



การรับฟังเสียงลูกค้า

What is VoC?

- VoC is a process used to capture the requirements/feedback from the customer (internal or external customer) to provide the customers with the best in class service/product quality.

The Importance of VoC

- Identifying needs, want, intentions, and desires of customers
- Creating, Developing and Improving products/services to reach customers success.
- Enabling [data-driven decision making across your company.](#)
- Reaching **customer loyalty**

How do you measure customer loyalty?

- % of repeat customers / Months
- % of upselling /in a period of time

Questions before doing VoC

- What is your business?
- What is the main product/service which you want to offer to customers?
- Who are are your customer groups?



Former

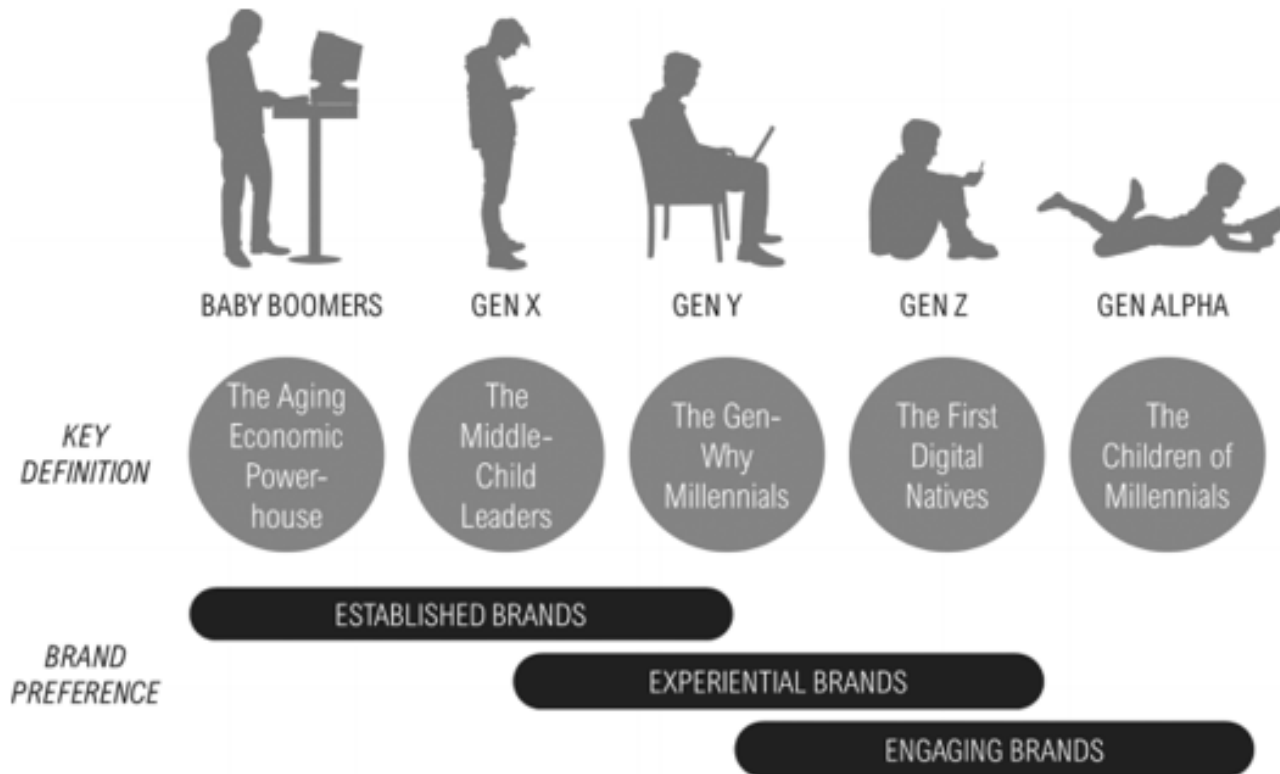


Existing



Future

Five generations of Customer



(Kotler et al, 2021, 22)

The Life Stages of the Five Generations

Fundamental	Forefront	Fostering	Final
Exploring and adopting to environment	Taking risks and pursuing dreams	Embracing parenthood and family life	Maintaining Health and social relationships
Learning and developing life skills	Making a living and building a career	Mentoring and leading people at work	Imparting wisdom to younger generations
Discovering personal identity	Developing committed romantic relationship	Contributing back to society	Enjoying life and staying happy
(Kotler et al, 2021, 28)			

Process of doing VoC



1. Define the target customers

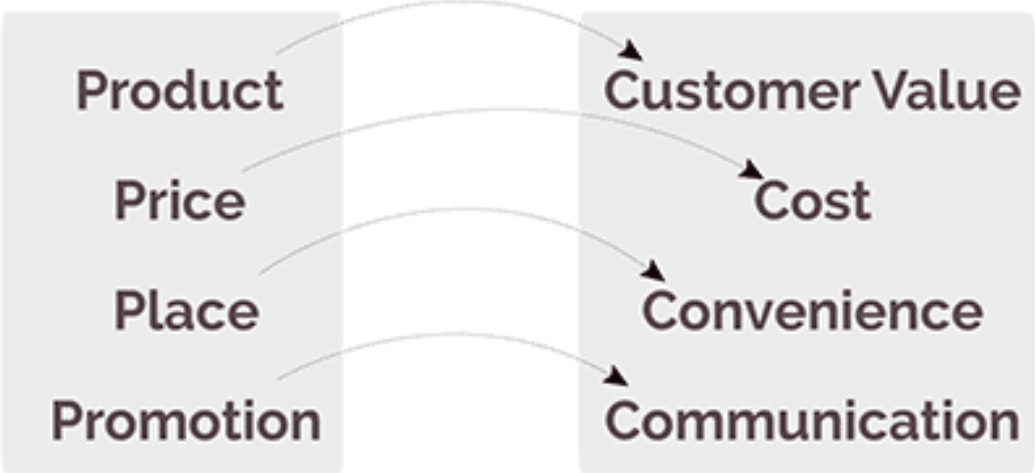


2. Find customer needs



3. Grouping by marketing mix

4Ps to 4Cs



VoC ในกรณี โควิด 19

ประชาชนพูด/บ่น/เรียกร้อง	ความถี่	เปลี่ยนเป็นคุณภาพที่ต้องการ
วัคซีนไม่มีคุณภาพ		
วัคซีนไม่พอ		
ต้องจ่ายค่าหัวคิวเพื่อรับวัคซีน		
ไม่มีเตียงรับผู้ป่วย		
เสียค่าใช้จ่ายสูงในกรณีเข้ารับบริการร.พ.เอกชน		
กลุ่มผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงทุกวัน		
กลัวติดโควิด		
ตงงานขาดรายได้		
ควบคุมพฤติกรรมเสี่ยงบางกลุ่มไม่ได้		
ไม่รู้จะเชื่อข่าวไหน จริง/ปลอม		

จากคุณภาพที่ต้องการ ให้เปลี่ยนเป็นตัววัดคุณภาพของ การบริหารจัดการ

คุณภาพที่ต้องการ	ตัววัดคุณภาพของการบริหารจัดการ KRI

Customers Need (left wall)




4 Cs	Voices	Weighing
Customer Value		
Cost		
Convenience		
Communication		
		1.00

Evaluating, Benchmarking and Planning (Right wall)

4 Cs	Voice Of Customer	Weigh	รอบ 3		รอบ 4		Target	Gap	Emergency Im.
			Rate	W*R	Rate	W*R			
	1.								
	2.								
	3.								
	4.								
	5.								
	6.								
	7.								
	8.								
	9.								
	10.								

Roof of the House

Base

VoC	Relation between VoC and KRI	KRIs	Baseline	Target
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.		Empty   		
7.		No Weak Middle Strong		
8.				

HoQ (VoC Covid-19)

Quality Questions

- Why – Why
- How-How

What next?

- Look at gap/gaps which you want to improve
- Design your newer and better process for improvement

Innovations for Covid - 19

- วัคซีน
- ยา
- ระยะห่างทางสังคม
- ระบบรักษาโรคเฉพาะ
- อสม.
- กู้ภัย
- ระบบกักตัว - เที่ยงนาโมเดล ไฮสเทล
- หน้ากากอนามัย
- กล้องรอดตาย
- ลงทะเบียนฉีดวัคซีน
- วัคซีนบูสเตอร์

Innovations for Covid - 19

นวัตกรรม	ตอบสนองเสียงของลูกค้า