

# Customer Insight Strategy

อาจารย์พีรดา รุธิรพงษ์

Course ID	Course Name	Time
	Customer Insight Strategy	1 วัน

## หลักการและเหตุผล

การที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะในยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก (Disruptive Technologies) เพื่อให้องค์กรอยู่รอดและมั่นคงนั้น กลุ่มพนักงานที่เป็น Touch Point คือผู้ให้บริการจึงเป็นคนสำคัญขององค์กร มีความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจลูกค้าแบบ Customer Insight ด้วย Service Excellence Roadmap เริ่มตั้งแต่ Miles Stone แรก ด้วยการจัดการข้อมูลลูกค้า นำไปออกแบบการบริการ บริหารจัดการให้พนักงาน Touch Point ปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ การจัดการข้อร้องเรียน และ Mile Stone สุดท้ายคือ พัฒนามาตรฐานการบริการให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ทุกองค์กรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดแบบมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Centric) โดยการบริหารประสบการณ์ลูกค้าเหนือความคาดหวัง ด้วยกลยุทธ์ Customer Insight การเข้าใจลูกค้าที่แท้จริง เป็นหน้าที่ของพนักงาน (Touch Point) ทุกระดับงาน ตั้งแต่ระดับเจ้าหน้าที่ จนถึงระดับผู้บริหาร ทั้งส่วนที่เป็น Frontline และ Back Office ดังนั้น

หลักสูตรนี้ จึงเป็นหลักสูตรที่เปิดมุมมองและปรับทัศนคติการบริการทั้ง Business Flow ด้วยมุมมองเสมือนการถอดหมวก "พนักงานผู้ให้บริการ" มาสวมหมวก "ลูกค้า" แทน ซึ่งจะกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการอบรมในฐานะหัวหน้างานเกิดความเข้าใจ ตระหนักรู้และพร้อมที่จะพัฒนาทักษะ พร้อมปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริการของทีมงานเพื่อสร้างชื่อเสียงให้องค์กรมากขึ้น ผ่านการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมด้วยกิจกรรม และ Workshop ที่จะช่วยสร้างเสริมทั้งทัศนคติที่เหมาะสม และฝึกฝนทักษะสำคัญที่จำเป็นในการให้บริการด้วยสัมพันธที่ดี เพื่อนำไปสู่การขายที่ทรงประสิทธิภาพได้

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาการบริการแบบ Customer Insight ด้วยหลักการ Service Excellence Roadmap (SER Model)
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจวิธีการบริหารจัดการทีมงาน ให้มีพฤติกรรมบริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าได้ (Customer Experience Management)
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้พัฒนาทักษะการรับมือและแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการลูกค้าได้ และหาแนวทางป้องกันการเกิดปัญหาลูกค้าร้องเรียนในยุค Disruptive

## หัวข้อการบรรยาย

### ส่วนที่ 1: Know Yourself & Your Energy

- ผู้บริหารที่เข้าใจบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการแบบ Personality Insight Profile : DISC Model
  - Know Your Self รู้เขารู้เรา : เข้าใจทีมงาน ผ่านลูกค้าได้ผ่านพฤติกรรม (Shopping Behavior)
  - รู้ Energy เพื่อพร้อมให้บริการ
- การบริหาร EQ สำหรับผู้บริหารที่ทีมงานให้บริการ

### ส่วนที่ 2: Know Your Business & Customer - Service Excellence Roadmap Model (SER)

- 3Cs ในโลกบริการ (Customer, Competitor, Change)
- SER Model
- คำจำกัดความของ SER Model
- ขั้นตอนการดำเนินการ
  - การจัดการข้อมูลลูกค้า
  - การออกแบบบริการ
  - ปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ
  - การจัดการข้อร้องเรียน
  - การปรับปรุงมาตรฐานบริการ
- ความสำคัญต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management)
- ผลตอบแทนจากการลงทุนด้านการบริการ (Return Service Investments)

### ส่วนที่ 3: แนวทางการกำหนด Service Excellence Roadmap

- การจัดการข้อมูลลูกค้า
  - รวบรวมข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการ
  - บริหารฐานข้อมูลลูกค้าด้วย กฎ 80/20
  - เครื่องมือ : Customer Requirement Analysis & CRM การวิเคราะห์ข้อมูล & ความสัมพันธ์ลูกค้า
- ทบทวนการออกแบบการบริการ
  - ทบทวนมาตรฐานพฤติกรรมบริการที่พึงประสงค์ (Excellence Service Way)
  - มาตรฐานบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ
  - มาตรฐานขั้นตอนการบริการ
  - ตัวชี้วัดประเมินพฤติกรรมบริการ

- Do&Don't และหลุมพรางการบริการลูกค้า
- เครื่องมือ : Service Standard & CEM มาตรฐานการบริการเพื่อบริหารประสบการณ์ลูกค้า
- การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ
  - การพัฒนาความรู้ ทักษะ ทีมงานตามมาตรฐานการบริการ
  - การตรวจสอบ/ควบคุมพฤติกรรมที่พึงประสงค์
  - การ Coaching เพื่อสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาการบริการ
  - เครื่องมือ : Service Way Checklist
- การจัดการข้อร้องเรียน
  - ทักษะคิดและมุมมองที่มีต่อข้อร้องเรียน
  - สาเหตุและการจัดการและประเภทของข้อร้องเรียน
  - เคล็ดลับและแนวทางในการรับมือข้อร้องเรียน
  - การเตรียมทีมงานและระบบให้พร้อมรับมือกับข้อร้องเรียน
  - ขั้นตอนการรับมือกับข้อร้องเรียน
  - การแก้ไขสถานการณ์จากลูกค้าโกรธ (Service Recovery)
  - เครื่องมือ : Customer Handling Process , Moment of Truth วินาทีแห่งความจริงและการจัดการ
- การปรับปรุงมาตรฐานบริการ
  - แนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
  - การนำเสนอการบริการที่แตกต่าง และเหนือความคาดหวังกับลูกค้า
  - เครื่องมือ : Customer Engagement Survey แบบสำรวจความผูกพันของลูกค้า

### กิจกรรมและ Workshop สำหรับการฝึกอบรม

กิจกรรม / Workshop	ผลที่ได้รับ
Workshop 1: การตรวจบุคลิกลักษณะ DISC Model	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เข้าใจบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการแบบ DISC</li> </ul>
Workshop 2: ทำแบบประเมิน EQ (กรมสุขภาพจิต)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รับรู้ถึงหลักเกณฑ์สำคัญในการบริหาร EQ</li> </ul>
Workshop 3: ฝึกใช้เครื่องมือที่สำคัญในการกำหนด SER (เลือก Focus ขั้นตอนที่สำคัญและเหมาะสมกับองค์กรในปัจจุบัน)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ทักษะในการใช้เครื่องมือ เพื่อกำหนด Service Excellence Roadmap (SER)</li> </ul>

## กลุ่มเป้าหมาย

1. หัวหน้าทีมขาย / บริการ
2. ผู้จัดการหน่วยงานขาย / บริการ

## รูปแบบการฝึกอบรม

- ระยะเวลารวม 1 วัน (6 ชั่วโมง)
- บรรยาย กิจกรรม และ Workshop

หมายเหตุ : เนื้อหาหลักสูตร วิทยากรจะปรับตามความจำเป็นในการพัฒนาของลูกค้า และเพื่อให้การบรรยาย ยกตัวอย่างประกอบได้ตรงตามมาตรฐานบริการของลูกค้า ขอให้ลูกค้า กรุณาส่งข้อมูลบางส่วนมาประกอบการบรรยาย

## ผลที่ได้รับจากการฝึกอบรม

พัฒนา	แก้ปัญหา
<ul style="list-style-type: none"><li>• การบริหารการให้บริการในการขายของทีมงานแบบ Customer Insight</li><li>• การพัฒนาการบริการด้วยการบริหารประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience Management)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• การพัฒนาระบบการดูแลลูกค้าที่ไม่สำเร็จ เพราะขาดมาตรฐานที่เป็นระบบและไม่ครบวงจร</li></ul>

## กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร Customer Insight Strategy

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
9.00 น.	<p>ส่วนที่ 1: Know Yourself &amp; Your Energy</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริหารที่เข้าใจบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการแบบ Personality Insight Profile : DISC Model               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Know Your Self รู้เขารู้เรา : เข้าใจทีมงาน ผ่านลูกค้าได้ผ่านพฤติกรรม (Shopping Behavior)</li> <li>o รู้ Energy เพื่อพร้อมให้บริการ</li> </ul> </li> <li>• การบริหาร EQ สำหรับผู้บริหารทีมงานให้บริการ</li> </ul> <p>Workshop 1: การตรวจบุคลิกลักษณะ DISC Model Workshop 2: ทำแบบประเมิน EQ (กรมสุขภาพจิต)</p> <p>ส่วนที่ 2: Know Your Business &amp; Customer - Service Excellence Roadmap Model (SER)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3Cs ในโลกบริการ (Customer, Competitor, Change)</li> </ul>
10.30 น.	<i>พักเบรก 15 นาที</i>
10.45 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SER Model</li> <li>• คำจำกัดความของ SER Model</li> <li>• ขั้นตอนการดำเนินการ               <ul style="list-style-type: none"> <li>o การจัดการข้อมูลลูกค้า</li> <li>o การออกแบบบริการ</li> <li>o ปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ</li> <li>o การจัดการข้อร้องเรียน</li> <li>o การปรับปรุงมาตรฐานบริการ</li> </ul> </li> <li>• ความสำคัญต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management)</li> <li>• ผลตอบแทนจากการลงทุนด้านการบริการ (Return Service Investments)</li> </ul>
12.00 น.	<i>พักรับประทานอาหารกลางวัน</i>

## กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร Customer Insight Strategy (ต่อ)

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
13.00 น.	<p>ส่วนที่ 3: แนวทางการกำหนด Service Excellence Roadmap</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดการข้อมูลลูกค้า               <ul style="list-style-type: none"> <li>o รวบรวมข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการ</li> <li>o บริหารฐานข้อมูลลูกค้าด้วย กฎ 80/20</li> <li>o เครื่องมือ : Customer Requirement Analysis &amp; CRM การวิเคราะห์ข้อมูล &amp; ความสัมพันธ์ลูกค้า</li> </ul> </li> <li>• ทบทวนการออกแบบการบริการ               <ul style="list-style-type: none"> <li>o ทบทวนมาตรฐานพฤติกรรมบริการที่พึงประสงค์</li> <li>o มาตรฐานบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ</li> <li>o มาตรฐานขั้นตอนการบริการ</li> <li>o ตัวชี้วัดประเมินพฤติกรรมบริการ</li> <li>o Do&amp;Don't และหลุมพรางการบริการลูกค้า</li> <li>o เครื่องมือ : Service Standard &amp; CEM มาตรฐานการบริการเพื่อบริหารประสบการณ์ลูกค้า</li> </ul> </li> <li>• การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ               <ul style="list-style-type: none"> <li>o การพัฒนาความรู้ ทักษะ ทีมงานตามมาตรฐานการบริการ</li> <li>o การตรวจสอบ/ควบคุมพฤติกรรมที่พึงประสงค์</li> <li>o การ Coaching เพื่อสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาการบริการ</li> <li>o เครื่องมือ : Service Way Checklist</li> </ul> </li> </ul>
14.30 น.	พักเบรก 15 นาที
14.45 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดการข้อร้องเรียน               <ul style="list-style-type: none"> <li>o ทำศนคดีและมุมมองที่มีต่อข้อร้องเรียน</li> <li>o สาเหตุและการจัดการและประเภทของข้อร้องเรียน</li> <li>o เคล็ดลับและแนวทางในการรับมือข้อร้องเรียน</li> <li>o การเตรียมทีมงานและระบบให้พร้อมรับมือกับข้อร้องเรียน</li> <li>o ขั้นตอนการรับมือกับข้อร้องเรียน</li> <li>o การแก้ไขสถานการณ์จากลูกค้าโกรธ (Service Recovery)</li> <li>o เครื่องมือ : Customer Handling Process , Moment of Truth วินาทีแห่งความจริงและการจัดการ</li> </ul> </li> <li>• การปรับปรุงมาตรฐานบริการ               <ul style="list-style-type: none"> <li>o แนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</li> <li>o การนำเสนอการบริการที่แตกต่าง และเหนือความคาดหวังกับลูกค้า</li> <li>o เครื่องมือ : Customer Engagement Survey แบบสำรวจความผูกพันของลูกค้า</li> </ul> </li> </ul> <p>Workshop 3: ฝึกใช้เครื่องมือที่สำคัญในการกำหนด SER (เลือก Focus ขั้นตอนที่สำคัญและเหมาะสมกับองค์กรในปัจจุบัน)</p>
16.00 น.	ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรม