

บทที่ 2

กลวิธีการใช้ภาษาของคำขวัญบริษัทประกันวินาศภัย

บทนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาคำขวัญของบริษัทประกันภัยออกเป็น 2 ส่วน คือ โครงสร้าง และเนื้อหาของคำขวัญบริษัทประกันวินาศภัยในภาพรวม

โครงสร้างคำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัย

โครงสร้างของคำขวัญ หมายถึง ลักษณะการจัดลำดับเนื้อหาของคำขวัญ โดยภาพรวมพบว่าประกอบด้วยชื่อบริษัท คุณสมบัติเด่นและผลที่จะได้รับ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โครงสร้างคำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัยทั้ง 54 บริษัท พบว่าสามารถจัดกลุ่มได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นคำขวัญที่มีโครงสร้างโดยการระบุชื่อบริษัท

กลุ่มที่ 2 เป็นคำขวัญที่มีโครงสร้างโดยการไม่ระบุชื่อบริษัท

1. คำขวัญที่ระบุชื่อบริษัท

คำขวัญที่ระบุชื่อบริษัทนั้น ปรากฏใน 2 ลักษณะ คือ ระบุชื่อเต็มของบริษัท และระบุชื่อย่อของบริษัท ดังนี้

1.1 ระบุชื่อเต็มของบริษัท

1.1.1 ระบุชื่อเต็มหน้าคุณสมบัติเด่นและผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท

โอสถสภาประกันภัย จริงใจ มั่นคง

(บจก โอสถสภาประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ความมั่นคงของบริษัท และการให้บริการด้วยความ

จริงใจ

มิตรแท้ประกันภัย มิตรแท้ของคุณ

(บจก.มิตรแท้ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การทำหน้าที่เป็นมิตรที่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ มิตรแท้ที่เพิ่มเข้ามาในชีวิต

ไทยศรีชูริกประกันภัย เราประกันความสบายใจให้คุณ
(บจก.ไทยศรีชูริกประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การให้คำรับรองว่าจะมอบความสบายใจให้แก่ลูกค้าได้
ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือความรู้สึกสบายใจ

ภัทรประกันภัย หนึ่งเดียวที่คุณวางใจ
(บจก.ภัทรประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ เป็นบริษัทที่ลูกค้าสามารถให้ความไว้วางใจได้อย่าง
โดดเด่น

อวิว่าประกันภัย ชื่อใหม่ ที่คุณมั่นใจได้ดังเดิม
(บจก.อวิว่าประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือแม้บริษัทจะเปลี่ยนชื่อใหม่แต่การบริการและความ
มั่นคงของบริษัทยังคงเป็นเช่นเดิม

สัมพันธ์ประกันภัยมีรถใช้ระหว่างซ่อม
(บจก.สัมพันธ์ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การให้บริการรถแก่ลูกค้าเมื่อมีความจำเป็นต้องส่งรถ
ไปซ่อม

1.1.2 ระบุชื่อเต็มหลังคุณสมบัติเด่น

คุ้มครองพร้อมสรรพ สินทรัพย์ประกันภัย
(บมจ.สินทรัพย์ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การให้ความคุ้มครองสิทธิอย่างเพียงพอตามที่
ลูกค้าต้องการ

มองการณ์ไกลอย่างมั่นใจ กับคุ้มครองแก่ประกันภัย
(บจก.คุ้มครองแก่ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ ลูกค้าจะสามารถกำหนดอนาคตอันมั่นคงของตนได้
เมื่อใช้บริการของบริษัท

ก้าวไปข้างหน้า และก้าวต่อไปอย่างมั่นคงกับเอกซ่าประกันภัย
(บมจ.เอกซ่าประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ ความมั่นคงในอนาคตของลูกค้า สามารถเกิดขึ้นได้เมื่อ
ใช้บริการของบริษัท

1.1.2 ระบุข้อดีระหว่างคุณสมบัติเด่นและผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท

กว่า 65 ปีที่ไทยประกันภัย อยู่เคียงข้างกับคนไทย
(บมจ.ไทยประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การอยู่เคียงข้างลูกค้าซึ่งเป็นคนไทยมานานกว่า 65 ปี
ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือความอบอุ่นใจในการบริการ

1.2 ระบุชื่อย่อของบริษัท

1.2.1 ระบุชื่อย่อหน้าคุณสมบัติเด่นและผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท

ลิเบอร์ตี บริการนำการขาย
(บจก.ลิเบอร์ตีประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ การให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้ามากกว่าการให้ความสำคัญการการขาย

กมลฯประกันภัย บริการฉับไว มั่นใจในสัญญา
(บจก.กมลสุโกศลประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การให้บริการที่รวดเร็วทันใจ และการให้ความมั่นใจกับสัญญาประกันภัยของบริษัท

ไทยสมุทรยึดมั่นคำสัญญา
(บจก.ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การยึดมั่นในคำสัญญาที่มีต่อลูกค้า

บริษัทกลาง สาขาทั่วทิศ รับผิดชอบผู้ประสบภัย ร่วมให้บริการ
(บจก.กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การมีสาขาอยู่ทั่วทุกภูมิภาค การให้ความรับผิดชอบต่อผู้ประสบภัย และการทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการแทนบริษัทอื่นๆ ได้

ธนชาติ ริเริ่ม เต็มเต็ม
(บจก.ธนชาติประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ประกอบด้วย การเป็นผู้ริเริ่ม สร้างสรรค์ หรือเป็นผู้นำและการเป็นผู้ที่สามารถทำให้ชีวิตลูกค้าสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

อลิอันซ์ พลังเคียงข้างคุณ
(บจก.อลิอันซ์ ซีพี ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า
ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ ความรู้สึกมั่นใจเมื่อมาใช้บริการ

ไทยเศรษฐกิจ เพื่อเศรษฐกิจไทย
(บมจ. ไทยเศรษฐกิจประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือการกระตุ้นเศรษฐกิจของคนไทยให้ดีขึ้น
ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ เศรษฐกิจมหภาคของประเทศกระเตื้องขึ้น อันส่งผลต่อ
เศรษฐกิจในครอบครัวของลูกค้าด้วย

1.2.2 ระบุชื่อย่อหลังคุณสมบัติเด่นและผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท

มั่นคง มั่นใจ ประกันภัยศรีอยุธยา
(บมจ.ศรีอยุธยาประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ฐานะที่มั่นคงของบริษัทและลูกค้าจะมีความมั่นใจเมื่อ
มาใช้บริการ

ความอุ่นใจของคุณ คือ บริการของนายณัฏ
(บจก.นายณัฏสากลประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การสร้างความมั่นใจให้ลูกค้ามีความรู้สึกอุ่นใจเมื่อใช้
บริการของบริษัท

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือความรู้สึกมั่นใจหลังจากการใช้บริการ

ทุกทิศทั่วไทย อบอุ่นมั่นใจ คิดทำประกันภัย นึกถึงไทยพัฒนาฯ
(บจก. ไทยพัฒนาประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ บริษัทนี้มีสาขาทั่วประเทศไทย ลูกค้าจึงสามารถมั่นใจ
ได้ว่าจะปลอดภัย เมื่อทำประกันภัยกับบริษัทนี้

1.2.3 ระบุชื่อย่อระหว่างคุณสมบัติเด่นและผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท

อบอุ้นใจ คุ่มภัย คุ่มครองคุณ
(บจก.คุ่มภัยประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ หน้าที่สำคัญในการให้บริการลูกค้าคือการมอบความ
อุ้นใจให้ ส่วนผลที่ลูกค้าจะได้รับคือความรู้สึกอุ้นใจ

จากการศึกษาพบว่าบริษัทประกันวินาศภัย 21 บริษัท เลือกใช้คำขวัญที่มีโครงสร้าง
แบบระบุชื่อบริษัท เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถจดจำชื่อบริษัทได้เป็นอันดับแรก โดยระบุชื่อเต็ม 10
บริษัท ระบุชื่อย่อ 11 บริษัท สำหรับชื่อย่อ มี 6 บริษัทที่ตัดเพียงคำว่า ประกันภัย ออก ส่วนอีก 5
บริษัท ตัดชื่อบางส่วนออกด้วย ทั้งนี้จะเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ

2. คำขวัญที่ไม่มีการระบุชื่อบริษัท

2.1 คำขวัญที่มีการระบุเฉพาะคุณสมบัติเด่นของบริษัท

2.1.1 ระบุคุณสมบัติเด่นของบริษัทเพียง 1 วรรค

หลักประกันที่วางใจได้
(บจก.วิธสินประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การทำหน้าที่เป็นผู้ให้หลักประกันที่ลูกค้าสามารถให้
ความไว้วางใจได้เป็นอย่างดี

ความเป็นเลิศในการบริการ
(บจก.คูเนียบประกันภัย (ประเทศไทย))

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การให้บริการที่เป็นเลิศ

2.1.2 ระบุคุณสมบัติเด่นของบริษัททั้งสองวรรค

57 ปีของเรา คือหลักประกันที่มั่นคงของคนไทย

(บจก.อาคเนย์ประกันภัย)

คุณสมบัตินี้เด่นของคำขวัญนี้ คือ การทำหน้าที่เป็นหลักประกันที่มั่นคงให้แก่คนไทย

เพื่อความมั่นใจ ในความมั่นคง

(บจก.ส่งเสริมประกันภัย)

คุณสมบัตินี้เด่นของคำขวัญนี้ คือ ลูกค้านำมาใช้บริการกับบริษัทเพื่อสร้างความมั่นใจกับตนเองว่าจะมีความมั่นคงในชีวิต และทรัพย์สินแน่นอน

มุ่งมั่นในบริการ สร้างผลงานเพื่อสังคม

(บจก.กรุงเทพพานิชประกันภัย)

คุณสมบัตินี้เด่นในคำขวัญนี้ประกอบด้วย ความมุ่งมั่นในการให้บริการ และการสร้างผลงานที่คำนึงถึงสังคมด้วย

คุ้มภัยด้วยหลักฐาน บริการด้วยไมตรี

(บมจ.เทเวศประกันภัย)

คุณสมบัตินี้เด่นในคำขวัญนี้ประกอบด้วย การให้ความคุ้มครองทรัพย์สินด้วยหลักฐานอันมั่นคงของบริษัท และคุณสมบัตินี้ด้านการให้บริการลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ และมีอัธยาศัย

สรรค์สร้างบริการ เชี่ยวชาญประกันภัย

(บจก.พัชรประกันภัย)

คุณสมบัตินี้เด่นของคำขวัญนี้ประกอบด้วย การให้บริการอย่างสร้างสรรค์ และการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการประกันภัย

ล้ำหน้าด้วยระบบ อบอุ่นด้วยบริการ

(บจก.เมืองไทยประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ประกอบด้วย ระบบการทำงานของบริษัทที่มีความทันสมัย และ การให้บริการที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่น

มั่นคง เชื่อตรงในคุณธรรม
(บจก.พุทธธรรมประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ความมั่นคงของบริษัท และความเชื่อตรงต่อลูกค้า

หลักประกันที่ยาวนาน และมั่นคง
(บจก.โรยัลแอนด์ซันอัลลายแอนซ์ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ทำหน้าที่เป็นหลักประกันมานาน และมีความมั่นคง

ความรวดเร็ว ความถูกต้องและการพัฒนา
(บจก.मितชุย สุมิโตโมอินชัวร์รันส์)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว การทำหน้าที่ด้วยความถูกต้อง และการมีพัฒนาการ

32 ปีมั่นใจ ในความคุ้มครอง
(บจก.พาณิชย์ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ความมั่นใจในการให้ความคุ้มครอง

มาตรฐานงานดี 50 ปี คือหลักประกัน
(บจก.สหมงคลประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ มาตรฐานการทำงานที่มั่นคงของบริษัท

สร้างคุณภาพในบริการ ด้วยรากฐานที่มั่นคง
(บจก.สามัคคีประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ความมั่นคงของบริษัทและการบริการอย่างมีคุณภาพ

มั่นคงในสัญญา ซื่อตรงในบริการ

(บมจ.นำสินประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ การบริการอย่างตรงไปตรงมาและความรับผิดชอบ
ของบริษัท

บริษัทประกันภัยต่อไทยที่เคียงคู่คนไทย มุ่งสงวนเงินตรงไทยไม่ให้ไหลไปต่างแดน

(บมจ.ไทยรับประกันภัยต่อ)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ บริษัทของคนไทยที่ช่วยรักษาคุณลย์ทางเศรษฐกิจของ
ประเทศไทย

มาตรฐานประกันภัย ที่ก้าวไกลระดับโลก

(บมจ. ทิพยประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ความทันสมัยของบริษัทที่มีมาตรฐานเดียวกับบริษัท
ชั้นนำของต่างประเทศ

ความเป็นธรรม คือนโยบาย

(บจก.วิริยะประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ความยุติธรรมในการจ่ายค่าชดเชยความเสียหาย

CUSTOMER FIRST

(บมจ.สมโพธิ เจแปน ประกันภัย (ประเทศไทย))

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ การให้ความสำคัญกับลูกค้ามาก่อนสิ่งอื่นใด

2.1.3 ระบุคุณสมบัติเด่นของบริษัททั้งสามวรรค

คุ้มค่า อุ่นใจ ฉับไวในบริการ
(บจก.ประกันภัยไทยวิวัฒน์)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ ลูกค้าจะได้รับความคุ้มค่าเมื่อมาใช้บริการ ลูกค้าจะมีความอุ่นใจ เมื่อมาใช้บริการ และจะได้รับการให้บริการอย่างฉับไว

รวดเร็ว ฉับไว ใส่ใจบริการ
(บจก.สยามซีดี อินชัวร์نس)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้ คือ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว การให้บริการด้วยความฉับไว และการเอาใจใส่ในการให้บริการ

2.1.4 ระบุคุณสมบัติเด่นทั้งสิ้นวรรค

มั่นคง มั่นใจ ฉับไว ให้บริการ
(บจก. เจ้าพระยาประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ ความมั่นคงของบริษัท ความมั่นใจของลูกค้า การให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจ และการทำหน้าที่ให้บริการ

ทันสมัย ใฝ่ประสิทธิภาพ ใส่ใจลูกค้า ศรัทธาเพิ่มพูน
(บมจ.บางกอกสหประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย อีกทั้งเน้นการบริการที่เอาใจใส่ลูกค้า

2.2 คำขวัญที่มีการระบุเฉพาะผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท

วางใจเมื่อเรียกใช้ อุ่นใจเมื่อมีภัย

(บจก.อินทระกันภัย)

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ จะรู้สึกวางใจเมื่อเลือกใช้บริการกับบริษัท และจะรู้สึก
 อุ่นใจทุกครั้งเมื่อประสบภัยจนทำให้ทรัพย์สินเสียหาย

อุ่นใจ มั่นคง ปลอดภัย
 (บจก.เอราวัณประกันภัย)

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ จะมีความรู้สึกอบอุ่นใจ มั่นคงและปลอดภัย กับการบริการอย่าง
 ซื่อตรงของบริษัท

มั่นคงปัจจุบัน มั่นใจอนาคต
 (บจก.พรภัทรประกันภัย)

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ จะรู้สึกมั่นคงในการดำเนินธุรกิจของลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและ
 อนาคตที่ได้รับการดูแลจากบริษัท

เราประกัน คุณมั่นใจ
 (บจก.สินมั่นคงประกันภัย)

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ จะรู้สึกมั่นใจ เมื่อได้รับบริการของบริษัท ทั้งความคุ้มครองและ
 การชดเชยค่าเสียหาย

อนาคตที่มั่นคง ด้วยประกันที่มั่นใจ
 (บมจ.นาวกิจประกันภัย)

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ จะรู้สึกถึงความมั่นคงในอนาคต เมื่อใช้บริการของบริษัทและ
 บริษัททำให้ลูกค้ามั่นใจได้ในความรับผิดชอบและการบริการ

2.3 คำขวัญที่มีการระบุทั้งคุณสมบัติและผลที่ลูกค้าจะได้รับจะได้รับจากการใช้บริการของ
 บริษัท

สังเกตได้ว่าคำขวัญที่มีการระบุคุณสมบัติเด่นของบริษัทประกันวินาศภัยและผลที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการของบริษัท ส่วนใหญ่จะเป็นผลที่เกิดขึ้นต่อความรู้สึกของลูกค้า เช่น สบายใจ, พึงพอใจ, อบอุ่นใจ เป็นต้น ประกอบด้วย

ทันสมัย ใฝ่ประสิทธิภาพ ใส่ใจลูกค้า รัชธาเพิ่มพูน
(บมจ.บางกอกสหประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือความทันสมัย การทำงานที่มุ่งประสิทธิภาพ ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และความศรัทธาที่ลูกค้ามีต่อบริษัทเพิ่มมากขึ้น
ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ ความรู้สึกใกล้ชิดต่อผู้ให้บริการ

ส่งเสริมบุคลากร เสริมสร้างคุณค่าชีวิต สร้างสรรค์อนาคต
(บจก.คอมไบด์อินชัวร์รันส์ (ไทยแลนด์))

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ บริษัทมีบุคลากรที่มีคุณภาพและจำนวนมาก
ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ ความมั่นคงในอนาคตเมื่อใช้บริการของบริษัท

คุ้มครอง ห่วงใย ประกันภัยที่มั่นคง
(บจก.ไทยเจริญประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ บริษัทเป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีความมั่นคงและมีความพร้อมในการบริการด้านความห่วงใยฉันท์มิตร

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ การบริการด้วยความห่วงใยมีมิตรไมตรี

มาตรฐานใหม่ของการประกันภัย ให้ท่านมั่นใจในความมั่นคง
(บจก.ธนวัฒน์ประกันภัย)

คุณสมบัติเด่นของคำขวัญนี้คือ การปรับเปลี่ยนการให้บริการอย่างมีมาตรฐานมากขึ้น
ทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในความมั่นคงของบริษัท

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ ความมั่นใจในการบริการที่ได้รับจากบริษัท อีกทั้งบริษัทมีความมั่นคง รับผิดชอบต่อความเสียหายได้อย่างเต็มที่

บริษัทประกันภัย หลักประกันที่มั่นคง เชื่อตรง มั่นใจ
(บจก.แอ็ดวานซ์ อินซัวรันส์)

คุณสมบัติเด่นของคำขั้วญนี้คือ บริษัทสามารถเป็นหลักประกันที่มั่นคงแก่ธุรกิจของ
ลูกค้าและการบริการอย่างซื่อสัตย์ ยุติธรรม

ผลที่ลูกค้าจะได้รับคือ ความมั่นใจในการบริการอย่างยุติธรรมของบริษัท

สำหรับบริษัทประกันวินาศภัยที่เลือกใช้คำขั้วญที่ไม่ระบุชื่อบริษัทมี 35 บริษัท นอกจากนี่ยังพบว่าโครงสร้างที่ได้รับความนิยม คือ บอกเฉพาะคุณสมบัติเด่นจำนวน 1 หรือเพียง 2 ประการ ที่บริษัทต้องการจะเน้นให้เป็นภาพลักษณ์จะถูกนำมาใส่ไว้ในคำขั้วญ จะเห็นได้ว่ามีบริษัทประกันวินาศภัย 2 บริษัทที่เลือกใช้โครงสร้างแบบที่ระบุคุณสมบัติเด่นเพียงประการเดียว บริษัทประกันภัยวินาศจำนวน 17 บริษัทเลือกใช้โครงสร้างแบบระบุคุณสมบัติเด่น 2 ประการ ส่วนที่ระบุคุณสมบัติ 3 ประการ และ 4 ประการนั้นมีจำนวนเท่ากันคือ 2 บริษัท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะยิ่งระบุคุณสมบัติเด่นมากขึ้นเท่าใด ลักษณะภาพลักษณ์ของบริษัทจะยังไม่ชัดเจนมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งตรงกับที่อุบลวรรณ ปีติพัฒน์โหมยิต (2542 : 127) อธิบายว่า คำขั้วญที่มีใจความสำคัญเพียงประการเดียวจะทำให้ผู้รับสารจดจำได้ง่ายโดยไม่สับสน ส่วนโครงสร้างที่บอกเฉพาะผลที่จะได้รับ และบอกทั้งคุณสมบัติเด่นและผลที่จะได้รับ มีจำนวนเท่ากัน คือ โครงสร้างละ 5 บริษัท

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โครงสร้างคำขั้วญของบริษัทประกันวินาศภัยทั้งที่ระบุชื่อบริษัทและไม่ระบุชื่อบริษัทนั้น นิยมใช้ถ้อยคำแบบ 2 วรรค มีจำนวน 39 บริษัท รองลงมาเป็นแบบ 3 วรรค มีจำนวน 9 บริษัท การใช้ถ้อยคำแบบ 4 วรรคนั้นมี 5 บริษัทที่เลือกใช้ และแบบ 1 วรรค มีเพียง 2 บริษัทเท่านั้น ทั้งนี้อาจวิเคราะห์ได้ว่าการแบ่งจังหวะคำที่สม่ำเสมอ ออกเสียงได้ง่ายไม่ยืดเยื้อมากนัก จะทำให้ผู้รับสารจดจำได้ จึงมีการเลือกใช้ถ้อยคำแบบ 2 วรรคมากที่สุด

การใช้คำ

กลวิธีใช้คำที่พบในคำขั้วญของบริษัทประกันวินาศภัย ผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ คำที่เกี่ยวกับการสร้างภาพพจน์ และคำที่ทำให้ข้อความสละสลวย จดจำง่าย ดังนี้

1. การใช้คำที่เกี่ยวกับการสร้างภาพพจน์

1.1 คำภาษาอังกฤษ

การใช้คำภาษาอังกฤษมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำยืมภาษาอังกฤษทั้งเสียงและรูป และการใช้คำยืมภาษาอังกฤษเฉพาะเสียง

1.1.1 การใช้คำยืมทั้งเสียงและรูป

เนื่องจากบริษัทประกันวินาศภัยบางบริษัทมุ่งให้บริการแก่ลูกค้าระดับสูง หรือลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง ประกอบกับต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ที่มุ่งสู่ความเป็นสากล จึงนำคำยืมภาษาอังกฤษทั้งการอ่านออกเสียงและรูปอักษรมาใช้ ดังนี้

CUSTOMER FIRST

(บจก.สมโพธิ์ เจแปน ประกันภัย (ประเทศไทย))

1.1.2 การใช้คำยืมเฉพาะเสียง

คำยืมเฉพาะเสียงที่ปรากฏในคำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัยมักเป็นคำเรียกชื่อบริษัท มีทั้งคำภาษาอังกฤษล้วนๆ และคำที่เป็นภาษาไทยผสมภาษาอังกฤษ การใช้คำชนิดนี้เป็นผลมาจากผู้ผลิตคำขวัญต้องการย้าชื่อบริษัทให้เป็นที่จดจำได้ ได้แก่

อลิอันซ์ พลังเคียงข้างคุณ

(บจก.อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันภัย)

ลิเบอร์ตี บริการนำการขาย

(บจก.ลิเบอร์ตีประกันภัย)

ไทยศรีชูริคประกันภัย เราประกันความสบายใจให้คุณ

(บจก.ไทยศรีชูริคประกันภัย)

อวิว่าประกันภัย ชื่อใหม่ ที่คุณมั่นใจได้ดังเดิม

(บจก.อวิว่าประกันภัย)

1.2 คำสำคัญ

คำสำคัญที่พบในการใช้คำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัย คือ คำให้คุณค่า และ
ทันสมัย

1.2.1 คำให้คุณค่า

คำให้คุณค่าที่สังเกตพบในการใช้คำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัย คือ การให้คุณค่า
ต่อคุณสมบัติของบริษัท และคุณค่าในความรู้สึกของลูกค้า

1.2.1.1 คำให้คุณค่าต่อคุณสมบัติของบริษัท คือ การระบุถึงคุณสมบัติเด่น หรือ
คุณภาพของบริษัทเพื่อชี้ให้เห็นข้อดี ข้อเด่น ของบริษัท โดยใช้คำว่า มาตรฐาน, คุณภาพ และจับใจ
ได้แก่

- มาตรฐาน

การใช้คำ “มาตรฐาน” แสดงคุณสมบัติของบริษัทว่ามีความถูกต้องตรงตามเกณฑ์อันพึง
ประสงค์ของบริษัทประกันวินาศภัยทุกประการ

มาตรฐานประกันภัยที่ก้าวไกลระดับโลก

(บจก.ทิพยประกันภัย)

บริษัททิพยประกันภัย ได้เลือกใช้คำให้คุณค่าต่อบริษัทด้วยการใช้คำว่ามาตรฐาน
ซึ่งเป็นคำที่ระบุถึงคุณภาพการให้บริการของบริษัทว่ามีคุณสมบัติที่ครบถ้วนตามคุณลักษณะของ
บริษัทประกันภัยที่ดีทุกประการ

มาตรฐานดี 50 ปีเป็นหลักประกัน

(บจก.สหมงคลประกันภัย)

บริษัทสหมงคลประกันภัย ได้เลือกใช้คำให้คุณค่าต่อบริษัท 2 คำ คือ “มาตรฐาน” และ
“งานดี” เพื่อสื่อว่างานหรือการให้บริการจากบริษัทเป็นการให้บริการที่ดี และย้ำให้น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น
ด้วยการบอกว่างานที่ให้บริการอย่างดีนั้น มีลักษณะงานที่ผ่านการยอมรับอย่างกว้างขวาง

มาตรฐานใหม่ของความมั่นใจ

(บจก.ธนวัฒน์ประกันภัย)

บริษัทธนวัฒน์ประกันภัยเน้นคุณค่าของบริษัทซึ่ช้กับการเน้นคุณค่าในความรู้สึ่กของลูกค้ด้วยการใช้ค้ว่า “มาตรฐาน” และค้ว่า “ใหม่” เพื่อบอกว่าการให้บริกการของบริษัทเป็นทางเลือกใหม่ที่น่าเชื่่อถึ่ และไว้วางใจได้แน่อน

- คุณภาพ

สร้างคุณภาพในบริกการ ด้วยรากฐานที่มั่นคง

(บจก.สามัคคีประกันภัย)

บริษัทสามัคคีประกันภัยใช้ค้ “คุณภาพ” เพื่อย้าคุณค่าการให้บริกการของบริษัทว่าเป็นการให้บริกการที่เชื่่อถึ่ได้ และเป็นประโยชน์แก่ลูกค้จริง ๆ ทั้งนี้ “คุณภาพ” ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลพวงมาจาก “รากฐานที่มั่นคง” ของบริษัทนั่นเอง

55 ปีบริกการคุณภาพที่คุณม่่นใจ

(บมจ.กรุงเทพประกันภัย)

บริษัทกรุงเทพประกันภัยย้าคุณค่าความน่าเชื่่อถึ่ และคุณประโยชน์ที่ลูกค้จะได้รับด้วยการใช้ค้ “คุณภาพ” เช่นเดียวกับค้ขวัญข้างต้น และแสดงเหตุผลของการมีคุณภาพไว้ในลักษณะเดียวกัน คือความม่่นคงของบริษัท แต่ในที่นี้แสดงความเป็นปึกแผ่นม่่นคงด้วยอายุของบริษัทที่ยืนยาวเป็นเวลา 55 ปี

- ฉับไว

กลม ๆ ประกันภัย บริกการฉับไว มั่นใจในสัญญา

(บจก.กมลสุโกศลประกันภัย)

ค้ขวัญนี้เน้นการบริกการด้วยความรวดเร็วทันใจ ด้วยการใช้ค้ “บริกการฉับไว” ควบคู่ไปกับสร้างคามม่่นใจในสัญญาของบริษัท ๆ กับลูกค้

มั่นคง มั่นใจ **ฉับไว** ให้บริการ

(บจก.เจ้าพระยาประกันภัย)

คำขวัญนี้เน้นการให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจ ควบคู่ไปกับการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าโดยระบุคำว่า “ฉับไว” ควบคู่กับการระบุคำว่า “บริการ” เพื่อย้ำว่าการให้บริการที่ฉับไวจริงๆ

คุ้มค่า อุ่นใจ **ฉับไว** ในบริการ

(บจก.ประกันภัยไทยวิวัฒน์)

คำขวัญนี้เน้นการให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจ โดยการกล่าวว่า “ฉับไวในบริการ” ควบคู่ไปกับการให้บริการอย่างคุ้มค่า และมอบความอุ่นใจให้ลูกค้า

รวดเร็ว **ฉับไว** ใส่ใจในบริการ

(บจก.สยามชีวิตอินซัวร์นส์)

คำขวัญนี้ย้ำการให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจเป็นพิเศษ จึงย้ำคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกันสองคำได้แก่ “รวดเร็ว” และ “ฉับไว” ประกอบกับการระบุว่าเป็นบริษัทฯ บริการลูกค้าอย่างเอาใจใส่ด้วย

1.2.1.2 คำให้คุณค่าต่อความรู้สึกของลูกค้า เป็นคำที่ระบุชัดเจนต่อภาวะที่จะเกิดขึ้นในใจจึงนิยมใช้คำว่า “ใจ” เป็นส่วนประกอบของคำชนิดนี้ ได้แก่ มั่นใจ, อุ่นใจ, อบอุ่น, พลัง, วางใจ, ใส่ใจ, สบายใจ และหนึ่งเดียว

- มั่นใจ

คำ “มั่นใจ” นำมาใช้ในบริบทที่ต่างกันออกไป ทั้งในบริบทที่เน้นความสำคัญของการให้บริการ บริบทที่เน้นอนาคต และบริบทที่เน้นความเป็นบริษัท

มั่นคงปัจจุบัน **มั่นใจ** อนาคต

(บจก.พรภัทรประกันภัย)

“มั่นใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าของความรู้สึกต่ออนาคตของลูกค้า โดยอธิบายเพิ่มเติมว่าเป็นคุณค่าที่สืบเนื่องมาจากความมั่นคงในปัจจุบัน ซึ่งแฝงความหมายเอาไว้ว่า ความมั่นคงในที่นี้คือความมั่นคงจากการใช้บริการกับบริษัทนั่นเอง

มั่นคง มั่นใจ ประกันภัยศรีอยุธยา
(บมจ.ศรีอยุธยาประกันภัย)

“มั่นใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าของความรู้สึกของลูกค้า ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากความมั่นคงของบริษัท

อนาคตที่มั่นคง ต้องประกันที่มั่นใจ
(บมจ.นวกิจประกันภัย)

“มั่นใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าของความรู้สึกของลูกค้าในเชิงเรียกร้องหรือเร่งเร้าให้ตัดสินใจว่าผู้บริโภคต้องเลือกใช้บริการกับบริษัทประกันวินาศภัยที่เชื่อถือได้เท่านั้น จึงจะทำให้ชีวิตมีความมั่นคงในภายภาคหน้า ทั้งนี้ได้แฝงความหมายไว้ว่าบริษัทประกันวินาศภัยที่เชื่อถือได้ก็คือ นวกิจประกันภัยนั่นเอง

มาตรฐานใหม่ของความมั่นใจ
(บจก.ธนวัฒน์ประกันภัย)

“มั่นใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าของความรู้สึกของลูกค้าที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการใช้บริการกับบริษัทที่ได้มาตรฐานในรูปแบบใหม่

อวิว่าประกันภัย ชื่อใหม่ ที่คุณมั่นใจได้ดังเดิม
(บจก.อวิว่า ประกันภัย)

“มั่นใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าของความรู้สึกของลูกค้า ที่ย้ำว่าแม้บริษัทจะได้เปลี่ยนชื่อใหม่แต่ความมั่นใจที่ลูกค้าจะได้รับก็จะไม่เปลี่ยนแปลง

- อุ่นใจ, ออบอุ่น

คำ “อุ่นใจ”, “ออบอุ่น” นำมาใช้ในบริบทที่ไม่อ้างเหตุผลใดๆ, อ้างถึงเหตุผลที่ทำให้ ออบอุ่นใจ และแสดงจุดมุ่งหมายว่าบริษัทต้องการมอบความอบอุ่นใจให้ใคร

คุ่มคำ **อุ่นใจ** จับไว้ในบริการ

(บจก.ประกันภัยไทยวิวัฒน์)

“อุ่นใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าของความรู้สึกของลูกค้าโดยตรงไม่อ้างถึงที่มาว่า อุ่นใจได้ด้วยเหตุผลใด โดยได้แสดงคุณค่านี้พร้อมด้วยคุณสมบัติอื่นคือ “คุ่มคำ” และ “จับไว้ในบริการ”

ล้าหน้าด้วยระบบ **ออบอุ่น** ด้วยบริการ

(บจก.เมืองไทยประกันภัย)

คำ “ออบอุ่น” ในที่นี้แสดงคุณค่าของการให้บริการ ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากระบบของบริษัทที่ทันสมัย “ล้าหน้า”

วางใจเมื่อเรียกใช้ **อุ่นใจ** เมื่อมีภัย

(บจก.อินทระประกันภัย)

คำ “อุ่นใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าต่อความรู้สึกของลูกค้าเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเกิดภัยต่างๆ ขึ้น โดยแสดงควบคู่ไปกับคุณค่าในความรู้สึก “วางใจ” ซึ่งเป็นคำที่มีความสอดคล้องกัน คือเมื่อ “วางใจ” แล้ว ก็จะมีความรู้สึก “อุ่นใจ” ตามมา ทั้งนี้คำขวัญนี้ก็มีทำที่นอบน้อมต่อลูกค้าด้วยการใช้คำว่า “เรียกใช้” ซึ่งชวนให้ขบคิดได้ว่าบริษัทใดทำหน้าที่เป็นผู้รับใช้ที่ดีของลูกค้านั่นเอง

อุ่นใจ มั่นคง ปลอดภัย

(บจก.เอราวัณประกันภัย)

คำ “อุ่นใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าของความรู้สึกโดยตรง โดยไม่ได้กล่าวอ้างถึงเหตุผลใดๆ ทั้งนี้ได้นำเสนอพร้อมๆ กับความรู้สึก “มั่นคง” และ “ปลอดภัย”

- หนึ่งเดียว

คำ “หนึ่งเดียว” นำเสนอในบริบทที่บอกกล่าวโดยตรง ไม่ได้อ้างเหตุผลอื่นใดมาประกอบ

ภัทรประกันภัย หนึ่งเดียวที่คุณวางใจ
(บมจ.ภัทรประกันภัย)

คำ “หนึ่งเดียว” ในที่นี้กล่าวถึงการเป็นบุคคลสำคัญของลูกค้าโดยตรง โดยไม่ระบุถึงเหตุผลใดๆ เช่นเดียวกัน เพียงแต่ได้ย้าความรู้สึกเพิ่มเข้ามาอีกอย่างหนึ่งก็คือความรู้สึก “วางใจ”

- วางใจ

คำ “วางใจ” นำเสนอในบริบทที่ระบุถึงผลที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้าโดยตรง และนำเสนอในบริบทที่กล่าวถึงการให้บริการของบริษัท

หลักประกันที่วางใจได้
(บจก.วิธสินประกันภัย)

คำ “วางใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าต่อความรู้สึกของลูกค้าโดยตรง โดยได้กล่าวถึงบริษัทในเชิงเปรียบเทียบกับบริษัทเป็นเสมือน “หลักประกัน” ในชีวิตของลูกค้า

วางใจเมื่อเรียกใช้ อุ่นใจเมื่อมีภัย
(บจก.อินทรประกันภัย)

คำ “วางใจ” ในที่นี้แสดงคุณค่าต่อความรู้สึกของลูกค้า ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจาก “เมื่อ” ได้ “เรียกใช้” บริการของบริษัท

- ใส่ใจ

คำ “ใส่ใจ” นำเสนอในบริบทที่กล่าวถึงการกระทำของบริษัทที่ส่งผลต่อลูกค้าโดยตรง และการกระทำที่มีผลต่อการให้บริการ

ทันสมัย ใฝ่ประสิทธิภาพ **ใส่ใจ**ลูกค้า ศรีทธาเพิ่มพูน
(บมจ.บางกอกสหประกันภัย)

คำ “ใส่ใจ” ในที่นี้กล่าวถึงคุณค่าต่อลูกค้าโดยตรง โดยได้ย้ำอย่างชัดเจนว่า “ใส่ใจลูกค้า” และนำเสนอพร้อมกับคุณสมบัติอื่นๆ ของบริษัทอีกหลายประการ ได้แก่ “ทันสมัย” และ “ใฝ่ประสิทธิภาพ” รวมทั้งผลที่จะเกิดขึ้นต่อความรู้สึกของลูกค้าอีกประการคือ “ศรีทธาเพิ่มพูน”

รวดเร็ว ฉับไว **ใส่ใจ**บริการ
(บจก.สยามซีดี อินชัวร์นส์)

คำ “ใส่ใจ” ในที่นี้ กล่าวถึงคุณค่าต่อความรู้สึกของลูกค้าโดยเป็นผลพวงมาจากคุณค่าในการให้บริการ นั่นคือเมื่อ “ใส่ใจ” ในบริการ ก็เท่ากับใส่ใจในต่อลูกค้านั่นเอง

- สบายใจ

คำ “สบายใจ” นำเสนอในบริบทที่กล่าวถึงความรู้สึกของลูกค้าโดยตรง

ไทยศรีชูรัก เราประกันความ**สบายใจ**ให้คุณ
(บจก.ไทยศรีชูรักประกันภัย)

คำ “สบายใจ” ในที่นี้กล่าวถึงคุณค่าในความรู้สึก “สบายใจ” อันเป็นผลมาจากบริษัทหรือ “เรา” เป็นผู้กระทำ คือได้ “ประกัน” ให้ “คุณ” รู้สึก “สบายใจ”

1.2.1.3 คำให้คุณค่าต่อความซื่อสัตย์ยุติธรรม บริษัทประกันภัยมักจะนิยมใช้คำว่า “ความเป็นธรรม”, “ซื่อตรง”, “ยึดมั่น” ดังเช่น

ความเป็นธรรมคือนโยบาย

(บจก. วิริยะประกันภัย)

คำขวัญนี้ระบุโดยตรงว่า นโยบายของบริษัทคือการให้ความยุติธรรมแก่ลูกค้า ฉะนั้น
ผู้มาใช้บริการจึงรู้สึกสบายใจได้

ไทยสมุทร ยึดมั่นคำสัญญา

(บจก. ไทยสมุทรประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงนโยบายของบริษัทฯ ที่เน้นความซื่อสัตย์ คือซื่อสัตย์ต่อคำมั่นสัญญา
เพราะฉะนั้นการให้บริการของบริษัทฯ ตามที่ตกลงกันไว้ในเบื้องต้น จะเป็นไปตามข้อตกลงนั้น
โดยไม่บิดพลิ้ว

มั่นคง ซื่อตรงในคุณธรรม

(บจก. พุทธธรรมประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงคุณธรรมด้านความซื่อสัตย์เช่นเดียวกัน โดยแสดงด้วยคำว่า "ซื่อตรง"
และขยายความว่าความซื่อตรงนี้คุณธรรม คล้ายกับจะบอกว่ามีคุณธรรมในการให้บริการทุกประการ
นั้นบริษัท จะถือปฏิบัติอย่างซื่อตรงแน่นอน

มั่นคงในสัญญา ซื่อตรงในบริการ

(บมจ. นำสินประกันภัย)

คำขวัญนี้แสดงนโยบายของความซื่อสัตย์ โดยเน้นรายละเอียดสองประการ คือ คำมั่น-
สัญญา และซื่อตรง เพื่อจะบอกว่าเป็นบริษัทฯ ยึดมั่นในการให้คำสัญญากับลูกค้าอย่างมั่นคง เชื่อใจได้
และบริษัทฯ จะซื่อตรงในการให้บริการ

1.3 คำทันสมัย

คำทันสมัยที่พบในคำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัย ได้แก่ คำว่า ล้ำหน้า, ก้าวไกล และ
ทันสมัย

มาตรฐานประกันภัยที่ก้าวไกลระดับโลก
(บจก.ทิพยประกันภัย)

คำ “ก้าวไกล” ในที่นี้แสดงคุณค่าด้านความเป็นผู้นำ ซึ่งไปถึงขั้น “ระดับโลก” โดยมีที่มาคือการเป็นบริษัทที่ให้ประกันภัยที่ได้ “มาตรฐาน”

ทันสมัย ใฝ่ประสิทธิภาพ ใฝ่ใจลูกค้า สรรพคุณเพิ่มพูน
(บมจ.บางกอกสหประกันภัย)

คำ “ทันสมัย” แสดงคุณค่าในการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยของบริษัท และย้ำคุณสมบัติเด่นอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อแสดงข้อดีของบริษัทมาเสริมให้น่าเชื่อถือ คือ “ใฝ่ประสิทธิภาพ”, “ใฝ่ใจลูกค้า” และ “สรรพคุณเพิ่มพูน”

ล้ำหน้าด้วยระบบ อบอุ่นด้วยบริการ
(บจก.เมืองไทยประกันภัย)

คำ “ล้ำหน้า” ในที่นี้ แสดงคุณค่าด้านการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย ด้วยการระบุเหตุผลว่า บริษัทมีความทันสมัยได้ด้วย “ระบบ” ของบริษัท

2. การใช้คำที่ทำให้ข้อความสละสลวย จดจำง่าย

2.1 คำสัมผัส

คำขวัญโดยทั่วไปมักใช้คำสัมผัสโดยอาจเล่นเสียงสระหรือเสียงอักษร เนื่องจากการใช้คำสัมผัสช่วยให้ถ้อยคำมีความไพเราะ และเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยจูงใจให้ผู้อ่านเกิดความประทับใจกับคำขวัญ ดังที่อวยพร พานิช และคณะ (2539 : 168) ได้กล่าวถึงลักษณะของคำขวัญที่ดีประการหนึ่งว่า มีการเล่นคำเพื่อความสะกดตา ได้แก่การสัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะ เพื่อให้เกิดความคล้องจอง

คำสัมผัสที่พบในคำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัยแบ่งได้เป็นคำสัมผัสเสียงสระ และคำสัมผัสเสียงพยัญชนะ ดังต่อไปนี้

2.1.1 คำสัมผัสสระ

คำสัมผัสสระที่พบมีทั้งคำสัมผัสสระภายในวรรค คำสัมผัสสระระหว่างวรรค และคำสัมผัสทั้งภายในวรรคและระหว่างวรรค

2.1.1.1 สัมผัสภายในวรรค

กมลฯประกันภัย บริการฉับไว มั่นใจในสัญญา
(บจก.กมลสุโกศลประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “ใจ” กับ “ใน”

รวดเร็ว ฉับไว ใส่ใจในบริการ
(บจก.สยามซีดี อินชัวร์รันส์)

คำสัมผัส คือ “ใส่” สัมผัสกับ “ใจ” และ “ใน”

มองการณ์ไกลอย่างมั่นใจ กับคุ้มเกล้าประกันภัย
(บจก.คุ้มเกล้าประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “ไกล” สัมผัสกับ “ใจ”

มาตรฐานใหม่ของการประกันภัย ให้ท่านมั่นใจในความมั่นคง
(บจก.ธนวัฒน์ประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “ให้” สัมผัสกับ “ใจ”

บริษัทประกันภัย หลักประกันที่มั่นคง ชื่อตรง มั่นใจ
(บจก.แอ็ดวานซ์ อินชัวร์รันส์)

คำสัมผัสคือ “กัน” กับ “มั่น”

2.1.1.2 สัมผัสระหว่างวรรค

มั่นคง มั่นใจ ฉับไว ให้บริการ
(บจก.เจ้าพระยาประกันภัย)
คำสัมผัสคือ “ใจ” สัมผัสกับ “ไว” และ “ให้”

มุ่งมั่นในบริการ สร้างผลงานเพื่อสังคม
(บจก.กรุงเทพพานิชประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “การ” สัมผัส กับ “งาน”

มาตรฐานประกันภัย ที่ก้าวไกลระดับโลก
(บจก.ทิพยประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “ภัย” สัมผัส กับ “ไกล”

คุ้มภัยด้วยหลักฐาน บริการด้วยไมตรี
(บมจ.เทเวศประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “ฐาน” สัมผัส กับ “การ”

มั่นคงปัจจุบัน มั่นใจอนาคต
(บจก.พรภัทรประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “บัน” สัมผัสกับ “มัน”

สรรค์สร้างบริการ เชี่ยวชาญประกันภัย
(บจก.พัชรประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “การ” สัมผัสกับ “ชาญ”

ล้ำหน้าด้วยระบบ อบอุ่นด้วยบริการ
(บจก.เมืองไทยประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “บบ” สัมผัสกับ “อบ”
 มั่นคง มั่นใจ ประกันภัยศรีอยุธยา
 (บมจ.ศรีอยุธยาประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “ใจ” สัมผัสกับ “ภัย”

มั่นคง จับใจ ประกันภัยศรีอยุธยา
 (บมจ.ศรีอยุธยาประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “ไว” สัมผัสกับ “ภัย”

มาตรฐานงานดี 50 ปีเป็นหลักประกัน
 (บจก.สามัคคีประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “ดี” สัมผัสกับ “ปี”

สร้างคุณภาพในบริการ ด้วยรากฐานที่มั่นคง
 (บมจ.สามัคคีประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “การ” สัมผัสกับ “ฐาน”

คุ้มครองพร้อมสรรพ สินทรัพย์ประกันภัย
 (บมจ.สินทรัพย์ประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “สรรพ” สัมผัสกับ “ทรัพย์”

มั่นคง เป็นมิตร คือไทยพาณิชย์ประกันภัย
 (บมจ.ไทยพาณิชย์ประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “มิตร” กับ “ณิชย์”

ชาติ ริเริ่ม เติมเต็ม

(บจก.ธนาคารประกันภัย)

คำสัมผัสคือ “เริ่ม” สัมผัสกับ “เต็ม”

2.1.1.3 สัมผัสทั้งภายในวรรคและระหว่างวรรค

ทันสมัย ใฝ่ประสิทธิภาพ ใฝ่ใจลูกค้า ศรัทธาเพิ่มพูน

(บมจ.บางกอกสหประกันภัย)

คำสัมผัสระหว่างวรรคที่ 1, 2, 3 คือ ส“มัย” สัมผัส กับ “ใฝ่” , “ใฝ่” และ “ใจ” คำสัมผัสระหว่างวรรคที่ 3 และ 4 คือ “ค้า” สัมผัสกับ “ธา” คำสัมผัสภายในวรรคคือ “ใฝ่” สัมผัสกับ “ใจ”

คุ้มค่า อุ่งใจ นับไวในบริการ

(บจก.ประกันภัยไทยวิวัฒน์)

คำสัมผัสระหว่างวรรคคือ “ใจ” สัมผัส กับ “ไว” และ “ใน” สัมผัสภายในวรรคคือ “ไว” สัมผัสกับ “ใน”

รวดเร็ว นับไว ใฝ่ใจบริการ

(บจก.สยามซีดี อินชัวร์นส์)

คำสัมผัสระหว่างวรรคคือ “ไว” สัมผัส กับ “ใฝ่” และ “ใจ” สัมผัสภายในวรรคคือ “ใฝ่” สัมผัสกับ “ใจ”

วางใจเมื่อเรียกใช้ อุ่งใจเมื่อมีภัย

(บจก.อินทรประกันภัย)

คำสัมผัสระหว่างวรรคคือ “ใจ” , “ใช้” สัมผัส กับ “ใจ” และ “ภัย” สัมผัสภายในวรรคที่ 1 คือ “ใจ” สัมผัสกับ “ใช้” และ สัมผัสภายในวรรคที่ 2 คือ “ใจ” สัมผัสกับ “ภัย”

2.1.2 คำสัมผัสเสียงอักษร

คำสัมผัสเสียงอักษรมักเป็นคำสัมผัสภายในวรรค และส่วนใหญ่เป็นคำซ้อนเสียง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะคำซ้อนได้ทำหน้าที่ย้ำความหมาย และความรู้สึกได้อย่างหนักแน่น เหมาะที่จะนำมาใช้ในการโน้มน้าวใจ

มาตรฐานประกันภัยที่ก้าวไกลระดับโลก

(บจก.ทิพยประกันภัย)

คำขวัญนี้เล่นคำสัมผัสเสียง “ก้าว” และ “ไกล” ซึ่งเป็นคำประสมที่ประกอบขึ้นจาก
คำมูล 2 คำ

มุ่งมั่นในบริการสร้างผลงานเพื่อสังคม

(บจก.กรุงเทพพาณิชย์ประกันภัย)

คำขวัญนี้เล่นคำสัมผัสเสียง “มุ่งมั่น” ซึ่งเป็นคำซ้อน

สรรค์สร้างบริการ เชี่ยวชาญประกันภัย

(บจก.พัชรประกันภัย)

คำขวัญนี้เล่นคำสัมผัสเสียง 2 แห่ง ซึ่งอยู่ต่างวรรคกัน แต่ละแห่งล้วนเป็นคำซ้อน ได้แก่ “สรรค์สร้าง” และ “เชี่ยวชาญ”

ล้ำหน้าด้วยระบบ อบอุ่นด้วยบริการ

(บจก.เมืองไทยประกันภัย)

คำขวัญนี้เล่นคำสัมผัสเสียง “อบอุ่น” ซึ่งเป็นคำซ้อน

คุ้มครองพร้อมสรรพ สิ้นทรัพย์ประกันภัย

(บจก.สินทรัพย์ประกันภัย)

คำขวัญนี้เล่นคำสัมผัสเสียง 2 แห่ง โดยแห่งแรกเป็นคำสัมผัสเสียงภายในวรรคคือ “คุ้มครอง” ซึ่งเป็นคำซ้อน และแห่งที่สองเป็นคำสัมผัสเสียงทั้งภายในวรรคและระหว่างวรรค มีคำสัมผัสคือ “สรรพ” และ คำซ้อน คือ “สินทรัพย์”

ชนชาติ ริเริ่มเต็มเต็ม

(บจก.ชนชาติประกันภัย)

คำขวัญนี้เล่นคำสัมผัสเสียง คือ “ริเริ่ม” ซึ่งเป็นคำซ้อน และ “เต็ม” กับ “เต็ม” ซึ่งเป็นคำมูล

อบอุ้นใจ คุ้มภัย คุ้มครองคุณ

(บจก.คุ้มภัยประกันภัย)

คำขวัญนี้เล่นคำสัมผัสคือ “อบอุ้น” ซึ่งเป็นคำซ้อน, “คุ้ม” ซึ่งเป็นส่วนประกอบของคำประสม “คุ้มภัย”, “คุ้มครอง” ซึ่งเป็นคำซ้อน และ “คุณ” ซึ่งเป็นคำมูล

2.2 การซ้ำคำ

การซ้ำคำมี 2 ลักษณะ คือ ซ้ำคำทั้งหมด และซ้ำบางส่วนของคำ

2.2.1 ซ้ำคำทั้งหมด

การใช้คำซ้ำนอกจากจะทำให้คำขวัญมีความไพเราะแล้ว ยังมีส่วนช่วยย้ำจุดเด่น หรือวัตถุประสงค์ของบริษัทประกันวินาศภัยให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

มิตรแท้ประกันภัย มิตรแท้ของคุณ

(บจก.มิตรแท้ประกันภัย)

คำขวัญนี้ซ้ำคำประสม “มิตรแท้” ซึ่งเป็นชื่อของบริษัทมาย้ำจุดเด่นของการทำหน้าที่เป็นมิตรที่ดีของลูกค้า นอกจากจะย้ำชื่อให้ลูกค้า จดจำได้แล้ว ยังได้โยงไปสู่จุดเด่นของบริษัทคือ ความเป็นมิตรได้อย่างกลมกลืน

คุ้มภัยด้วยหลักฐาน บริการด้วยไมตรี

(บมจ.เทเวศประกันภัย)

คำขวัญนี้ใช้คำว่า “ด้วย” ซึ่งทำหน้าที่เป็นคำเชื่อม เพื่อย้ำลักษณะการให้บริการของบริษัท ในที่นี้กล่าวถึงการให้บริการคุ้มภัยว่าสามารถทำได้เป็นอย่างดี เพราะหลักฐานหรือองค์ประกอบต่างๆ อันมั่นคงของบริษัทฯ และกล่าวถึงการให้บริการทั่วไปว่าบริษัทฯ จะให้บริการด้วยความเอื้ออาทร หรือมีน้ำใจไมตรีต่อกัน

2.2.2 ซ้ำบางส่วนของคำ

การซ้ำบางส่วนของคำ จะซ้ำคำที่อยู่ต่างวรรคกันดังนี้

มั่นคงปัจจุบัน มั่นใจอนาคต

(บจก.พรภัทรประกันภัย)

คำขวัญนี้ใช้คำว่า “มั่น” ซึ่งเป็นส่วนประกอบของคำประสม “มั่นคง” และ “มั่นใจ” ทั้งสองคำนี้อยู่ต่างวรรคกัน คำ “มั่น” แสดงความหนักแน่น จริงจัง เมื่อนำมากล่าวซ้ำคำ มีผลทำให้สิ่งที่ต้องการนำเสนอคือความมั่นคงในชีวิต และความมั่นใจในอนาคตของลูกค้า ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกัน มีน้ำหนักน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

มั่นคง มั่นใจ ประกันภัยศรีอยุธยา

(บมจ. ศรีอยุธยาประกันภัย)

คำขวัญนี้ใช้คำว่า “มั่น” ซึ่งเป็นส่วนประกอบของคำประสม “มั่นคง” และ “มั่นใจ” ที่อยู่ในวรรคที่ 1 และวรรคที่ 2 การใช้คำเพียง 2 พยางค์ ทำให้คำนั้นมีน้ำหนักแน่น เมื่อใช้คำซ้ำต่อเนื่องกันโดยไม่มีถ้อยคำอื่นมาคั่น แสดงว่าบริษัทฯ ต้องการเน้นความรู้สึก มั่นคง และมั่นใจเป็นพิเศษ

ส่งเสริมบุคลากร เสริมสร้างคุณค่าชีวิต สร้างสรรค์อนาคต

(บจก.คอมไบด์อินชัวร์รันส์ (ไทยแลนด์))

คำขวัญนี้ใช้คำว่า “เสริม” ซึ่งเป็นส่วนประกอบของคำซ้อน “ส่งเสริม” “เสริมสร้าง” และใช้คำ “สร้าง” ซึ่งเป็นส่วนประกอบของคำซ้อน “เสริมสร้าง” และ “สร้างสรรค์” คำซ้อน “ส่งเสริม” “เสริมสร้าง” และ “สร้างสรรค์” ต่างเป็นคำที่มีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ หมายถึง การสนับสนุน หรือผลักดันให้เกิดการพัฒนาขึ้นแสดงว่า บริษัทคอมไบด์ฯ ต้องการย้าว่า บริษัทได้สนับสนุนให้เกิดสิ่งดีๆ ขึ้นอยู่เสมอ ฉะนั้นผู้เลือกใช้บริการของบริษัทฯ ก็จะได้รับสิ่งดีๆ กลับไป อันเป็นประโยชน์ต่อคุณค่าของชีวิต และอนาคตในภายภาคหน้า

อบอุ่นใจ คู่มกัย คู่ครองคุณ
(บจก.คู่มกัยประกันภัย)

คำขวัญนี้ต้องการย้าความหมายของการทำหน้าที่ปกป้องคู่ครองผู้ให้บริการ โดยการ ใช้คำว่า “คู่ม” ซึ่งเป็นส่วนประกอบของคำประสม “คู่มกัย” และคำซ้อน “คู่มครอง” นอกจากนี้ยัง ได้ย้าชื่อของบริษัทคือ “คู่มกัย” ไปด้วย เพื่อต้องการให้ผู้ให้บริการจดจำชื่อของบริษัทได้นั่นเอง

2.2.3 ใช้คำแบบเล่นคำ

ไทยเศรษฐกิจ เพื่อเศรษฐกิจไทย
(บมจ.ไทยเศรษฐกิจประกันภัย)

คำขวัญนี้เล่นคำว่า “ไทย” และ “เศรษฐกิจ” โดยใช้เป็นชื่อของบริษัทคือ “ไทยเศรษฐกิจ” และใช้เป็นค่านามว่า “เศรษฐกิจไทย” ซึ่งหมายถึง เศรษฐกิจของประเทศไทย คำขวัญนี้ต้องการจะบอกว่าบริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัยเป็นธุรกิจที่ทำเพื่อเศรษฐกิจของประเทศไทย คือ ทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยดีขึ้น

3. การใช้ประโยค

ประโยคเหล่านี้แบ่งตามวัตถุประสงค์ของประโยคได้เป็น ประโยคตามวัตถุประสงค์ และประโยคตามโครงสร้าง

3.1 ประโยคตามวัตถุประสงค์ แบ่งได้ดังนี้

3.1.1 ประโยคบอกเล่า มีส่วนประกอบของประโยคครบถ้วน ไม่ว่าจะประธานของประโยค กริยา หรือกรรม โดยมีชื่อบริษัทซึ่งเป็นคำนามและสรรพนามทำหน้าที่เป็นประธานของประโยค

สัมพันธ์ประกันภัย มีรถใช้ระหว่างซ่อม

(บจก.สัมพันธ์ประกันภัย)

ประโยคนี้เป็นประโยคความเดียวที่มีประธานคือ “สัมพันธ์ประกันภัย” กริยา คือ “มี” และกรรมคือ “รถ” โดยมีวลี “ใช้ระหว่างซ่อม” เป็นส่วนขยายกรรม

บริษัทกลาง สาขาทั่วทิศ รับผิดชอบผู้ประสบภัย ร่วมให้บริการ

(บจก.กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ)

ประโยคนี้เป็นประโยคความรวมที่มี “บริษัทกลาง” ทำหน้าที่เป็นประธานของประโยค มี “รับผิดชอบ” และ “ร่วมให้” เป็นคำกริยา โดยมี “ผู้ประสบภัย” เป็นกรรม และ “สาขาทั่วทิศ” เป็นส่วนขยายประธาน

ไทยสมุทรชีวิตมั่นคงสำคัญ

(บจก.ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย)

ประโยคนี้เป็นประโยคความเดียวที่มี “ไทยสมุทร” เป็นประธานของประโยค มี “ชีวิตมั่นคง” เป็น กริยา และ มี “คำสำคัญ” เป็นกรรม

ไทยศรีชูรีคประกันภัย เราประกันความสบายใจให้คุณ

(บจก.ไทยศรีชูรีคประกันภัย)

คำขวัญนี้ ประกอบด้วยชื่อบริษัท “ไทยศรีชูรีค” และประโยคความซ้อน “เราประกันความสบายใจให้คุณ” ซึ่งมีคำสรรพนาม “เรา” เป็นประธานของประโยค มี “ประกัน” เป็นคำกริยา และมี “ความสบายใจ” เป็นกรรม โดยมี “ให้คุณ” เป็นอนุภาคขยายกริยา

มิตรแท้ประกันภัย มิตรแท้ของคุณ

(บจก.มิตรแท้ประกันภัย)

ประโยชน์นี้เป็นประโยชน์ความเดียวที่มี “มิตรแท้ประกันภัย” เป็นประธานของ
ประโยชน์ มี “มิตรแท้” เป็นกรรม และมี “ของคุณ” เป็นส่วนขยายกรรม โดยได้ละคำกริยาคือ
“เป็น”

ชนชาติ ริเริ่ม เติมเต็ม

(บจก.ชนชาติ)

ประโยชน์นี้เป็นประโยชน์ความรวมที่มี “ชนชาติ” ทำหน้าที่เป็นประธานของประโยชน์
“ริเริ่ม” และ “เติมเต็ม” เป็น กริยา โดยได้ละ กรรม คือ “ชีวิต”

3.1.2 ประโยคคำสั่ง

อนาคตที่มั่นคง ต้องประกันที่มั่นคง

(บมจ.นวกิจประกันภัย)

ประโยชน์นี้เป็นประโยคคำสั่งที่มี “อนาคตที่มั่นคง” ทำหน้าที่เป็นประธานของประโยค
มี “ต้อง” เป็นคำกริยา ที่มีน้ำเสียงเร่งเร้าให้เลือกใช้บริการบริษัทประกันวินาศภัยที่มั่นคงได้อย่าง
แท้จริง ทั้งนี้ได้แฝงความหมายเอาไว้ว่า บริษัท ฯ ที่มั่นคงได้ ก็คือ นวกิจประกันภัยนั่นเอง

3.2 ประโยคตามโครงสร้าง แบ่งได้ดังนี้

3.2.1 ประโยคบอกเหตุผล

เราประกัน คุณมั่นคง

(บมจ.สินมั่นคงประกันภัย)

ประโยชน์นี้มีเหตุคือ “เราประกัน” และมีผลตามาคือ “คุณมั่นคง” เพื่อสื่อความว่า
การให้บริการประกันวินาศภัยของบริษัทจะทำให้ลูกค้ามีความมั่นคงในชีวิตได้

ทำหน้าที่ด้วยระบบ อบอุ่นด้วยบริการ

(บจก.เมืองไทยประกันภัย)

ประโยชน์นี้ประกอบด้วย 2 ประโยคย่อย มีเหตุคือ “ระบบ” การให้บริการชั้นยอดซึ่งเป็นผลทำให้เกิดความ “ล้าหน้า” หรือทันสมัย และมีเหตุคือ การให้ “บริการ” ซึ่งเป็นผลทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึก “อบอุ่น” ตามมา

ความอุ่นใจของคุณ คือ บริการของนายราชณ์

(บจก.นายราชณ์สากลประกันภัย)

ประโยชน์นี้มี เหตุคือ การให้บริการของบริษัทนายราชณ์ฯ ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดความอุ่นใจในความรู้สึกของลูกค้า

มั่นคงปัจจุบัน มั่นใจอนาคต

(บจก.พรภัทรประกันภัย)

ประโยชน์นี้มี เหตุคือความมั่นคงของชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นผลพวงที่ทำให้เกิดความมั่นใจในอนาคตข้างหน้า

มาตรฐานงานดี 50 ปีเป็นหลักประกัน

(บจก.สหมงคลประกันภัย)

ประโยชน์นี้มีเหตุคืออายุของบริษัทฯ ที่ยืนยาวมาถึง 50 ปี ซึ่งเป็นข้อยืนยันได้ว่าบริษัทฯ ได้รับการยอมรับ ทำให้เกิดผลคือการทำงานที่ได้มาตรฐาน

สร้างคุณภาพในงานบริการด้วยรากฐานที่มั่นคง

(บมจ.สามัคคีประกันภัย)

ประโยชน์นี้มีเหตุคือ “รากฐานที่มั่นคง” โดยมีคำเชื่อม “ด้วย” เชื่อมความไปสู่ผลคือ “สร้างคุณภาพในงานบริการ”

3.2.2 ประโยคเปรียบเทียบ

ภัทรประกันภัย หนึ่งในเดียวที่คุณวางใจ
(บมจ.ภัทรประกันภัย)

ประโยชน์นี้เป็นประโยชน์เปรียบเทียบขั้นที่สุด โดยระบุถึงบริษัทภัทรประกันภัยว่า
สามารถทำให้ลูกค้าวางใจได้ และก็เป็นเพียงผู้เดียวเท่านั้น

ลิเบอร์ตี้ บริการนำการขาย
(บจก. ลิเบอร์ตี้ประกันภัย)

ประโยชน์นี้เป็นประโยชน์ความเดียวที่มี “ลิเบอร์ตี้” เป็นประธานของประโยชน์ มี “บริการ”
เป็นกริยา และมี “การขาย” เป็น กรรม โดยมี “นำ” เป็นคำเชื่อมที่ทำหน้าที่เปรียบเทียบ “บริการ”
กับ “การขาย” ว่าการให้บริการต้องมีความสำคัญเป็นอันดับแรก สำคัญยิ่งกว่ายอดขาย

จากกลวิธีการใช้ภาษาในคำขวัญของบริษัทประกันวินาศภัยข้างต้น ซึ่งประกอบไปด้วย
กลวิธีในการใช้คำ และกลวิธีในการเรียบเรียงประโยค พอจะสรุปได้ว่า ในด้านกลวิธีการใช้
คำประกอบไปด้วยการใช้คำที่เกี่ยวกับการสร้างภาพพจน์และการใช้คำที่ทำให้ข้อความสละสลวย จดจำ
ง่าย ส่วนการเรียบเรียงประโยคแบ่งได้เป็นประโยคตามวัตถุประสงค์และประโยคตามโครงสร้าง กล
วิธีการใช้ภาษาดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายหลัก 2 ประการ คือ จุดมุ่งหมายในการให้ข้อมูล และจุดมุ่งหมายใน
การโน้มน้าวใจ

กลวิธีทางภาษาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข้อมูลคือการใช้คำสำคัญประเภทคำให้คุณค่าต่อ
คุณสมบัติของบริษัท การใช้ประโยคบอกเหตุผล และการใช้ประโยคยกเล่าสมบูรณ์

การใช้คำประเภทให้คุณค่าต่อการให้บริการของบริษัท จะเน้นการใช้คำที่สามารถ
อธิบายลักษณะการให้บริการ และข้อดีของการให้บริการเพื่อเป็นข้อมูลให้ลูกค้าได้เลือกตัดสินใจ

การใช้ประโยคบอกเหตุผลจะ อธิบายที่มาที่ไปของการให้บริการ เพื่อให้ข้อมูลว่าผลดี
ของการให้บริการคืออะไร เพราะอะไร

การใช้ประโยคยกเล่าสมบูรณ์ จะใช้องค์ประกอบทางภาษาสื่อความอย่างถูกต้อง
ครบถ้วน เพื่อให้ข้อมูลของบริษัท ให้ได้มากที่สุด ภายใต้ปริมาณของคำอันจำกัด

กลวิธีทางภาษาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อโน้มน้าวใจ ประกอบไปด้วยการใช้คำยืม การใช้
คำให้คุณค่าต่อความรู้สึกของลูกค้าและคำทันสมัย การใช้คำสัมผัส และการใช้คำซ้ำ การใช้
ประโยคคำสั่ง และการใช้ประโยคเปรียบเทียบ

การใช้คำยืมและคำทับศัพท์ มีจุดมุ่งหมายโน้มน้าวให้เห็นว่าบริษัทมีความเป็นสากล นั่นคือเป็นผู้นำของบริษัทประกันวินาศภัย ลูกค้าจะรู้สึกว่าการเลือกใช้บริการแล้วคนจะเป็นผู้ที่ทับศัพท์ด้วย

การใช้คำที่ให้คุณค่าต่อความรู้สึกของลูกค้า มีจุดมุ่งหมายโน้มน้าวให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นว่าบริษัทจะให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก

การใช้ประโยคคำสั่งมีจุดมุ่งหมายโน้มน้าวให้ลูกค้ารีบตัดสินใจในทันที

การใช้ประโยคเปรียบเทียบมีจุดมุ่งหมายโน้มน้าวให้ลูกค้าคล้อยตามว่าบริษัทฯ โดดเด่นกว่าบริษัท อื่นๆ