื้อหาด้านผลที่จะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท

คำขวัญที่แสดงเนื้อหาด้วผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท มีทั้งคำขวัญที่ระบุคำว่า บริการ และไม่ระบุคำว่าบริการ

4.1 คำขวัญที่ระบุคำว่าบริการ

คำขวัญที่ระบุคำว่าบริการ และได้ระบุอย่างชัดเจนว่าลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์อะไรบ้างจากการใช้บริการของบริษัท มักเป็นผลที่เกิดขึ้นต่อความรู้สึกของลูกค้า และผลจากคุณสมบัติเด่นของบริษัท

4.1.1 ผลต่อความรู้สึกของลูกค้า

คำขวัญส่วนหนึ่งจะชี้ชัดถึงการให้บริการของบริษัทว่ามีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าอย่างไรบ้าง โดยมีทั้งการใช้คำเชื่อมและไม่ใช้คำเชื่อมระหว่างผลที่จะเกิดขึ้นกับคำว่าบริการ

คุ้มครองอุ่นใจ อบอุ่นใจ
(บจก.ประกันภัยไทยวิวัฒน์)

คำขวัญนี้จึงใจเน้นการให้บริการโดยเฉพาะ โดยกล่าวถึงลักษณะการให้บริการของบริษัทว่าเป็นการให้บริการอย่าง “อบอุ่น” ฉะนั้นลูกค้าก็จะได้รับการผลจากการให้บริการอย่างอบอุ่นนี้คือ การใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ทันที และคุ้มค่า รวมทั้งกล่าวถึงคุณค่าที่จะเกิดขึ้นในจิตใจหลังจากใช้บริการคือ ความรู้สึก “อุ่นใจ”

ลำหน้าด้วยระบบ อุ่นด้วยบริการ
(บจก.เมืองไทยประกันภัย)

คำขวัญนี้ใช้คำเชื่อม “ด้วย” เชื่อมผลที่ลูกค้าจะได้รับ คือความรู้สึก “อบอุ่น” กับที่มาของความรู้สึกคือการให้ “บริการ” ของบริษัทประกันวินาศภัย ถือเป็นการใช้ภาษาในลักษณะเป็นเหตุเป็นผลกัน เพื่อสื่อความว่าบริษัทให้ความสำคัญต่อการให้บริการเพื่อความรู้สึกที่ดีของลูกค้า

รวดเร็ว นับไว ใส่ใจบริการ
(บจก.สยามซีดี อินชัวร์นส์)

คำขวัญนี้แสดงคุณลักษณะการให้บริการของบริษัทว่าเป็นการให้บริการด้วยความ “ใส่ใจ” ซึ่งผลที่จะเกิดขึ้นต่อลูกค้าก็คือความรู้สึกว่าจะได้รับการเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด

ความอุ่นใจของคุณ คือ บริการของนารายณ์
(บจก.นารายณ์สากลประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงความเป็นเหตุเป็นผลว่า ความรู้สึก “อุ่นใจ” ของลูกค้ามีสาเหตุมาจากการให้บริการของบริษัท ฉะนั้นผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการจึงเป็นคุณค่าในความรู้สึก เช่นเดียวกับตัวอย่างคำขวัญข้างต้น

4.1.2 ผลจากคุณสมบัติเด่นของบริษัท

คำขวัญส่วนหนึ่งของบริษัทประกันวินาศภัย จะชี้เฉพาะถึงลักษณะการให้บริการของบริษัท ซึ่งจัดเป็นคุณสมบัติเด่น ว่าเป็นไปในทิศทางใด ลูกค้าจะได้รับผลไปในทิศทางนั้น ลักษณะการเรียงร้อยถ้อยคำของคำขวัญชนิดนี้ มีทั้งการใช้คำเชื่อม และไม่ใช้คำเชื่อมระหว่างผลจากคุณสมบัติเด่นของบริษัทกับคำว่า “บริการ”

ลิเบอร์ตี บริการนำการขาย
(บจก.ลิเบอร์ตีประกันภัย)

คำขวัญนี้กล่าวถึงคุณสมบัติเด่นของบริษัทว่าให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้า มากกว่ายอดขายหรือปริมาณการขายบริการ นั่นหมายความว่าลูกค้าจะเป็นบุคคลสำคัญ ที่บริษัทนี้คิดถึงเป็นอันดับแรก

มั่นคงในสัญญา ซื่อตรงในบริการ

(บมจ.นำสินประกันภัย)

คำขวัญนี้กล่าวถึงคุณสมบัติเด่นของบริษัทว่าเป็นการให้บริการด้วยความซื่อตรง ผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการให้บริการของบริษัท ก็คือความซื่อตรงที่รวมความถึงการตรงต่อเวลา ตรงต่อคำสัญญา นั่นเอง

บริษัทกลาง สาขาทั่วทิศ รับผิดชอบผู้ประสพภัย ร่วมให้บริการ

(บจก.กลางคุ้มครองผู้ประสพภัยจากรถ)

คำขวัญนี้กล่าวถึงลักษณะเฉพาะของการให้บริการ ว่าเป็นการให้บริการแบบ “ร่วมให้บริการ” หมายถึงสามารถให้บริการแทนบริษัทอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าลูกค้าจะใช้บริการอยู่กับบริษัทประกันวินาศภัยใด หากได้รับความเดือดร้อนก็สามารถใช้บริการของบริษัทกลางคุ้มครองผู้ประสพภัยจากรถได้ เพราะบริษัทกลางฯมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ กล่าวได้ว่าผลที่ลูกค้าจะได้รับคือการให้บริการของบริษัทกลางฯ ได้ทั่วประเทศ และสามารถให้บริการแทนบริษัทประกันวินาศภัยอื่นๆ ได้

55 ปี บริการคุณภาพที่คุณมั่นใจ

(บมจ.กรุงเทพประกันภัย)

คำขวัญนี้ชี้ให้เห็นถึงลักษณะการให้บริการว่าเป็นการให้บริการที่มี “คุณภาพ” ลูกค้าจะรู้สึก “มั่นใจ” กับบริการที่ที่คุณภาพนี้ มีการใช้คำเชื่อม “ที่” เชื่อมการให้ “บริการ” ของบริษัท กับ “ความมั่นใจ” ที่ลูกค้าจะได้รับ โดยเน้นผลที่เกิดขึ้นทั้ง 2 อย่างคือผลจากลักษณะการให้บริการของบริษัท และผลที่จะเกิดขึ้นในความรู้สึกของลูกค้า

มั่นคง จับไว ให้บริการ
(บจก.เจ้าพระยาประกันภัย)

คำขวัญนี้กล่าวถึงคุณสมบัติเด่นของบริษัทว่า ทำหน้าที่เป็นผู้ให้ “บริการ” และการบริการก็เน้นถึงความ “จับไว” และความรู้สึก “มั่นคง” ของลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้าจะได้รับผลจากการใช้บริการ 2 อย่าง ทั้งผลจากความรวดเร็วของการให้บริการ และผลที่จะเกิดขึ้นในจิตใจ

คุ้มภัยด้วยหลักฐาน บริการด้วยไมตรี
(บมจ.ทเวศประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงคุณสมบัติเด่นของบริษัทที่เน้นการให้บริการด้วย “ไมตรี” คือลูกค้าจะได้รับความเอื้ออาทร ความเป็นมิตรจากบริษัท โดยมีการใช้คำเชื่อม “ด้วย” เชื่อมคำ “บริการ” กับลักษณะเฉพาะของการให้บริการ เพื่อแจกแจงรายละเอียดของการให้บริการว่าเน้นการให้บริการแบบใด และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์บ้าง

สรรค์สร้างบริการ เชี่ยวชาญประกันภัย
(บจก.พัชรประกันภัย)

คำขวัญนี้เน้นการให้บริการของบริษัทฯ ในลักษณะที่บริษัทเป็นผู้สร้างสรรค์การให้บริการ คือ การให้บริการลูกค้าอย่างดีที่สุด ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ฉะนั้นสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับก็คือ การให้บริการอย่างสร้างสรรค์นั่นเอง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า บริษัทประกันวินาศภัยมีบทบาทสำคัญในสังคมสมัยใหม่ที่อยู่ท่ามกลางภาวะเสี่ยงภัย ที่ลูกค้ามีความต้องการหลักประกันความเสี่ยงให้แก่ชีวิตและทรัพย์สินอันเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยพื้นฐานเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงอาจจะไม่จำเป็นต้องโน้มน้าวใจลูกค้าด้วยคำที่มีลีลา หวีอหวา เช่นการโฆษณาสินค้าที่อยู่นอกเหนือความจำเป็นในปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีพ คำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัยจึงมุ่งสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรเป็นสำคัญ