

การสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า



ผศ. อลิสา ฤทธิชัยฤกษ์





“ประสบการณ์ของลูกค้า” (CX: Customer Experience)



ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและลูกค้าของธุรกิจนั้น โดยจะรวมทุกปฏิสัมพันธ์ไม่ว่าจะสิ้นหรือแม้จะไม่ก่อให้เกิดการซื้อก็ตาม หรือ

Customer Relationship Management (CRM) คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตั้งแต่ตอนที่ลูกค้าเริ่มรู้จักเราซื้อสินค้า และบริการหลังการขาย เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เกิด relationship ที่ดี จนนำไปสู่ความ Loyalty ในที่สุด




“ประสบการณ์ของลูกค้าที่ดี”



ประสบการณ์ลูกค้าที่ดีจะทำให้ลูกค้าไม่ต้องลงแรงเพื่อบรรลุเป้าหมายในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

What makes a good customer experience?



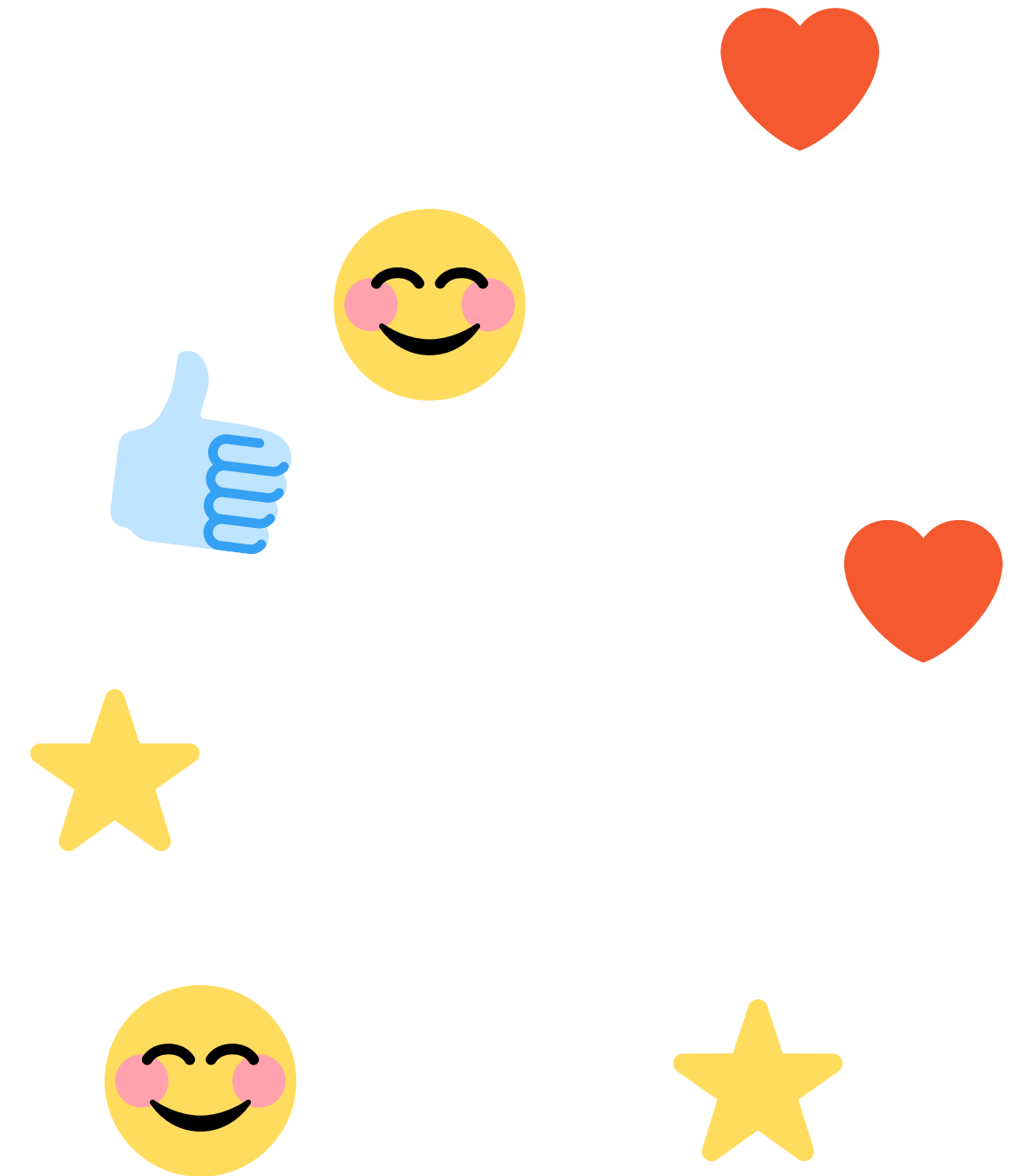
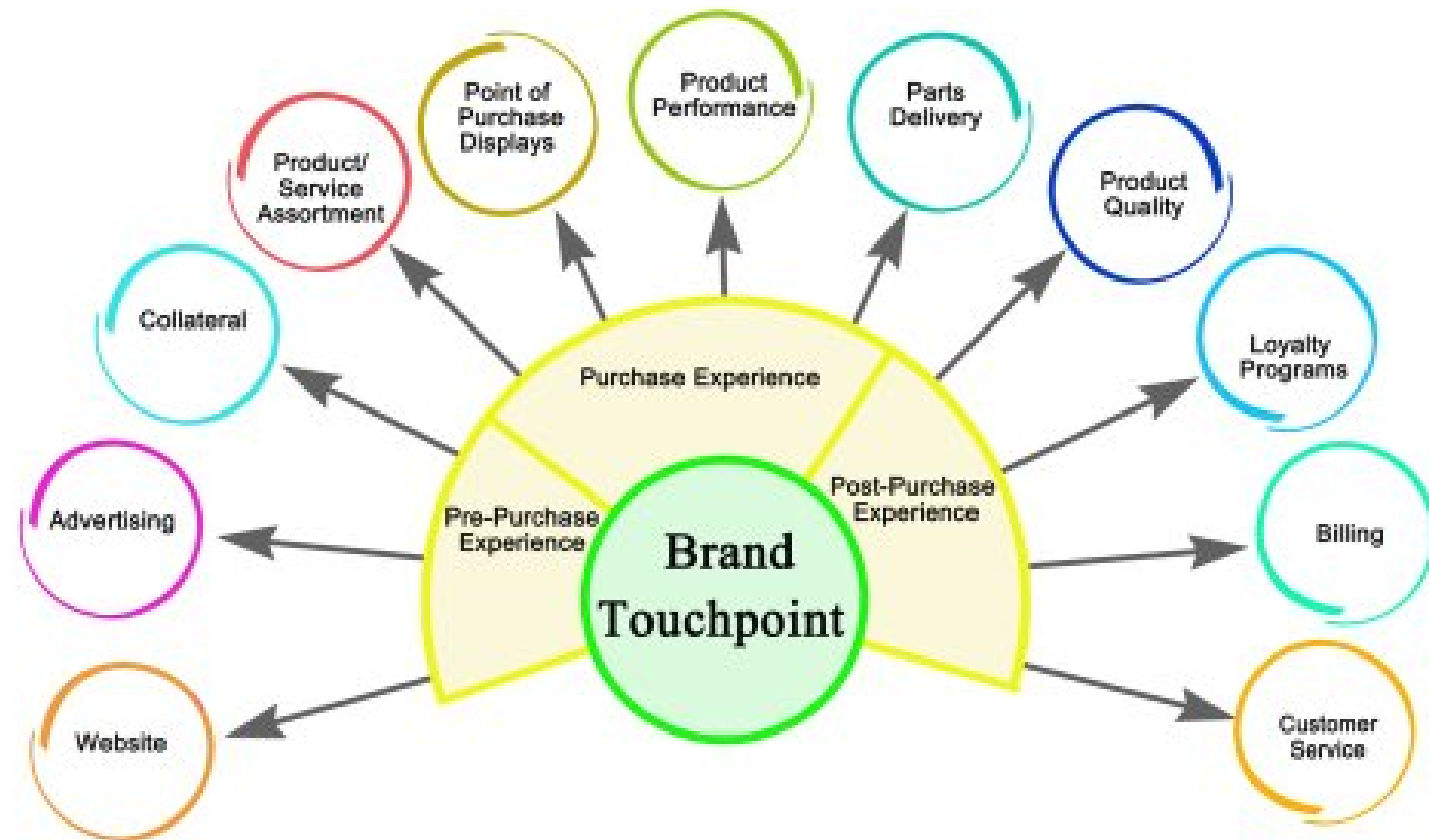
- 1 Easy-to-access self-help resources
- 2 Proactive messaging around known issues
- 3 Sales being transparent about pricing
- 4 Always-available customer support
- 5 Marketing setting realistic expectations



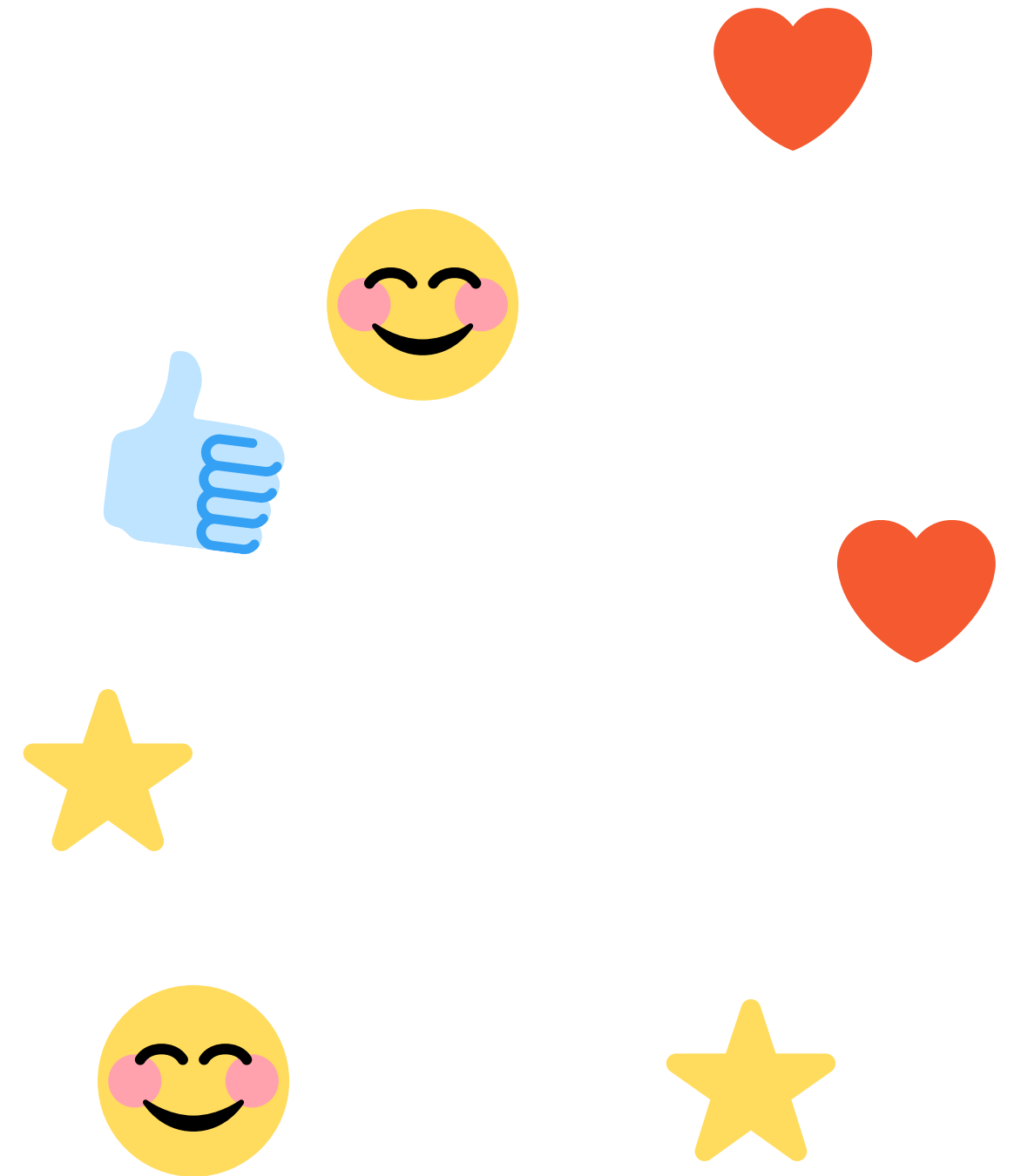
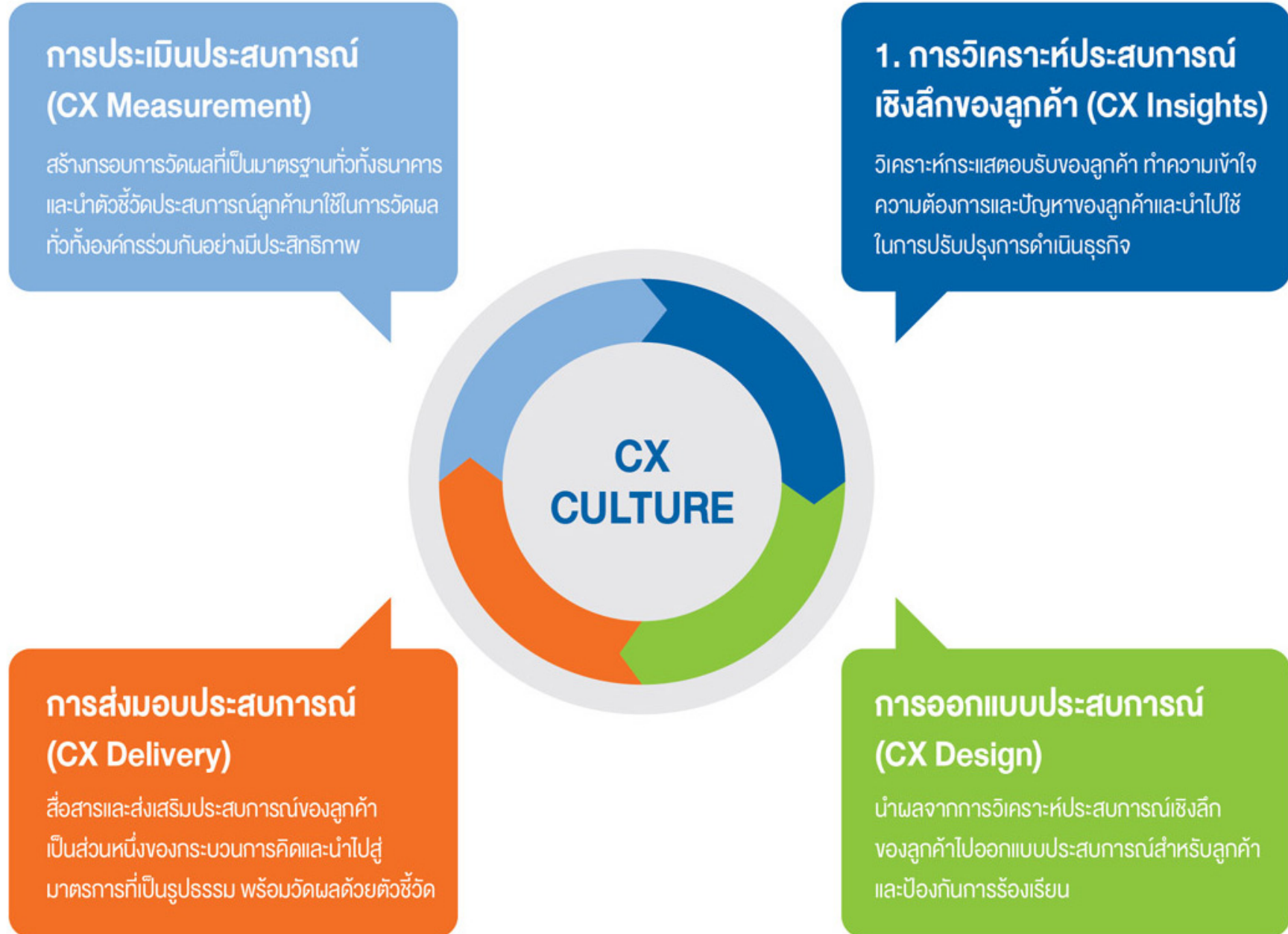
ความสำคัญของการประสบการณ์ลูกค้า

- ได้ฐานลูกค้าใหม่ ๆ
- รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ให้อยู่ในระยะยาว
- สร้างความพึงพอใจ และความรู้สึกดี ๆ กลับไปให้ลูกค้า
- สามารถเปลี่ยนลูกค้าธรรมดา ให้กลายเป็นลูกค้าภักดีได้ในอนาคต สร้าง Brand Loyalty ได้
- เกิดการบอกต่อถึงคุณภาพของสินค้าจากผู้ซื้อจริง

การบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management)



การบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management)



ขั้นตอนพื้นฐานการพัฒนา CUSTOMER EXPERIENCE มีดังนี้



ทำความเข้าใจพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย (Understand)

วางแผนการทำงานให้ชัดเจน (Identify)

วิธีการวัดผล (Measure)

- คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า CSAT
- คะแนนที่ลูกค้าจะแนะนำบริการหรือผลิตภัณฑ์ของคุณกับผู้อื่น NPS

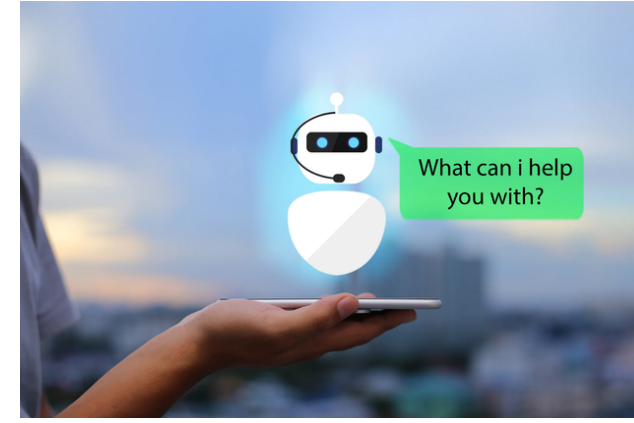
ดำเนินการ (Implement)

- Touch points
- Interaction
- Engagement





การพัฒนากลยุทธ์ประสบการณ์ลูกค้า



Personalize service



การสร้าง CUSTOMER EXPERIENCE ที่ดีตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำในธุรกิจ

วิเคราะห์พฤติกรรมและความคาดหวังของ
ลูกค้าเป้าหมาย

กำหนดวัตถุประสงค์ของการสร้าง
Customer Experience ให้ชัดเจน

เข้าใจเส้นทางการเดินของลูกค้าและเพิ่มช่อง
ทางการติดต่อ (Customer Journey)

เก็บ Insights ของลูกค้ามาพัฒนาทุกขั้นตอนให้ดีขึ้น

พัฒนาคุณภาพของพนักงานแต่ละฝ่าย

วัดผลการทำงานจากผลกำไรหรือยอดขาย
ที่เกิดขึ้น

