



## บทที่ 5

การบริการอย่างมีคุณภาพ  
(Service Quality)

## วัตถุประสงค์ของการเรียน

- 1. เพื่อสามารถเข้าใจความหมายการบริการอย่างมีคุณภาพ
- 2. เพื่อสามารถบอกเกณฑ์และลักษณะที่ดีของการบริการอย่างมีคุณภาพ
- 3. เพื่อสามารถประยุกต์ใช้ในการบริการอย่างมีคุณภาพในชีวิตประจำวันได้

# ความสำเร็จในการบริการลูกค้า



- ผู้นำต้องเป็นแบบอย่าง
- พัฒนาอยู่ตลอดเวลา
- สร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี
- การสร้างวัฒนธรรมการบริการ



SERVQUAL ได้รับความนิยมนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์การต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการ เป้าหมายตามความต้องการในบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่ให้อริการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์การ นอกจากนี้ ยังสามารถประยุกต์ใช้ SERVQUAL สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการประสบผลสำเร็จ

# 5 มิติ คุณภาพบริการ

ที่ SMEs ต้องรู้



สแกน QR Code  
แจ้งความประสงค์ยื่นกู้

ข้อมูลจาก: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)

# การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality)

- การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality)

มิใช่เป็นการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้ลูกค้า แต่เป็นการส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจ เพราะว่าการส่งมอบบริการที่ดีที่สุด อาจต้องลงทุนสูง

- ในการหาคนทำงาน การอบรมพนักงาน การตกแต่งร้าน การซื้อเทคโนโลยีมาใช้ รวมทั้งลูกค้ามีหลายกลุ่ม หากเราให้บริการอย่างดีที่สุดแก่ลูกค้าที่มีเป้าหมายบริษัท อาจได้ผลเสีย เช่น ขาดทุน เพราะลูกค้าเป้าหมายอาจไม่ใช้บริการก็เป็นได้

# ตัวอย่างการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality)

- ตัวอย่าง เช่น ธุรกิจธนาคารตามสาขาต่าง ๆ หากลงทุนให้บริการลูกค้าอย่างดีที่สุด เช่น มีกาแฟสดขงให้ดื่ม มีห้องดูหนัง ฟังเพลง เล่นอินเทอร์เน็ต เน้นออนลูกค้าย่อมรู้สึกดี และบอกว่าบริการมีคุณภาพ แต่ความเป็นจริงทางธุรกิจ ธนาคารสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าแต่อาจไม่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจก็เป็นได้
- ดังนั้น การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ เราต้องหาสมดุลระหว่างความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย กับการลงทุนให้เจอ



# ความสำคัญของการบริการอย่างมีคุณภาพ

- การบริการอย่างมีคุณภาพ คือ การส่งมอบบริการ ตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย (และธุรกิจอยู่รอด) จากความหมายดังกล่าว
- สิ่งที่ต้องพิจารณาที่สำคัญอยู่ 3 เรื่องด้วยกัน คือ
  1. การส่งมอบบริการ
  2. ความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย
  3. ธุรกิจอยู่รอด





# สิ่งสำคัญของการบริการอย่างมีคุณภาพ



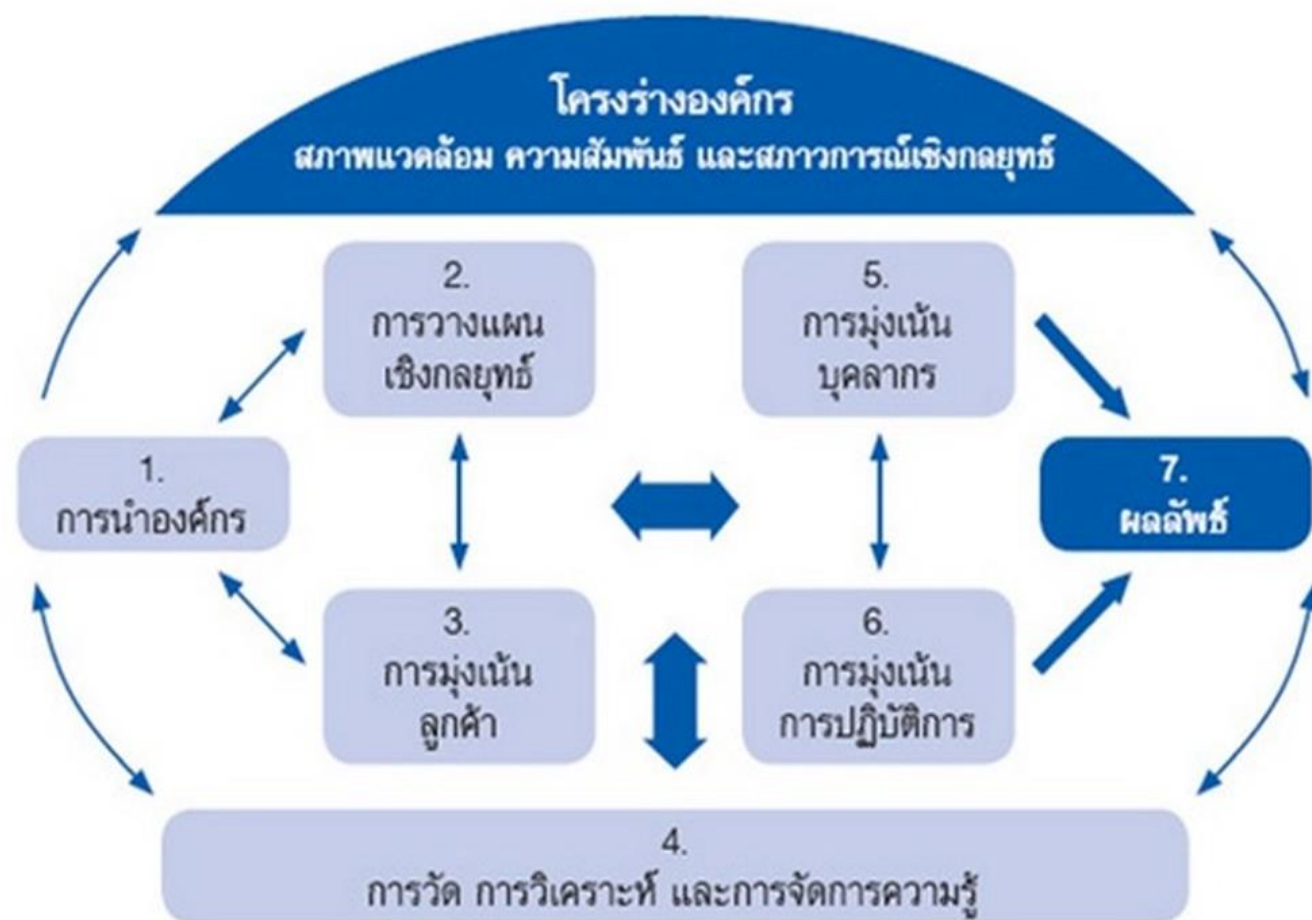
- การบริการอย่างมีคุณภาพ คือ **การส่งมอบบริการ**
- **การส่งมอบบริการ** เป็นการพิจารณาที่จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ว่าในการให้บริการลูกค้าของบริษัทเรามีจุดสัมผัสบริการอะไรบ้าง เช่น เคาน์เตอร์ชำระเงิน พนักงานขาย แผ่นพับ ป้ายประกาศ พนักงานตอบข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) เป็นต้น องค์กรต้องบริหารจุดสัมผัสบริการทุกจุดที่องค์กรมี ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่องค์กรต้องการส่งมอบให้แก่ลูกค้า

# สิ่งสำคัญของการบริการอย่างมีคุณภาพ

- การบริการอย่างมีคุณภาพ คือ ตามความต้องการของลูกค้า
- **ความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย** เป็นการกำหนดว่าลูกค้าที่เราให้บริการในธุรกิจนั้น ลูกค้ากลุ่มใดเป็นกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการของลูกค้าเป้าหมายคืออะไร ซึ่งตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA) ก็ให้ความสำคัญในการดำเนินการในเรื่อง”กำหนดลูกค้าเป้าหมาย” ในหมวด 3 หัวข้อ 3.1 ก (1) ว่าองค์กรมีวิธีการอย่างไรในการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด โดยให้คะแนนสูงถึง 50 คะแนน

เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ เพื่อองค์กรที่เป็นเลิศ: มุมมองในเชิงระบบ

THAILAND  
QUALITY  
AWARD



# สิ่งสำคัญของการบริการอย่างมีคุณภาพ

- การบริการอย่างมีคุณภาพ คือ การส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย (และธุรกิจอยู่รอด)
- ธุรกิจอยู่รอด คือการให้บริการมิใช่เราให้บริการตามใจลูกค้าไปเสียทุกอย่าง แต่ต้องออกแบบบริการที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกพอใจ และตอบ โจทย์ธุรกิจ คือ บริษัทมีกำไรหรืออยู่รอด

## 4 เทคนิค

บริหารงานอย่างไรให้ธุรกิจรอด!

### 1 ยอมรับความจริง

อย่าหลอกตัวเองว่าเรายังขายได้ แต่ก็อย่าท้อจนไม่สู้อะไรเลย



### 2 เตรียมเงินสดเอาไว้ให้พร้อม

ในภาวะที่กำลังซื้อจากผู้บริโภคหายไปจากตลาด ธุรกิจยังต้องดูแลสภาพคล่องของตัวเองอย่างใกล้ชิด

### 3 ลดค่าใช้จ่าย

พยายามลดค่าใช้จ่ายในส่วนที่ไม่จำเป็นและไม่ก่อให้เกิดรายได้ เพื่อรักษาสภาพคล่องหรือเงินสดเอาไว้ให้ได้มากที่สุด



### 4 หาวิธีเพิ่มรายได้ที่เหมาะสมกับสถานการณ์

ลองคิดนอกกรอบพิจารณาดูว่าธุรกิจของเราทำอะไรได้บ้าง อย่าให้คำว่าไม่เคยมาเป็นอุปสรรคในการคว้าโอกาส



## เกณฑ์ที่ช่วยในการออกแบบบริการ

- ในการสร้างบริการอย่างมีคุณภาพ มีเกณฑ์ที่ช่วยในการออกแบบบริการ ดังนี้
- 1. ความถูกต้อง (Accuracy)
- 2. เวลา (Time)
- 3. สม่ำเสมอ (Consistency)

# 1. ความถูกต้อง (Accuracy)

- ความถูกต้องในงานบริการมิใช่ความถูกต้องตามหลักเหตุผลเท่านั้น แต่ต้องเป็นความถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า
- ตัวอย่าง เช่น ลูกค้าโทรเข้ามาสอบถามที่คอลล์เซ็นเตอร์ว่ามีปัญหาอยู่ หากพนักงานคอลล์เซ็นเตอร์ไม่เข้าใจปัญหาของลูกค้าไม่จับประเด็นปัญหา ไปใช้วิธีเสนอรายละเอียดอื่น ๆ ในสิ่งที่ลูกค้าไม่ต้องการ ก็ยิ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ดีหรืออารมณ์เสียขึ้นไปอีก
- ในการให้บริการลูกค้า ไม่ว่าจะจะเป็นธุรกิจบริการในรูปแบบใดๆ บริษัทและพนักงานต้องคำนึงถึงเรื่องความถูกต้องหรือถูกเรื่องตามที่ลูกค้าพูดถึงหรือตามที่ลูกค้าต้องการ
- ดังนั้นในหัวข้อนี้**ผู้ที่สำคัญที่สุด การให้บริการที่จะเกิดความถูกต้องได้ปัจจัยที่สำคัญที่สุดก็คือพนักงานนั่นเอง** พนักงานจะเป็นผู้ตอบ โจทย์ลูกค้า แม้ลูกค้ายังมีได้พูดอะไรมาก หากพนักงานที่เก่งมีความสามารถก็สามารถให้บริการที่ถูกต้องถูกเรื่องตรงตามใจลูกค้าได้ แนวทางที่ช่วยในการให้บริการลูกค้าอย่างถูกต้อง มีดังนี้

## ตัวอย่างความถูกต้องในงานบริการ

- ตั้งใจฟังข้อมูลหรือคำถามของลูกค้า เราจะได้ทราบถึงหัวข้อหลัก ๆ ที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงได้รับรู้ถึงอารมณ์ ความรู้สึกของลูกค้าว่าเป็นอย่างไร เช่น โกรธ อารมณ์ดี อยากรู้อยากเห็น ต้องการซื้ออย่างเร่งด่วน
- – ทวนความต้องการหรือถามกลับไปยังลูกค้า เพื่อสร้างความชัดเจนในเรื่องที่ลูกค้าสอบถาม และเป็นการยืนยันว่า พนักงานกับลูกค้าเข้าใจตรงกัน
- – ให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของลูกค้า
- ในงานบริการอย่างเช่น คอลล์เซ็นเตอร์ เรื่องนี้จะเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะหากให้คำตอบแก่ลูกค้าไม่ตรงประเด็นแล้วอาจส่งผลให้เกิดปัญหาทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ดี รวมทั้งการทำงานภายในบริษัทอาจต้องเกิดความวุ่นวายในการแก้ไขงาน (Rework) ด้วย

## 2. เวลา (Time)



เวลาการให้บริการของลูกค้ามีเวลาใน 2 ลักษณะ คือ

- **2.1 เวลาให้บริการ** คือเวลาที่บริษัทใช้ในการให้บริการลูกค้าแต่ละราย ซึ่งนิยมเรียกว่า SLA (Service Level Agreement) เป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่ลูกค้าจะบอกว่าบริการของเราดีหรือไม่ดี
- เช่น ลูกค้านำรถยนต์มาซ่อมศูนย์ซ่อม ศูนย์ซ่อมสามารถแจ้งลูกค้าได้ทันทีว่าใช้เวลาซ่อม 1 ชั่วโมง

หรือในกรณีที่คุณจะไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล โรงพยาบาลสามารถแจ้งลูกค้าได้ว่าตลอดวงจรบริการตั้งแต่ลงทะเบียน วัดความดัน พบแพทย์ จ่ายเงิน รับประทานยา ใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง





## 2. เวลา (Time)



เวลาการให้บริการของลูกค้ามีเวลาใน 2 ลักษณะ คือ

- **2.2 เวลารอคอย** คือ เวลาที่ลูกค้าใช้ในการรอรับบริการ ซึ่งส่วนใหญ่ในงานบริการลูกค้าไม่ชอบการรอคอยใด ๆ แต่ด้วยข้อจำกัดในการลงทุนทางธุรกิจ บริษัทไม่สามารถลงทุนอย่างสูงเพื่อลดการรอคอยของลูกค้า วิธีที่นิยมปฏิบัติกันก็คือ ทำให้ลูกค้ารู้สึกดี รู้สึกผ่อนคลาย ขณะรอคอย ยกตัวอย่างเช่น เคาน์เตอร์สาขาของธนาคาร หากเป็นวันสิ้นเดือนจะมีการใช้บริการที่สาขาหนาแน่นมาก จนทำให้เกิดคิวในการรอคอยสูง บางแห่งสูงมากกว่า 30 คิว แน่นจนลูกค้าต้องรอมากกว่า 1 ชั่วโมง
- หากธนาคารจะลงทุนเพิ่มจำนวนเคาน์เตอร์ อีก 5 ช่องก็จะเป็นต้นทุนที่ต้องเสียทั้งการตกแต่งสถานที่ การจ้างคนเพิ่ม ธนาคารก็นิยมใช้วิธีทำให้ลูกค้ารู้สึกดี ผ่อนคลาย ๆ ไม่หงุดหงิดขณะรอคอยโดยการติดทีวีให้ลูกค้าดู มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารให้อ่าน มีน้ำให้ทาน ส่วนจะให้บริการอะไรเพิ่มเติมเพื่อสร้างความประทับใจที่แตกต่างให้กับลูกค้า ขึ้นอยู่กับการหาความคิดแปลก ๆ ใหม่ ๆ ของแต่ละธนาคาร

-

### 3. สม่ำเสมอ (Consistency)

- สม่ำเสมอเป็นการให้บริการที่มีมาตรฐานและรักษาระดับมาตรฐานตลอดเวลา เมื่อลูกค้ามาใช้บริการวันไหน เวลาใด ที่ไหน บริษัทเราก็ยังให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน เพราะลูกค้าต้องการความสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา เราต้องการให้ลูกค้านี้ภาพรูปแบบการบริการของเราได้ทันทีว่าเป็นอย่างไร มีมาตรฐานในการให้บริการเหมือนกันทุก ๆ ครั้ง
- มิใช่มาวันนี้ตอบอย่างหนึ่ง แต่พรุ่งนี้ตอบอีกอย่างหนึ่ง ทั้งที่เป็นคนคนเดียวกัน หรือต่างคนก็ตาม หากบริษัทใดให้บริการที่ไม่สม่ำเสมอ ลูกค้าจะนึกถึงภาพที่ไม่แน่นอนในบริการ แล้วแต่จังหวะกับชะตา ดังภาพเปรียบเทียบการให้บริการที่สม่ำเสมอและไม่แน่นอน
- จากภาพบริษัทที่มีมาตรฐานการให้บริการ จะทำการสร้างมาตรฐานบริการและรักษาระดับบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการตามมาตรฐานทุกครั้ง ทุกที่ ทุกเวลา เมื่อความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลง บริษัทก็ทำการยกระดับมาตรฐานให้สูงขึ้นไปอีก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และเป็นการต่อยอดการบริการทำให้คู่แข่งตามมาได้ยากขึ้นไปอีก

# การสร้างมาตรฐานการบริการ (Service Standard)

การให้คำปรึกษาแนะนำหัวข้อ

## SERVICE STANDARD

การสร้างมาตรฐานการบริการ



Impression  
Consultant

## มาตรฐานการบริการ

- สิ่งจำเป็นที่ทำให้องค์กร มีการให้บริการที่เป็นมาตรฐานดัง เช่นองค์กรชั้นนำในสากล นั่นคือ มาตรฐานบริการ
- มาตรฐานการบริการ เป็นการจัดทำเพื่อออกแบบสิ่งที่เจ้าหน้าที่ในองค์กร และระบบงานในองค์กร ควรจะปฏิบัติให้บริการลูกค้า
- เพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้า ที่เป็นแนวทางขององค์กร สะท้อนถึงแบรนด์องค์กร รวมทั้งพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติต่อลูกค้า

# มาตรฐานการบริการ

โดยมาตรฐานบริการ ประกอบด้วย

- พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint)
- พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline)
- การแต่งกาย บุคลิกภาพ ภาษาท่าทาง (Service Protocol)
- การรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (Service Recovery Plan)

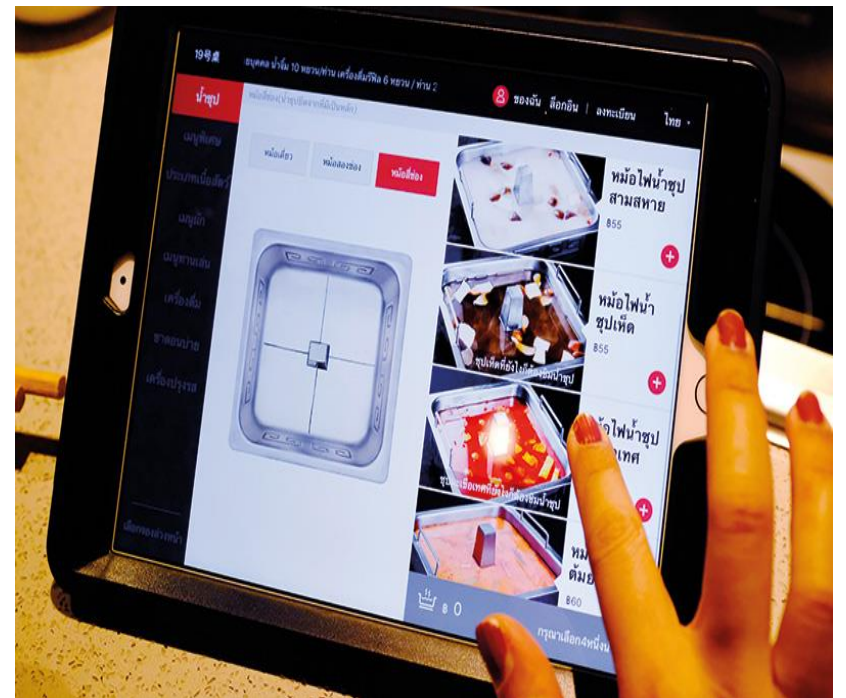
## พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint)

- พิมพ์เขียวบริการกับการปรับปรุงคุณภาพ
- ทุกวันนี้ คงปฏิเสธไม่ได้ว่า งานบริการถือเป็นหนึ่งในหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจ บริการที่ดีและมีคุณภาพเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เป็นอย่างดี หลายองค์กรหากกลยุทธ์ต่างๆ ในการสร้างงานบริการที่น่าสนใจ แปลกใหม่ เพื่อดึงดูดลูกค้า แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าความได้เปรียบที่เกิดขึ้นในวันนี้จะคงอยู่กับเราตลอดไป หากเราหยุดคิดที่จะปรับปรุงหรือพัฒนา ก็มีโอกาที่จะถูกคู่แข่งแซงได้ไม่ยาก ดังนั้นการปรับปรุงและพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์ จึงถือเป็นสิ่งที่องค์กรภาคบริการยังคงต้องทำอย่างต่อเนื่อง

## หากพิจารณาปัญหาของร้านอาหารนี้ จะเห็นว่าปัญหาส่วนใหญ่ เกิดจากการให้บริการของพนักงานเสิร์ฟ

- นอกเหนือจากรูปแบบการบริการที่หลากหลาย และน่าสนใจแล้ว การให้ความสำคัญในการคัดเลือกบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีบุคลิกภาพดี มนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ ก็ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอยู่ไม่น้อย
- แต่สิ่งที่มีความสำคัญมากกว่าก็คือ ความเข้าใจในกระบวนการทำงานอย่างแท้จริง และความเชื่อมโยงของกระบวนการทำงานทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการให้บริการลูกค้า และกระบวนการภายใน ที่เป็นงานสนับสนุน และมีส่วนส่งเสริมให้บริการที่ส่งถึงลูกค้าดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

- หากพิจารณาปัญหาของร้านอาหารนี้ อาจจะเห็นว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการให้บริการของพนักงานเสิร์ฟ และพนักงานเสิร์ฟ ก็มักจะเป็นผู้ที่ได้รับคำตำหนิ หรือคำร้องเรียนจากลูกค้าโดยตรง แต่ในความเป็นจริงแล้ว การทำงานของร้านอาหารไม่ได้มีแต่เฉพาะการให้บริการที่หน้าร้านเพียงอย่างเดียว แต่ยังคงมีการทำงานในส่วนที่ลูกค้ามองไม่เห็นอย่างเช่นในห้องครัว หรือส่วนที่เตรียมวัตถุดิบ ซึ่งหากไม่จัดระบบให้ดี และขาดการสื่อสารถึงกันอย่างมีประสิทธิภาพ ก็อาจจะเป็นสาเหตุทำให้เกิดปัญหากับการให้บริการลูกค้าที่หน้าร้านได้





- การทำความเข้าใจในภาพรวมของกระบวนการทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังของการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม เพราะการที่จะทำให้งานที่อยู่เบื้องหน้าส่งต่อบริการถึงลูกค้าได้อย่างประทับใจนั้น นอกเหนือจากการจัดระบบการให้บริการอย่างเหมาะสมแล้ว อีกส่วนหนึ่งก็มาจากกระบวนการสนับสนุนที่อยู่เบื้องหลังด้วยเช่นกัน ดังนั้น
- หากเรามีแนวคิดที่จะออกแบบงานบริการขึ้นมาสักหนึ่งงาน ก็ควรที่จะสามารถมองเห็นงานในภาพรวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น เพื่อเป็นการวางแผนกระบวนการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด



1 ลูกค้าที่ใช้เลย

2 ลูกค้าที่ซื้อบ่อย... แต่ซื้อทุกวัน

3 ลูกค้าที่กล้าคอมเพลน

5 ลูกค้าถนัดกดสั่ง

4 ลูกค้าซื้อฝาก

- **พิมพ์เขียวบริการ หรือ Service Blueprinting** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เพื่อให้มองเห็นถึงภาพรวมของงานทั้งหมด โดยจะแสดงในรูปแบบของแผนผังกระบวนการที่ระบุถึงขั้นตอนของการทำงานทั้งจุดที่มีการติดต่อกับลูกค้า และกระบวนการสนับสนุนภายใน รวมถึงองค์ประกอบทางกายภาพที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังมองเห็นถึงบทบาทของลูกค้าและพนักงานในแต่ละส่วนด้วย ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการออกแบบบริการใหม่ หรือทำให้เห็นจุดบกพร่องของงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน และนำไปสู่การวางแผนการทำงานอย่างเหมาะสม รวมถึงการหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขปัญหา

## ในส่วนของพนักงานจะแบ่งออกเป็นส่วนที่อยู่เบื้องหน้า ส่วนที่อยู่เบื้องหลัง และส่วนสนับสนุน

- จะเริ่มต้นเขียนพิมพ์เขียวบริการอย่างไร
- ก่อนอื่นก็ต้องเริ่มจากการเขียนกิจกรรมต่างๆ ออกมาก่อน จากนั้นจึงจัดกลุ่มกิจกรรม โดยแยกว่ากิจกรรมส่วนใดเป็นของลูกค้า กิจกรรมส่วนใดเป็นของพนักงาน
- โดยในส่วนของพนักงานนั้นจะแบ่งออกเป็นส่วนที่อยู่เบื้องหน้า ส่วนที่อยู่เบื้องหลัง และส่วนสนับสนุน ซึ่งกิจกรรมแต่ละส่วนจะถูกแบ่งด้วยเส้น 3 เส้น นั่นคือ

- **เส้นการติดต่อของลูกค้า**

- เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของลูกค้ากับกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหน้า

- **เส้นสายตา**

- เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหน้ากับกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหลัง

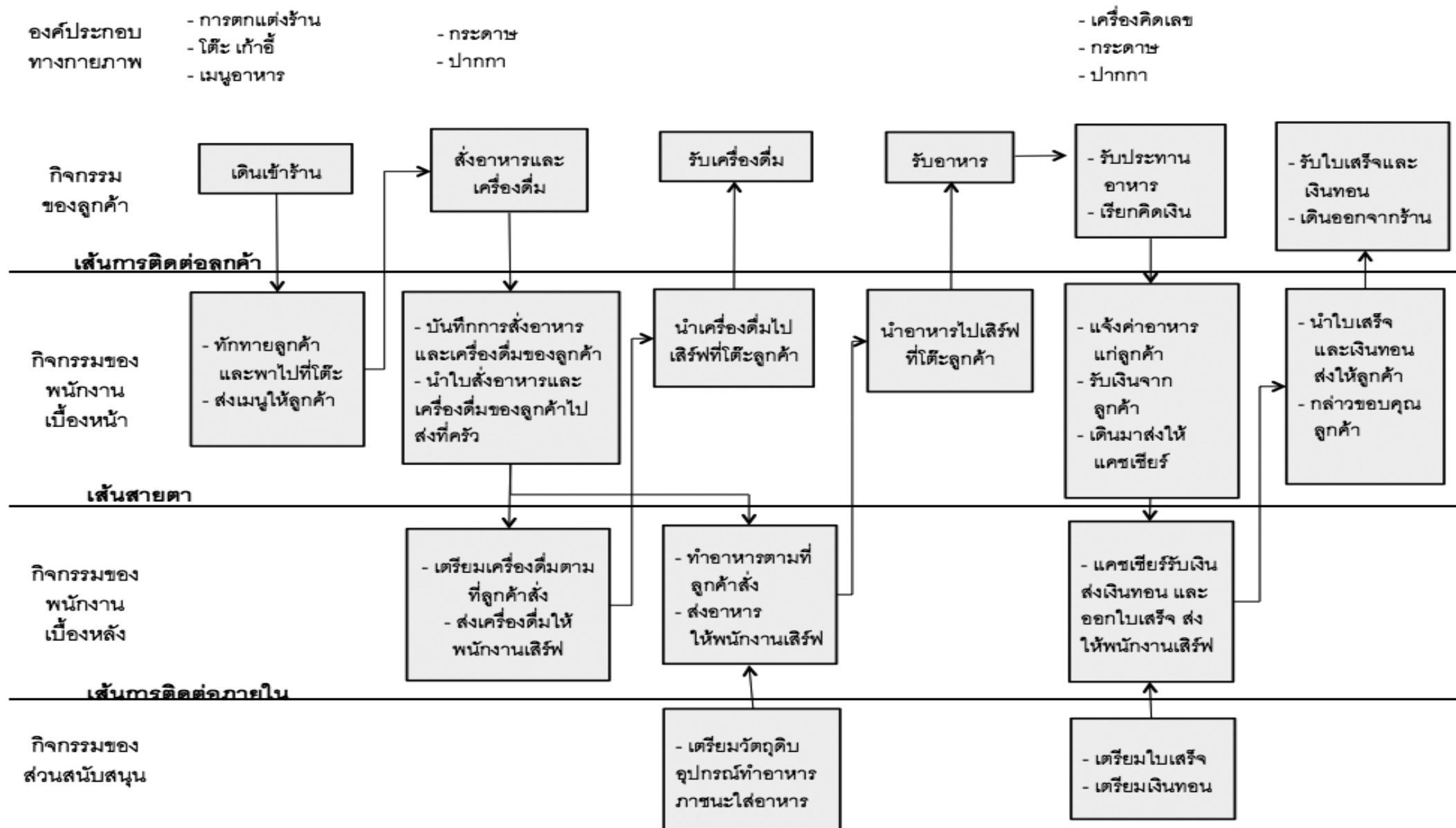
- **เส้นการติดต่อภายใน**

- เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหลังกับกิจกรรมของพนักงานในส่วนสนับสนุน

พิมพ์เขียวบริการยังมีส่วนของการระบุองค์ประกอบทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมแต่ละส่วนไว้ด้านบนอีกด้วย ซึ่งส่วนประกอบของพิมพ์เขียวบริการดังแสดงในตารางที่ 1

องค์ประกอบทางกายภาพ	กิจกรรมของลูกค้า	กิจกรรมของพนักงาน		
		กิจกรรมเบื้องหน้า	กิจกรรมเบื้องหลัง	กิจกรรมสนับสนุน
องค์ประกอบทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับงานนั้นๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์	กิจกรรมของลูกค้า เช่น การติดต่อ การกรอรับ บัตรคิวของธนาคาร	กิจกรรมของพนักงานในส่วนที่ลูกค้ามองเห็นได้ เช่น การรับความต้องการ การส่งมอบสินค้า	กิจกรรมของพนักงานในส่วนที่ลูกค้ามองไม่เห็น เช่น การเตรียมเอกสารต่างๆ ให้ลูกค้าตามนัด	กิจกรรมของหน่วยงานอื่นที่สนับสนุนให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถทำงานเบื้องหลังให้กับลูกค้าได้ เช่น การที่จะเตรียมเอกสารให้ลูกค้าได้ตามนัดจะต้องติดต่อหน่วยงานอื่นก่อนเพื่อขอข้อมูลสนับสนุน
	เส้นการติดต่อของลูกค้า	เส้นสายตา	เส้นการติดต่อภายใน	

# ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่างของพิมพ์เขียวบริการของร้านอาหารแห่งหนึ่ง



- จากตัวอย่างในภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่าเมื่อนำกระบวนการทั้งหมดของร้านอาหารมาเขียนในรูปแบบของพิมพ์เขียวบริการ ทำให้มองเห็นถึงกิจกรรมในภาพรวม หากพิจารณาปัญหาของร้านอาหารที่เกิดจากการให้บริการลูกค้าช้า เสิร์ฟอาหารผิดโต๊ะ ทำอาหารให้ลูกค้าผิดเมนู ที่เกิดขึ้นในส่วนของกิจกรรมที่อยู่เบื้องหน้านั้น
- สาเหตุส่วนหนึ่งอาจจะเกิดจากการสื่อสารที่ผิดพลาดกับส่วนงานที่อยู่ในกิจกรรมเบื้องหลัง ซึ่งการแก้ปัญหาจำเป็นต้องมองถึงกระบวนการที่มีการเชื่อมต่อกันนี้ด้วย จึงจะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาและปรับปรุงกระบวนการได้อย่างเป็นระบบ
- การจัดทำพิมพ์เขียวบริการจึงถือเป็นจุดเริ่มต้นหนึ่งของการมองหาจุดปรับปรุง โดยเลือกส่วนที่เป็นปัญหา และพิจารณาร่วมกับส่วนที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน เพื่อนำไปวิเคราะห์ในเชิงลึก ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนปรับปรุงพัฒนาให้งานบริการที่ส่งถึงลูกค้า เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด



## ตัวอย่าง youtube

- <https://www.youtube.com/watch?v=Lu4Qc6QUotA>
- อ้างอิง
- <https://www.impressionconsult.com/i/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%84%E0%B8%B8%E0%B8%93%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E/>

## พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline)

- การมีจิตใจในการให้บริการที่ดี” หรือคำว่า Service Mind อยู่เป็นประจำ หลายคนก็เข้าใจดี หลายคนก็ ยังคงงุนงงสงสัยว่าที่จริงแล้ว หนังสือหลายเล่มพบว่าได้ให้ความหมายของคำว่า การมีจิตใจในการให้บริการที่ดี หรือคำว่า “Service Mind” ในลักษณะที่ใกล้เคียงกันว่า การที่จะทำให้คนมีจิตใจในการให้บริการต้องนำเอาคำว่า “Service” มาเป็นปรัชญา

## □ Service

- โดยแยกอักษรของ คำว่า “Service” ออกเป็นความหมายดังนี้
- **S = Smile** (อ่านว่า สม่้าย) แปลว่า ยิ้มแย้ม
- **E = enthusiasm** (อ่านว่า เอ่นทุ๊ซึแอ่สซึ่ม) แปลว่า ความกระตือรือร้น
- **R = rapidness** (อ่านว่า เร็ปปีดเนส) แปลว่า ความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ
- **V = value** (อ่านว่า ว้าลลู่) แปลว่า มีคุณค่า
- **I = impression** (อ่านว่า อิมเพร็สเซน) แปลว่า ความประทับใจ
- **C = courtesy** (อ่านว่า เค้อติซึ) แปลว่า มีความสุภาพอ่อนโยน
- **E = endurance** (อ่านว่า เอนคู้เรน) แปลว่า ความอดทน เก็บอารมณ์



W: 6.5 cm [2.5"] x H: 6.5 cm [2.5"]



## “Mind”

- สำหรับคำว่า “ก็ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้
- M = make believe (อ่านว่า เมค บีลีฟ) แปลว่า มีความเชื่อ
- I = insist (อ่านว่า อินซีส) แปลว่า ยืนยัน/ยอมรับ
- N = necessitate (อ่านว่า เนอะเซ็สเซอะเตท) แปลว่า การให้ความสำคัญ
- D = devote (อ่านว่า ดีโไว้ต) แปลว่า อุทิศตน

- คำว่า “Service” แปลว่า การบริการ
- คำว่า “Mind” แปลว่า “จิตใจ”
- รวมคำแล้วแปลว่า “มี จิตใจในการให้บริการ”
- สรุปได้ว่าการบริหารที่ดี ผู้ให้บริการต้องมีจิตใจในการให้บริการ คือ ต้องมีจิตใจหรือ มีใจรัก มีความเต็มใจในการบริการ การทำงานโดยมีใจรักจะแสดงออกมาทางกาย โดยการทำงานด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอารมณ์รื่นเริง และควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ไม่ขึ้นเสียงกับประชาชนหรือผู้มารับบริการ คำว่า Service Mind มีความหมายทางกว้าง อาจหมายถึง การบริการที่ดี แก่ลูกค้า หรือการทำให้ลูกค้า ได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์ อย่างเต็มที่ ดังนั้น การให้บริการอย่างดีนั้น มักจะได้รับความสำคัญกับ แนวทางในการให้บริการสองแนวทาง

## “Service Mind”

- คำว่า Service Mind มีความหมายทางกว้าง อาจหมายถึง การบริการที่ดี แก่ลูกค้า หรือการทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์ อย่างเต็มที่ ดังนั้น การให้บริการอย่างดีนั้นมักจะได้รับความสำคัญกับ แนวทางในการ ให้บริการสองแนวทาง

- **ประการแรก คือ ลูกค้าเป็นผู้ถูกเสมอ** หรือเห็นว่าลูกค้าต้องได้รับการ เอาอกเอาใจถือว่าถูกต้อง และเป็นหนึ่งเสมอ หากต้องการให้บริการที่ดีต้องให้ความสะดวก ใช้งานง่ายเพราะ ให้คำแนะนำด้วยการยกย่องลูกค้าตลอดเวลา ประการที่สอง คือ ต้องให้เกียรติลูกค้า ต้องไม่เป็นการบังคับขู่เข็ญให้ ลูกค้า มีความพึงพอใจ เกิดความเชื่อถือจากพฤติกรรมของเราผู้ให้บริการ แล้วกลับมาใช้บริการ ของเร่อีก การ บริการที่ดีและมุ่งไปสู่ความเป็นเลิศ ถือว่า ลูกค้าเป็นคน พิเศษ

## การมีหัวใจบริการ (Service Mind)



- **หัวใจบริการ** หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุน การเร่งรัดการทำงานตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการคนอื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับด้วยไมตรีจิตที่ดีต่อผู้อื่น ต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการ การที่บุคคลมีหัวใจบริการ ดังกล่าวข้างต้น ช่วยให้เกิดผลดีต่อคนอื่น ต่อตนเอง และต่องานที่ทำ ที่ว่าเกิดผลดีต่อคนอื่นในการให้บริการ คือ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ผู้รับบริการทุกคนมีความต้องการตรงกันในการติดต่อรับบริการไม่ว่าจะเป็นของ ราชการหรือเอกชน คือ ต้องการความรวดเร็ว ยิ่งภาวะการแข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของทุกฝ่าย ดังนั้น การให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็น ที่ประทับใจ เพราะจะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่า ในช่วงเวลาสั้น ๆ สามารถทำงานได้หลาย



ส่วนที่ว่าจะเกิดผลดีต่อตนเอง ซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการจะได้รับผลจากการให้บริการ ด้วยการมีหัวใจบริการ คือ

- 1. ความสำเร็จของงาน
- 2. เกิดภาพสะท้อนที่ดีต่อบุคคลและองค์กร
- 3. มีกำลังใจ
- 4. สร้างงานต่อ



# 1. ความสำเร็จของงาน

- ความสำเร็จของงาน เมื่อผู้ให้บริการทำงานด้วยความรวดเร็ว และด้วยความเต็มใจงานที่รับผิดชอบจะสำเร็จได้ รวดเร็ว ทำให้งานไม่คั่งค้าง และยังส่งผลให้ผู้มาติดต่อพึงพอใจที่เห็นความกระตือรือร้น ผู้ให้บริการจะไม่ละทิ้งหรือ หลงลืมงานได้ เมื่องานไม่คั่งค้าง สุขภาพจิตในการทำงานก็ดีด้วย

## 2. เกิดภาพสะท้อนที่ดีต่อบุคคลและองค์กร

- เกิดภาพสะท้อนที่ดีต่อบุคคลและองค์กร ที่เรียกว่า ภาพลักษณ์ การให้บริการที่ดีจะสะท้อนเป็นภาพความสำเร็จ ความพึงพอใจ ผู้มาใช้บริการจะบอกต่อขยายออกไปอย่างน้อย 5 เท่า หรือบอกต่อถึงความประทับใจ ต่อคนอื่นอีก 5 คน แต่ถ้าไม่ประทับใจ ก็จะบอกความไม่ดีออกไปอีก 10 เท่า หรือ 10 คน เพราะธรรมชาติของคนจะชอบพูดเรื่องไม่ดีของคนอื่นเป็นส่วนใหญ่

### 3. มีกำลังใจ

- มีกำลังใจ เนื่องจากให้บริการที่ดี จะได้ภาพสะท้อนที่ดี ทำให้เกิดบรรยากาศที่ดี น้ำเสียงหรือการพูดจาจะเป็นไป ด้วยบรรยากาศที่ดี ไม่มีการต่อว่า หรือใช้ถ้อยคำที่รุนแรง อันก่อให้เกิดผลกระทบตามมาในสิ่งที่ไม่ดี 4. คิดสร้างงานต่อ เป็นไปตามหลักผลการทำดี ทำให้ผู้ปฏิบัติมีกำลังใจทำงานมากขึ้น เกิดขวัญกำลังใจดี ทำงาน ได้มากและมีคุณภาพ ผลตอบแทนจะมากตามไปด้วย ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ คิดสร้างงานต่อไป ซึ่งจะเกิด ผลดีต่อตนเอง

## สำหรับผลที่เกิดต่องานในการให้บริการที่ดี คือ

- 1. งานเป็นที่พึงพอใจ เพราะมาจากความตั้งใจของผู้ให้บริการ งานจึงมีคุณภาพ จะเป็นการเพิ่มคุณค่าของงาน
- 2. งานเกิดการพัฒนาต่อ เพราะมีผู้สนใจนำไปใช้ เนื่องจากผลงานที่บุคคลพึงพอใจเป็นเพียงส่วนหนึ่ง และอีกส่วน หนึ่งคือการให้บริการที่ดี จะได้รับความพึงพอใจมากมาย กล่าวง่าย ๆ ก็คือ ลูกค้าซื้อการบริการครั้งหนึ่งและ คุณภาพอีกครั้งหนึ่ง

- **3. งานช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ** เพราะความสำเร็จ ความก้าวหน้าขององค์กรขึ้นอยู่กับผลผลิตหรือผลงาน เมื่อผลผลิตได้รับการยอมรับ จะมีลูกค้าบอกต่อ และขยายการใช้บริการต่อ ทำให้งานสำเร็จและมีความประทับใจ จากการให้บริการ จะทวีความนิยมอย่างต่อเนื่อง องค์กรจะประสบความสำเร็จ ความสำเร็จขององค์กรจะ เกี่ยวเนื่องเริ่มตั้งแต่ผลิตผลการให้บริการ การนำไปใช้เกิดผลดีและประทับใจและการให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา จะเป็นสายใยเชื่อมโยงให้เกิดความสำเร็จยิ่งขึ้นต่อไป

# ยุทธศาสตร์สำคัญในการมีหัวใจบริการ คือ

- **1. การจัดบรรยากาศ** สถานที่ทำงาน หมายถึง การจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดเรียบร้อย บรรยากาศร่มเย็น มี สถานที่พักผ่อนหรือพักรอ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจน คือ การให้บริการของบริษัท โต โยต้า ที่จัดสถานที่นั่งพักในห้องปรับอากาศ มีหนังสือพิมพ์ วารสารดี ๆ มีน้ำดื่ม บริการ เป็นต้น ในขณะที่ลูกค้ารอการซ่อมรถในอู่ของบริษัท บรรยากาศดังกล่าวนี้ รวมถึง การจัดสถานที่ ป้ายบอกสถานที่ ขั้นตอนการติดต่องานที่ชัดเจน ลูกค้าสามารถอ่าน หรือติดต่อได้ด้วยตนเองไม่ต้องถามใคร ตั้งแต่เส้นทางเข้าจนถึงตัวบุคคลผู้ให้บริการและกลับไป จุดการให้บริการ ควรเป็น One stop service คือ ไปแห่งเดียวงานสำเร็จ

- **2. การยิ้มแย้มแจ่มใส** หน้าต่างบานแรกของหัวใจในการให้บริการคือ ความรู้สึก ความเต็มใจและความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ “เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลที่เราเป็นผู้ให้บริการ จะทำหน้าที่ให้ดีที่สุด ให้ประทับใจกลับไป” ความรู้สึกดังกล่าวนี้ จะสะท้อนมาสู่ภาพที่ปรากฏในใบหน้า และกิริยาท่าทางของผู้ให้บริการ คือ การยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายด้วยไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใสจึงถือว่าเป็นบันไดขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ผล ความสำเร็จขององค์กร อย่าลืมว่าการยิ้มคือการเปิดหัวใจการให้บริการที่ดี





- **3. ปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการด้วยความรวดเร็ว และเต็มใจ** ด้วยการเริ่มต้นทักทายผู้มาติดต่อ ด้วยการซักถามด้วย ภาษาที่สุภาพ แสดงความกระตือรือร้นและเป็นมิตร เช่นจะให้ช่วยอะไร ไหมครับ (ค่ะ) ต้องการติดต่อเรื่องอะไร ครับ (ค่ะ) เป็นต้น อย่าปล่อยให้ผู้มาติดต่อถามก่อน เมื่อรับงานได้แล้วต้องทำให้สำเร็จ โดยเร็วและเกิดความสะดวก เมื่อผู้มาติดต่อมาที่เดียว หรือ แห่งเดียวสามารถประสานได้ทุกจุด การประสานการช่วยเหลือจึงต้องควรรวดเร็ว บางเรื่องควร วันเดียวสำเร็จ (One day success) หรือ 5 นาทีสำเร็จ เป็นต้น ความรวดเร็วและด้วยความเต็มใจ ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ ถ้าหากว่าไม่สามารถทำได้รวดเร็วด้วยข้อระเบียบ หรือขั้นตอนก็ตาม ก็ต้อง ชี้แจงด้วยถ้อยคำ หรือภาษาที่แสดงถึงความกังวล ความตั้งใจจะช่วยเหลือจริง ๆ แต่ไม่สามารถทำได้ เพราะมี ข้อขัดข้อง หรือความจำเป็นตามระเบียบ

- **4. การสื่อสารที่ดี** การสื่อสารที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตั้งแต่การต้อนรับหรือการรับโทรศัพท์ ด้วย น้ำเสียงและภาษาที่ให้ความหวัง ให้กำลังใจ ภาษาที่แสดงออกไปไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์โดยตรงหรือการ โทรศัพท์จะบ่งบอกถึงน้ำใจการบริการข้างในจิตใจ จึงกล่าวไว้เบื้องต้นแล้วว่า ความรู้สึกหรือจิตใจที่มุ่งบริการ จะต้องมาก่อน แล้วแสดงออกทางวาจา ดังกล่าวมาแล้ว



## "7C" เพื่อการสื่อสารที่ดี และประสบความสำเร็จ

- 1 ชัดเจน (Clear)
- 2 ถูกต้อง (Correct)
- 3 ครบถ้วน (Complete)
- 4 หนักแน่นมีสาระ (Concrete)
- 5 กระชับ (Concise)
- 6 สมเหตุสมผล (Coherent)
- 7 มีมารยาท (Courteous)



- 5. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงความรู้สึกของคนมาติดต่อขอรับบริการ เขามุ่งหวังได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้มารับบริการ ไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษา ที่เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับบริการอย่างเต็มที่



- **6. การพัฒนาเทคโนโลยี** เทคโนโลยีหมายถึง เครื่องมือ และเทคนิควิธีการให้บริการ เช่น การคิด ประสิทธิภาพที่ชัดเจน การประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนใน องค์กรทราบเพื่อช่วยให้บริการ คือ การสร้างน้ำใจ ให้บริการให้เกิดขึ้นกับทุกคนใน องค์กร ไม่ใช่เฉพาะ ผู้ที่มีหน้าที่โดยตรง แต่เป็นเรื่องของทุกคนต้อง ช่วยกันทำหน้าที่ให้บริการ นอกจากนี้การใช้ เทคโนโลยีเช่น Web site ต่าง ๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกใน ด้านข้อมูลข่าวสาร จะช่วยเสริมให้บริการ เป็นไป ด้วยดี



- **7. การติดตามประเมินผล** และมาตรการประกันคุณภาพการให้บริการ การบริการควรมีการติดตาม และประเมิน ความพึงพอใจจากผู้รับบริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและผลสะท้อนกลับว่ามีข้อมูลส่วนใดต้องปรับปรุง แก้ไข ส่วนมาตรการประกันคุณภาพคือการกำหนดมาตรฐานการให้บริการว่าจะปรับปรุงการให้บริการอย่างไร เช่น งานจะเสร็จภายใน 3 ชั่วโมงหรือภายใน 1 วัน เป็นต้น





## พฤติกรรมของผู้รับบริการ

- แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้
- **ประเภทวีไอพี หรือคนพิเศษ**
  - ลูกค้าประเภทนี้ต้องการบริการที่มีความเป็นพิเศษมากกว่าปกติ และมักที่จะชื่นชอบกับคำพูดที่ว่า “สำหรับลูกค้าคนพิเศษเช่นคุณ” หรือ “สำหรับลูกค้าวีไอพีเช่นคุณเท่านั้น” ดังนั้นการ ให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนี้ด้วยการแสดงให้เห็นถึงความพิเศษที่ได้รับย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจอันจะนำไปสู่การ ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่จะเกิดขึ้นตามมานั่นเอง



- **ประเภทขาประจำ**

- ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจ และเป็นกลุ่มที่มีความภักดีในตราสินค้า เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่จะช่วยแนะนำลูกค้าใหม่ให้กับธุรกิจได้เพิ่มขึ้น การให้บริการกับลูกค้าประเภทนี้ต้อง เน้นความเป็นกันเอง แต่คงไว้ซึ่งการปฏิบัติอย่างให้เกียรติในฐานะขาประจำ ห้ามให้รอนานต้องกล่าวต้อนรับเมื่อ เข้ามาถึงพร้อมแสดงกิริยาที่สื่อได้เห็นว่า “ยินดีต้อนรับ” เพื่อให้รู้สึกว่ามีได้ถูกทอดทิ้งและต้องไม่ปฏิเสธคำแนะนำ หรือตำหนิ แต่ต้องยินดีน้อมรับไว้เพื่อการปรับปรุงในโอกาสต่อไป



- **ประเภทวางตัวเป็นนาย**

- ลูกค้าประเภทนี้มีพฤติกรรมที่ต้องการอยู่เหนือคนอื่น ๆ ดังนั้นในการให้บริการ ควรมีการรับรองแบบจริงจัง แต่ไม่เกินเลยเพื่อจะได้ไม่ละเลยลูกค้าคนอื่น ๆ ต้องหลีกเลี่ยงการโต้แย้ง ผู้ให้บริการ ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลและแนะนำ ควรปล่อยให้ทำการตัดสินใจด้วยตนเอง เมื่อได้ข้อสรุปต้อง ปิดการขายทันที

## • ประเภทคู่รักหวานชื่น

ลูกค้าประเภทนี้จะเข้ามาพร้อมกันเป็นคู่ เมื่อมีการนำเสนอสินค้าหรือบริการมักจะ พบกับพฤติกรรมตามใจคนรักให้เป็นผู้ตัดสินใจแทน ดังนั้นในการนำเสนอสินค้าหรือการให้บริการ ควรเปิด โอกาสให้ปรึกษาหารือระหว่างกัน และใช้โอกาสในการแนะนำบริการแบบแพ็คเกจพิเศษสำหรับลูกค้าประเภทนี้ จำเป็นที่จะต้องใช้เวลาเพื่อการตัดสินใจ



- ประเภทพุดน้อย

ไม่มีคำถาม ลูกค้าประเภทนี้จะตั้งใจฟังคำแนะนำและความเห็น โดยไม่ค่อยที่จะสอบถาม เป็นคนประเภทเชิงซ้า การนำเสนอสินค้าหรือบริการต้องให้ข้อมูลรายละเอียดและสอบถามความเข้าใจเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับทราบข้อมูลและสามารถใช้งานได้จริง และทำการนำเสนออย่างรวบรัดพร้อมช่วยตัดสินใจเพื่อ ปิดการขาย

## • ประเภทรู้มาก

- ลูกค้าประเภทนี้จะแสดงตนเป็นผู้ที่มีความรู้ในสินค้าหรือบริการ และมักจะพูดแสดงความรู้ ของตนอย่างมาก ดังนั้น ในขณะที่ฟังต้องคิดหาวิธีชักจูงให้เข้าประเด็นและเร่งการตัดสินใจด้วยการสร้างข้อจำกัดใน ตัวสินค้าหรือบริการ เช่น “ชิ้นสุดท้ายแล้ว” “วันสุดท้ายแล้ว” เพื่อไม่ให้เสียเวลาและทำการปิดการขายโดยทันที



## • ประเภทใจร้อน

- ลูกค้าประเภทนี้จะเป็นประเภทที่ไม่ต้องการให้อธิบายยืดเยื้อ แต่ต้องการรายละเอียดหลัก ๆ และเข้าใจง่าย ดังนั้นการนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าประเภทนี้ต้องพูดอธิบายให้สั้นกะทัดรัด ทำที่ตรงรวดเร็ว กระฉับกระเฉง เข้าข่ายประเภทที่เรียกว่า “มาเร็วไปเร็ว”

จัดการกับลูกค้าใจร้อนแบบใด.. ให้ได้ orders



## • ประเภทสองจิตสองใจ

- ลูกค้าประเภทนี้จะเป็นประเภทที่ขาดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ ดังนั้นในการนำเสนอสินค้าและบริการจะต้องทำการชี้แจงและเสนอแนะรายละเอียดเชิงเปรียบเทียบ เพื่อช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และในฐานะผู้นำเสนอที่ต้องการผลการตัดสินใจจะต้องช่วยเร่งกระบวนการตัดสินใจให้เกิดขึ้นเพื่อ มิให้ต้องใช้เวลามากเกินไปจนเป็นเหตุให้ลูกค้ายรายอื่น ๆ ต้องรอนาน



## • ประเภทรักรหัสสิ่งแวดล้อม

- ลูกค้าประเภทนี้จะเป็นกลุ่มอนุรักษ์ที่จะเลือกสินค้าหรือบริการที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การตัดสินใจมีได้อยู่ที่คุณภาพของสินค้าหรือตัวสินค้าเท่านั้นแต่จะคำนึงถึงผลกระทบของ กระบวนการผลิตสินค้า การใช้งานประกอบการตัดสินใจ การนำเสนอ จะต้องให้ข้อมูลรายละเอียดประกอบที่มี ความชัดเจนว่า สินค้าหรือบริการนั้นมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่อย่างไร



# การแต่งกาย บุคลิกภาพ ภาษาท่าทาง (Service Protocol)

- เทคนิคมีบุคลิกภาพที่ดีในที่ทำงาน

## เทคนิคมีบุคลิกภาพที่ดีในที่ทำงาน

- การจัดทรงผม** เลือกทรงผมให้เหมาะสมกับกาลเทศะ โอกาส และบุคลิกภาพของตนเอง
- การแต่งกาย** ควรเลือกใส่เสื้อผ้าที่เหมาะสมกับรูปร่าง บุคลิกลักษณะของตน และสถานที่ที่จะไป
- การเดิน นั่ง และยืน** ยึดตัว หน้าตรง เดินแกว่งแขนไปมาเล็กน้อย
- การใช้สายตา และแววตา** สบตากับผู้พูดด้วย ไม่หลบหรือหลีกเลี่ยงการปะทะสายตา
- การใช้คำพูด และน้ำเสียง** หลีกเลี่ยงการใช้คำพูดดูถูกดูหมิ่น เหน็บแนม หรือใช้คำพูดก้าวร้าว
- การแสดงพฤติกรรมอื่นๆ**

ที่มา : [hrtothai.com](http://hrtothai.com)

**Impression**  
[www.impressionconsult.com](http://www.impressionconsult.com)







# ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริการของร้านค้า

1

ร้านค้าตอบแชทช้า  
ไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สาเหตุ

- ลูกค้าอาจคิดว่า ท่านไม่พร้อมขาย หรือ อาจจะไม่ได้ตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ ทั้งๆ ที่ท่านอาจจะส่งของออกไปแล้ว
- ท่านมีกำลังคนไม่พอ ในการตอบแชทลูกค้า

ผลกระทบ

ก\*\*\*\*\*  
★★★★☆  
ตัวเลือกสินค้า: น้ำเงิน  
สั่งน้ำเงิน ๓๕ ชิ้นอยู่ อย่างละ 4 ส่งให้แต่ส่งมา ๓ ฝากติดต่อทางร้าน ก็ไม่ตอบ แหม่มากครับ

แนวทางแก้ไข

- ร้านค้าควรให้ความสนใจกับการตอบแชทของลูกค้า เพราะนั่นหมายถึงโอกาสทางการขายของท่าน หรืออาจใช้ฟีเจอร์ FAQs เพื่อตอบคำถามลูกค้าก่อนเบื้องต้นได้

2

ส่งสินค้าล่าช้า

สาเหตุ

- ท่านอาจไม่ได้ติดตามการแจ้งเตือนให้จัดส่งสินค้าใน Seller Centre ซึ่งอาจทำให้จัดส่งล่าช้าได้
- ขาดกำลังคน ในการช่วยแพ็คสินค้า
- เกิดปัญหาระหว่างการขนส่ง

ผลกระทบ

ก\*\*\*\*\*  
★★★★☆  
ตัวเลือกสินค้า: ครีม  
ส่งมามากๆ สิ้นค้าไม่รู้หนใหม่ ต้องลองใช้ก่อน

แนวทางแก้ไข

- ร้านค้าควรตรวจสอบออเดอร์ที่ต้องจัดส่งผ่าน Seller Centre อย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการจัดส่งล่าช้า
- เพิ่มกำลังคนในการช่วยแพ็คสินค้า

3

แพ็คสินค้าไม่ดี

สาเหตุ

- ร้านค้าไม่ได้คำนึงถึงความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการจัดส่งสินค้า
- พนักงาน ขาดความรู้ความเข้าใจในการแพ็คสินค้าที่ดี

ผลกระทบ

ก\*\*\*\*\*  
★★★★☆  
ตัวเลือกสินค้า: น้ำเงิน  
ถุงพองหุ้มพัสดุมีรอยเหมือนหนูแทะหรือรอยไฟนอะไรสักอย่าง

แนวทางแก้ไข

- ตรวจสอบให้มั่นใจทุกครั้ง ก่อนการพนักกล่องพัสดุ
- ใช้วัสดุกันกระแทก เพื่อป้องกันความเสียหายของตัวสินค้านระหว่างการจัดส่ง
- ให้ความรู้กับพนักงานแพ็คสินค้า เพื่อการจัดการออเดอร์ที่มีประสิทธิภาพ

# แนวทางแก้ไขปัญหา

## แนวทางการรับมือกับลูกค้า



ขั้นตอน	คำอธิบาย	เครื่องมือจาก Shopee
1 กล่าวขอโทษเสมอ	เพื่อให้อารมณ์ของลูกค้าเย็นลง และ ดึงเข้าสู่กระบวนการแก้ไขปัญหาลงต่อไป	แชทเลย
2 รับแก้ไขปัญหา	ควรสอบถามรายละเอียดและดำเนินการแก้ไขปัญหากันที และ หากเป็นข้อร้องเรียนรุนแรงควรรับเข้าสู่ขั้นตอนที่ 3	เปิดช่องทาง เดาน์เตอร์ ยอมรับ ✓ ทำการคืนเงินแล้ว <small>สถานะการคืนเงิน: ค่าขอคืนสินค้าของคุณได้รับการอนุมัติแล้วและได้ทำการคืนเงินแล้ว</small>
3 เยียวยาความรู้สึก	คำนึงถึงความรู้สึกของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ รับรู้ปัญหาด้วยความ เข้าใจ พร้อมอธิบายเมื่อมีโอกาส ทั้งการพิมพ์ และการโทร ด้วยภาษาและน้ำเสียงที่สุภาพ	แชทเลย
4 รับผิดชอบอย่างเป็น รูปธรรม	มอบสิ่งชดเชยที่มีมูลค่าเทียบเท่ากัน ของแถม หรือการบริการ พิเศษที่ทดแทนปัญหาที่เกิดขึ้น	FREE
5 ติดตามผล	เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการดูแล และแก้ไขอย่างตรงจุด พร้อมทั้งประเมินผลวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว	แชทเลย

