



Customer Relation Management (CRM)

สร้างสัมพันธ์ภาพ รากฐานสู่ความยั่งยืน

หลักการและเหตุผล

ในยุคที่การแข่งขันสูงเช่นปัจจุบัน ลูกค้าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดของทุกองค์กร การแข่งขันทางด้านการตลาด ด้านราคา ด้านคุณภาพสินค้า อาจไม่เพียงพอเสียแล้ว หลายองค์กรได้ปรับตัวโดยมุ่งเน้นในการพัฒนางานบริการ สร้างความสุข ความประทับใจ และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า กลยุทธ์ที่หลายองค์กรนำมาใช้ คือ CRM : Customer Relationship Management พร้อมทั้งต่อยอดด้วย CEM : Customer Experience Management

CRM และ CEM ที่จะสัมฤทธิ์ผลได้นั้นต้องได้รับการวางแผน และออกแบบอย่างรอบคอบ แต่ทั้งนี้ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานจะต้องเข้าใจแนวคิดหลักอย่างถ่องแท้เสียก่อน เพื่อทุกคนจะปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน เพื่อเป้าหมายสูงสุดขององค์กร

นอกจากนี้ หลักสูตรนี้ จะพยายามกระตุ้นให้พนักงานเปลี่ยนทัศนคติในการทำงาน เดิม **"ใจบริการ"** ให้อยู่ในการทำงาน เพื่อให้การทำงานทุกๆ ส่วนสนับสนุน ส่งเสริม ซึ่งกันและกัน เพื่อมอบการบริการด้วยใจ ให้แก่ลูกค้า สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าตลอดไป





หัวข้ออบรม

1. หัวใจของงานบริการ

เพื่อชี้ให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการให้บริการ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เป็นรากฐานของความจงรักภักดี

2. แนวคิด Customer Oriented : ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

4C : Customer, Convenient, Competitive Advantage, Cost Effectiveness



3. แนวคิดเรื่อง CRM : Customer Relation Management

ในหัวข้อนี้ จะนำไปให้ผู้เข้าอบรมเห็นภาพ CRM โดยกว้างๆ โดยมีการฉายภาพยนตร์ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับ CRM ในอุดมคติ เพื่อเปิดมุมมองพนักงานให้เข้าใจเรื่อง CRM ให้กว้าง และลึกมากขึ้น

3.1. ฐานข้อมูล ลูกค้า : หัวใจของ CRM

3.2. ข้อมูลดีๆ ที่ CRM ต้องการ

3.3. เทคโนโลยี และ Software CRM

ในหัวข้อเหล่านี้ ทางบริษัทฯ สามารถให้วิทยากร บรรยาย และประยุกต์ จาก Software ที่บริษัทฯ ใช้อยู่ เพื่อให้พนักงานเข้าใจ และสามารถประยุกต์ในการใช้งานจริงได้มากยิ่งขึ้น

4. วางแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

จะกล่าวถึงการนำข้อมูลจาก Software CRM มาประยุกต์เป็นแผนงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้อย่างไร

5. รักษาลูกค้า และ ดึงลูกค้าเก่าด้วย CRM

จะกล่าวถึง การนำ CRM มาช่วยในการรักษาฐานลูกค้าเดิม และพยายามดึงลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอีกได้อย่างไร

6. กลยุทธ์สร้างความประทับใจ จาก CRM สู่ CEM

กล่าวถึงแนวคิด CEM : Customer Experience Management วิทยากรจะมีภาพยนตร์ตัวอย่างจากหลากหลายธุรกิจ เพื่อเปิดความคิดผู้เข้าอบรมให้เข้าใจ และเห็นภาพ CEM อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ต่อไป





แนวทางการสัมมนา

ผมได้เน้นการสัมมนาโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ดังนั้นผมจึงได้ออกแบบการฝึกอบรมให้มีองค์ประกอบหลากหลายรูปแบบ ทั้งการนำอภิปราย การบรรยาย กรณีศึกษา บทบาทสมมติ การเปิดโอกาสให้ถามคำถาม และตลอดทั้งการฝึกอบรม จะมีเกมส์ กิจกรรม มาช่วยสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ สร้างการมีส่วนร่วม โต้ตอบกันอยู่ตลอดเวลา และที่สำคัญที่สุด คือการให้กำลังใจ สร้างแรงบันดาลใจ ให้เกิดความรู้สึกอยากเปลี่ยนแปลงพัฒนาตนเองสู่ความเป็นเลิศ

ผมจึงสามารถให้ความมั่นใจแก่ท่านได้ ว่าผู้เข้าอบรมจะเต็มเปี่ยมด้วยสาระ ความรู้ ความสนุกสนานต่อการเรียนรู้ รวมทั้งกำลังใจ แรงบันดาลใจที่วิทยากรได้สอดแทรกให้ตลอดการฝึกอบรม

ผลที่ได้ คือ..



- สร้างบรรยากาศ แห่งการเรียนรู้ มีความสนุกสนาน เป็นกันเอง กล้าแสดงความคิดเห็น กล้าแสดงออก
- สร้างทัศนคติเชิงบวกแก่ผู้เข้าอบรม
- กระตุ้นให้พนักงานตอบคำถาม และ แสดงความคิดเห็น
- สอดแทรกบทเรียนการทำงานเป็นทีม มีความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจ เพื่อไปให้ถึงเป้าหมาย
- สอดแทรกบทเรียนของการให้บริการ
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีของผู้เข้าอบรม





เกี่ยวกับวิทยากร..

อ.ไววิทย์ แสงอลังการ หรืออีกชื่อหนึ่งของผู้เข้าอบรมมักเรียกอย่างคุ้นเคยว่า **อ.ไวท์** เป็นหนึ่งในผู้มีพรสวรรค์ในการสรรค์สร้างการฝึกอบรม สัมมนา ให้เป็นเรื่องสนุก ให้ผู้เข้าอบรมเปี่ยมด้วยความสุข กำลังใจ แรงบันดาลใจ ซึ่งเป็นจุดกำเนิดแห่งการเรียนรู้ และพัฒนาตลอดชีวิต

อ.ไวท์ ได้หันมาเป็นวิทยากรอิสระ มีอาชีพ เมื่อ 4 ปีที่ผ่านมา และเป็นวิทยากรที่ทาสถิติ โดยได้ถูกรับเชิญให้ไปบรรยายกับองค์กรชั้นนำทั่วประเทศมาแล้วมากกว่า 400 บริษัทในรอบ 4 ปีที่ผ่านมา สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.MrWaiwit.com



- วิทยากรรับเชิญหลายสถาบัน
- MD บ. Service Professional
- อดีตผู้บริหาร บ. Federal Express (FedEx)
- อดีตผู้บริหาร บ. AIS
- อดีตผู้บริหาร บ. Chevalier
- อดีตวิศวกรควบคุมการสื่อสารดาวเทียม บมจ. ดาวเทียมไทยคม





คะแนนประเมินหลักสูตร

สรุปแบบประเมินผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร
 “CRM : สร้างสัมพันธ์ รากฐานสู่ความยั่งยืน รุ่นที่ 2”
 วันจันทร์ที่ 23 มิถุนายน 2551 ณ ห้องจูปีเตอร์ ชั้น 9 อาคารชินวัตร 3
 วิทยากร อาจารย์ไวยุทธ์ แสงอลังการ

ข้อมูลการประเมินผล	น้อย → มาก										รวม	คะแนนเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1 การประเมินผลเนื้อหาท่อก่อนการสัมมนา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1.1 ก่อนฟังการบรรยายท่านมีความรู้เรื่องนี้	3	2	7	6	10	4	2	2			156	4.33
2 การประเมินผลเนื้อหาหลังการสัมมนา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
2.1 หลังฟังการบรรยายท่านมีความรู้เพิ่มขึ้น				2	1	1	6	10	13	5	308	8.11
2.2 ท่านได้รับความเข้าใจ					2	2	3	12	13	6	316	8.32
2.3 เนื้อหาวิชาที่ได้รับสามารถนำไปใช้ได้						1	2	10	12	13	338	8.89
2.4 ท่านได้รับประโยชน์จากเอกสารประกอบ						5	7	12	10	4	305	8.03
2.5 ท่านได้รับประโยชน์จากการสัมมนา						1	2	7	17	11	339	8.92
2.6 ความเหมาะสมของระยะเวลาที่ใช้ในการสัมมนา	1			1	2	3	9	4	10	7	288	7.78
3 การประเมินผลวิทยากร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
3.1 การสร้างบรรยากาศในการสัมมนา							2	7	11	18	349	9.18
3.2 การยกตัวอย่างประกอบการบรรยาย					1		3	9	15	10	333	8.76
3.3 การกระตุ้นให้ผู้ฟังได้ใช้ความคิด						1	3	8	15	11	336	8.84
3.4 ภาษาและคำพูดที่ใช้ในการบรรยาย				1			1	11	12	13	338	8.89
3.5 การตอบคำถามชัดเจน						1	3	10	17	7	330	8.68
3.6 บรรยายได้ครบตามหัวข้อการสัมมนา						1	6	11	11	9	325	8.55
4 การประเมินการปฏิบัติงานของผู้จัดสัมมนา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4.1 การต้อนรับผู้เข้าสัมมนาของเจ้าหน้าที่						1	9	14	5	9	316	8.32
4.2 ความชัดเจนในการชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ					1		2	19	10	6	321	8.45
4.3 ความรวดเร็วในการให้บริการ						3	6	11	13	5	315	8.29
4.4 การให้ความช่วยเหลือผู้เข้ารับการสัมมนา						2	6	12	13	4	307	8.30
4.5 สถานที่และสภาพแวดล้อมในการสัมมนา						1	5	18	9	6	326	8.36
5 ในภาพรวมท่านพึงพอใจการสัมมนาครั้งนี้เพียงใด	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
- ในภาพรวมท่านพึงพอใจการสัมมนาครั้งนี้เพียงใด							1	11	12	9	293	8.88

หมายเหตุคะแนนเต็ม 10

