

# แบรรณต์ “เมืองไทยประกันชีวิต” ถมทุกพื้นที่ว่าง สืบสานเอ็นพีรภาคคักดีดาพ่าน “บอลล็กไทย”

นอกจากจะดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดอย่าง เร็ว แรง “สาระ ลำชำ” ยังไม่ยอมตกกระแสหลังจับสัญญาได้ว่า “บอลล็กไทย” กำลังเป็นเทรนด์ใหม่มาแรงในสังคมไทย และด้วยเหตุนี้จึงนำแบรรณต์ “เมืองไทยประกันชีวิต” เข้าสนับสนุนสโมสรฟุตบอลศรีสะเกษเมืองไทย กับทีม “อีสานกูปรือันตรราย” แน่นอนจากนี้ไปทั้งชื่อ “เมืองไทยประกัน” หรือสีชมพูบ้านเอ็นพีรจ่าองคักรแห่งนี้ก็จะผงาดอยู่ในสนามฟุตบอล และอัฒจันทร์ทุกครั้งที่มีการแข่งขัน เป็นอีกยุทธศาสตร์ของถมพื้นที่ว่างให้เต็มไปด้วยแบรรณต์ขององคักรแห่งนี้



แบรรณต์ “เมืองไทยประกันชีวิต” ว่ากันตามจริงแล้วมีความแข็งแกร่งอยู่ในตัวแล้ว หากแต่แม่ทัพใหญ่ขององคักรแห่งนี้อย่าง “สาระ ลำชำ” กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลับยังไม่หยุดนิ่งที่จะเติมเต็มทุกช่องว่าง ทุกช่องทางที่จะกลายเป็นโอกาสให้องคักรแห่งนี้เป็นที่จดจำมากยิ่งขึ้น

ลุ่มสีบ้านเอ็นพีรแต่คำขายของใช้อยู่บนริมบาทวิถีเรียงกันเป็นแถบ เป็นการดึงดูดสายตาของผู้คนที่สัญจรผ่านไปมา ด้วยกลยุทธ์ดังกล่าวกลายเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชื่อของบริษัทแห่งนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคในทุกๆระดับ

ทุกวันนี้ยุทธวิธีดังกล่าวยังคงดำเนินต่อไป พร้อมกับแนวคิดใหม่ๆ ของแม่ทัพใหญ่ที่ไม่เคยหยุดนิ่งเพื่อมองหาช่องทาง และช่องว่างใหม่ๆ ในการวางจุดยุทธศาสตร์สำหรับการขยายตลาด รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนฐานลูกค้าในพอร์ตให้มากขึ้น

สาระ บอกว่า การดำเนินธุรกิจในวันนี้ล้วนทำในรูปแบบ Corporate Social Responsibility (CSR) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อสังคม และ CRM (Customer Relationship Management) กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์เป็นตัวหลัก เพื่อขับเคลื่อนองคักรให้ก้าวต่อไปได้อย่างมั่นคงแข็งแรง

สิ่งสำคัญของ CSR และ CRM คือการทำอย่างต่อเนื่อง และดูเหมือนแม่ทัพสายสีชมพูบ้านเอ็นพีรจะยึดหลักดังกล่าวเสมอมา เห็นได้จากกิจกรรมที่ทำอย่างสม่ำเสมอด้วยการสร้างห้องสมุด สร้างห้องพยาบาล ให้กับโรงเรียนในพื้นที่ใกล้เคียง และยังมึกิจกรรมอีกมากมายที่องคักรแห่งนี้ให้การสนับสนุน ไม่ว่าจะเห็น

ได้ ตะวันออกหรือตะวันตกก็ตาม

แต่ยามนี้ดูเหมือนพื้นที่อีสาน ซึ่งเป็นบริเวณที่มีการแข่งขันรุนแรงกำลังเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการขยายอาณาจักรของเมืองไทยประกันชีวิต โดยล่าสุด องคักรแห่งนี้เข้าไปเป็นผู้สนับสนุนหลัก “สโมสรฟุตบอลศรีสะเกษเมืองไทย” กับทีมที่ชื่อว่า “อีสานกูปรือันตรราย” ที่เล่นอยู่บนชั้นไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

สาระ ย้ำว่า ไม่ใช่ทีมของเมืองไทยประกันชีวิต แต่เป็นทีมที่เราให้กับสนับสนุนหลัก ในสัญญา 3 ปี

ว่ากันว่า สาระใช้เวลาไม่นานนักในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนหลักให้กับทีม “อีสานกูปรือันตรราย” ด้วยเหตุผลที่ว่า ธเนศ เครือรัตน์ ประธานสโมสรฟุตบอลศรีสะเกษเมืองไทย มีแนวคิดในหลายๆด้านที่ตรงกับสิ่งที่เมืองไทยมอง หรือถ้ามองในเชิงธุรกิจการมาครั้งนี้มีแต่ได้กับได้ในทั้งสองฝ่าย

อีสานกูปรือันตรราย เป็นทีมที่อยู่คู่ศรีสะเกษมานาน มีการพัฒนาเป็นสโมสรมาเป็น 10 ปี ไต่ขึ้นมาเรื่อยๆจนเข้าสู่ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก มีแฟนคลับหนาแน่น ซึ่งประวัติที่ศึกษามาถือเป็นอีกทีมที่มีจุดเด่นและจุดแข็งในการต่อยอด ให้กับเมืองไทยประกันชีวิต เช่น สาระ บอกไว้เป็นอย่างดีคือ การสนับสนุนนักฟุตบอลเยาวชน หรือการต่อยอดกับบัตร์สไมล์คลับในกลุ่มลูกค้าไลฟ์สไตล์ที่ชื่นชอบกีฬา

ฟุตบอล ในส่วนนี้สามารถทำได้หลากหลาย

“ส่วนหนึ่งเพราะเราเห็นว่าอยากมีส่วนร่วมในการนำพาชาวอีสานให้ได้ชัยชนะในการแข่งขันไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกครั้งนี้ และให้ชาวอีสานได้เห็นถึงความสำคัญในการเล่นกีฬา ส่งเสริมให้เยาวชนได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์กับการเล่นกีฬา และหันมาเล่นฟุตบอลกันมากขึ้นจนก้าวไปสู่ฟุตบอลอาชีพอย่างเต็มตัว มีรายได้ที่มั่นคงให้กับครอบครัว และตนเอง ตลอดจนพัฒนา

กีฬาฟุตบอลของอีสานให้ก้าวขึ้นเป็นผู้นำของการแข่งขันในอนาคตและพัฒนาประสิทธิภาพฟุตบอลไทยให้เทียบเท่าฟุตบอลโลก"

สาระ ยังบอกว่า "การตัดสินใจครั้งนี้แม้จะดูรวดเร็ว แต่ผมก็ศึกษาแล้วว่าเทรนด์เรื่องกีฬาโดยเฉพาะฟุตบอลกำลังมาแรงและเป็นสิ่งที่สังคมไทยให้การชื่นชอบ มันไม่ใช่เรื่องไกลตัวและหลายคนมองว่าไม่เกี่ยวกับบริษัทประกัน แต่ความจริงเรื่องนี้เป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวสังคมไทยมาก และวันนี้กระแสการตื่นตัวในฟุตบอลโลกไทยก็ถือว่าแรงมาก"

การลงขันสนับสนุนทีม "อีสานกูบรีอันตราย"ยังสามารถถอยออกในส่วภาคธุรกิจประกันชีวิตอีกด้วย แน่นอนว่าในเรื่องของบรรณต์จะเป็นที่รับรู้และติดตามมากยิ่งขึ้น เสือ

นักฟุตบอลที่มีโลโก้เมืองไทยประกันชีวิต สีชมพูบานเย็นที่สะดุดตา จะกลายเป็นภาพติดตาของแฟนคลับกลุ่มหนึ่งไปในทันที และยังถ้าแมตซ์ไหนได้ถ่ายทอดสดแล้วละก็ ต่อให้ไม่เห็นโลโก้ แต่แค่สีที่วิ่งผ่านจอก็มีชัยไปกว่าครึ่งแล้วในเชิงธุรกิจ ดังนั้นการก้าวเกาะกระแสไปกับบอลโลกไทยจึงเป็นเรื่องที่มองข้ามไม่ได้

ดูเหมือนว่า "เมืองไทยประกันชีวิต" กำลังเล่นสนุกกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกัน และแน่นอน ทุกพื้นที่ใดที่เห็นว่าเป็นโอกาส มีช่องว่างให้เข้าไปเล่นได้องค์กรแห่งนี้จะกระโดดเข้าเต็มเต็มในจุดนั้นทันที เพื่อถมพื้นที่ว่างดังกล่าวให้เต็มไปด้วยสีชมพูบานเย็น ○