

# Customer Experience

## ยกระดับงานบริการให้น่าประทับใจ

ดร.จอมพล จีบภิญโญ

| Course ID | Course Name         | Time      |
|-----------|---------------------|-----------|
|           | Customer Experience | 6 ชั่วโมง |

## หลักการและเหตุผล

เพราะงานบริการไม่ใช่เพียงแค่หน้าที่ของฝ่ายดูแลลูกค้าเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงทุกฝ่ายงานในองค์กรที่จะช่วยสนับสนุนการส่งมอบบริการที่ดี และสร้างคุณค่าที่น่าประทับใจไปถึงลูกค้าได้

การวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อให้เข้าใจความต้องการที่แท้จริง และเสนอวิธีการบริการให้ตอบสนองความต้องการได้ทันที่ จึงเป็นทักษะสำคัญที่คนในองค์กรทุกระดับควรพัฒนา เพื่อให้สามารถช่วยสนับสนุนตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การเสนอวิธีดูแลความต้องการ และการปรับรูปแบบการทำงาน หรือการให้บริการที่เพิ่มคุณค่า และความประทับใจที่ลูกค้าจะมีต่อองค์กรได้

หลักสูตรนี้จึงได้ออกแบบขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจมุมมองของงานบริการทั้งด้านผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ หลักการ / เครื่องมือ / วิธีการวิเคราะห์ความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และเทคนิคการให้บริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างน่าประทับใจ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ภายใต้บรรยากาศสนุกสนาน สอดแทรกตัวอย่างจากประสบการณ์ที่เข้าใจง่าย นำไปปรับใช้ได้จริง และกระตุ้นการมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทุกช่วงเวลาของการเรียนรู้ได้ครบทั้งสาระและความสนุกสนานในตัว

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในหลักการ / เครื่องมือ / วิธีการวิเคราะห์ความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถยกระดับการให้บริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างน่าประทับใจ

## หัวข้อการบรรยาย

### ส่วนที่ 1: 3 เรื่องสำคัญในงานบริการ

- คุณภาพการบริการ (Service Quality: SQ) โดย Parasuraman, Zeithaml, & Berry
- ความพึงพอใจของลูกค้า (Consumer Satisfaction: CS) โดย Kotler & Caslione
- ความจงรักภักดีของลูกค้า (Consumer Loyalty: CL) โดย Ellinger, Daugherty, & Plair)
- ความสำคัญในงานบริการ
  - Alrubaiee, Liu
  - Chuang and Huang
  - Srivastava and Kaul
  - Maroofi, Darabi and Torabi
  - Chandra
  - Nobar and Rostamzadeh

### ส่วนที่ 2: รู้จักลูกค้าให้มากขึ้น

- ตาม Generation โดย Marketoops และ Digital Marketing Wow
- ตามเพศ: กับความเชื่อในการซื้อโดย Enviro Thailand
- ลูกค้าทำงานอะไร
- พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนไทย
- เครื่องมือการสำรวจแบบ Mass ด้วย Google Trends

### ส่วนที่ 3: ยกระดับประสบการณ์ให้ลูกค้า

- การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Human Touch)
- บันไดบริการ 4 ชั้น ตัวแบบของ Deloitte พร้อมกรณีศึกษา
  - ชั้น 0 บริการตัวเองได้อย่างทันท่วงที (Responsive Self Service)
  - ชั้น 1 สนับสนุน (Functional Resolution Support)
  - ชั้น 2: การช่วยเหลือส่วนบุคคล (Personal Service and Voice of Customer)
  - ชั้น 3: งานหลังบ้าน (Back Office Processing)

## กิจกรรมและ Workshop สำหรับการฝึกอบรม

| Workshop  | ผลที่คาดว่าจะได้รับ  |
|---|--|
| <b>Workshop 1</b> : จุดพึงพอใจแต่ละ Gen คืออะไร                     | <ul style="list-style-type: none"><li>เข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันของคนแต่ละช่วงวัย</li></ul>            |
| <b>Activity 1</b> : งานที่เป็นที่ต้องการของตลาดในปี 2022 มีอะไรบ้าง | <ul style="list-style-type: none"><li>รู้จักเครื่องมือในการวิเคราะห์ลูกค้า</li></ul>                       |
| <b>Workshop 2</b> : เราจะยกระดับประสบการณ์ให้ลูกค้าอะไร อย่างไร     | <ul style="list-style-type: none"><li>วิธีให้บริการที่ยกระดับความประทับใจที่ลูกค้ามีต่อองค์กรได้</li></ul> |

### กลุ่มเป้าหมาย

- บุคลากรที่ทำหน้าที่ Support งานบริการ
- เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์

### รูปแบบการฝึกอบรม

- ระยะเวลารวม 1 วัน (6 ชั่วโมง)
- บรรยาย กิจกรรมกลุ่ม Group Discussion และ Workshop

### ผลที่ได้รับจากการฝึกอบรม

| พัฒนา  | แก้ปัญหา  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า จากหลากหลายมุมมองอย่างเป็นระบบ ไม่คิดไปเอง</li><li>การให้บริการที่มีความยืดหยุ่น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ที่แตกต่างกันได้</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>การให้บริการด้วยความเข้าใจ และ แสดงให้เห็นถึงความจริงใจ ใส่ใจ ช่วยเหลือลูกค้า</li></ul> |

## กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร Customer Experience

| เวลา     | รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร   |
|----------|--|
| 9.00 น.  | <p>ส่วนที่ 1: 3 เรื่องสำคัญในงานบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● คุณภาพการบริการ (Service Quality: SQ) โดย Parasuraman, Zeithaml, &amp; Berry</li><li>● ความพึงพอใจของลูกค้า (Consumer Satisfaction: CS) โดย Kotler &amp; Caslione</li><li>● ความจงรักภักดีของลูกค้า (Consumer Loyalty: CL) โดย Ellinger, Daugherty, &amp; Plair)</li></ul>  |
| 10.30 น. | พักเบรก 15 นาที  |
| 10.45 น. | <ul style="list-style-type: none"><li>● ความสำคัญในงานบริการ<ul style="list-style-type: none"><li>○ Alrubaiee, Liu</li><li>○ Chuang and Huang</li><li>○ Srivastava and Kaul</li><li>○ Maroofi, Darabi and Torabi</li><li>○ Chandra</li><li>○ Nobar and Rostamzadeh</li></ul></li></ul> <p>ส่วนที่ 2: รู้จักลูกค้าให้มากขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● ตาม Generation โดย Marketoops และ Digital Marketing Wow</li></ul> <p><b>Workshop 1</b> : จุดพึงพอใจแต่ละ Gen คืออะไร</p> |
| 12.00 น. | พักรับประทานอาหารกลางวัน   |

## กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร Impressive Customer Experience (ต่อ)

| เวลา     | รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร   |
|----------|--|
| 13.00 น. | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ตามเพศ: กับความเชื่อในการซื้อโดย Enviro Thailand</li> <li>● ลูกค้าทำงานอะไร</li> </ul> <p><b>Activity 1</b> : งานที่เป็นที่ต้องการของตลาดในปี 2022 มีอะไรบ้าง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนไทย</li> <li>● เครื่องมือการสำรวจแบบ Mass ด้วย Google Trends</li> </ul>   |
| 14.30 น. | พักเบรก 15 นาที  |
| 14.45 น. | <p><b>ส่วนที่ 3: ยกระดับประสบการณ์ให้ลูกค้า</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Human Touch)</li> <li>● บันไดบริการ 4 ชั้น ตัวแบบของ Deloitte พร้อมกรณีศึกษา               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ชั้น 0 บริการตัวเองได้อย่างทันท่วงที (Responsive Self Service)</li> <li>○ ชั้น 1 สนับสนุน (Functional Resolution Support)</li> <li>○ ชั้น 2: การช่วยเหลือส่วนบุคคล (Personal Service and Voice of Customer)</li> <li>○ ชั้น 3: งานหลังบ้าน (Back Office Processing)</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Workshop 2</b> : เราจะยกระดับประสบการณ์ให้ลูกค้า อะไร อย่างไร</p> |
| 16.00 น. | ถาม – ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรม   |