



Customer focus in TQA

รศ.นพ. ไสภณ ชีวะธนรักษ์

17 กันยายน 2552



หมวดการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด กล่าวถึง

- วิธีการที่องค์กรใช้ในการทำความเข้าใจเสียงของลูกค้าและตลาด
- โดยมีจุดมุ่งเน้นในการตอบสนองให้ตรงกับความต้องการ ความจำเป็น และความคาดหวังของลูกค้า
- การทำให้เกิดความประทับใจ และการสร้างความภักดี



หมวดนี้มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า



ผลลัพธ์ด้านความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ
ของลูกค้าทำให้เราเข้าใจลูกค้าและตลาด



มุมมองของลูกค้าและพฤติกรรมของตลาด
ส่งผลต่อความยั่งยืนของเรา



3.1 ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด

- องค์กรมวิธีการอย่างไรในการหา

ความปรารถนาของลูกค้าและตลาดในปัจจุบันและอนาคต

- และใช้ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด

เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม



ในสภาพแวดล้อมที่เทคโนโลยี การแข่งขันและสังคม มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีปัจจัยหลายประการ ที่อาจส่งผลต่อความนิยม Preference ของลูกค้าและ ความภักดีรวมทั้งการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในตลาด ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องรับฟังและเรียนรู้ อย่างต่อเนื่อง



ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ช่วยให้องค์กรสามารถวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม

- ในการรับฟังและเรียนรู้
- การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการเข้าสู่ตลาด
- สนับสนุนให้องค์กรวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม
- สามารถพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ
- และทำให้มั่นใจว่าองค์กรจะมีความยั่งยืน



กลยุทธ์การรับฟังและเรียนรู้ที่แตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่าง (Focus Group) ลูกค้าที่สำคัญ
- การสัมภาษณ์ลูกค้าในอดีตและที่เพิ่งมีในอนาคต
- การใช้กระบวนการรับข้อร้องเรียน
- การวิเคราะห์การได้หรือเสียลูกค้า
- การสำรวจหรือข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า
- สารสนเทศที่ได้จากอินเทอร์เน็ต



3.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า

- องค์การมีวิธีการอย่างไรในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

และเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า

เพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเดิมไว้ และสร้างโอกาสในตลาดใหม่



สารสนเทศจากลูกค้าที่สามารถนำไปใช้ได้

- สามารถนำไปเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ บริการ
และกระบวนการทางธุรกิจ
- กำหนดเป้าประสงค์ในการปรับปรุงและจัดลำดับ
ความสำคัญในการเปลี่ยนแปลง



กระบวนการรวบรวม การวิเคราะห์ และการหาต้นเหตุของข้อร้องเรียน

- ควรนำไปสู่การกำจัดสาเหตุต่างๆ ของข้อร้องเรียนได้
อย่างมีประสิทธิภาพ
- นำไปสู่การจัดลำดับความสำคัญของการปรับปรุง
กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และบริการ

องค์กรจะต้องถ่ายทอดผลการจัดการข้อร้องเรียน
เพื่อนำไปปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร



การประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ
ของลูกค้า ต้องนำไปเปรียบเทียบกับคู่แข่ง



หมวด 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด (110 คะแนน)



3.1 ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด : องค์กรมีวิธีการอย่างไร

ในการเสาะหาและใช้ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด

(50 คะแนน)



ก. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด



(1) องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการระบุลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนตลาด องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการกำหนดลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนตลาด เพื่อชักชวนให้มาซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์และบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งมีวิธีการอย่างไรในการนำลูกค้าของคู่แข่ง ลูกค้าและตลาดอื่นๆ ที่พึงมีในอนาคตมาประกอบการพิจารณาดังกล่าว



(2) องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการรับฟัง “เสียงของลูกค้า”

ที่เหมาะสม สำหรับลูกค้า กลุ่มลูกค้า หรือส่วนตลาดที่แตกต่างกัน
องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการใช้ “เสียงของลูกค้า” เพื่อกำหนดความ
ต้องการ ความจำเป็นและความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า
ที่สำคัญ (รวมถึงคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์และบริการ) รวมทั้ง
ความสำคัญเชิงเปรียบเทียบที่ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ หรือการ
สร้างความสัมพันธ์ของลูกค้า



องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและข้อมูล
ป้อนกลับจากลูกค้าปัจจุบันและอดีต รวมทั้งสารสนเทศด้าน
การตลาดและการขาย ข้อมูลเกี่ยวกับความภักดีและการรักษา
ลูกค้า การที่ลูกค้ากล่าวถึงในทางที่ดี การวิเคราะห์การได้หรือเสีย
ลูกค้า รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับการร้องเรียน เพื่อใช้ในการวางแผน
ผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาด การปรับปรุงระบบงานและ
กระบวนการทำงาน ตลอดจนการพัฒนาโอกาสใหม่ทางธุรกิจอื่น ๆ



(3) องค์กรรมวิธีการอย่างไรในการใช้สารสนเทศจาก “เสียงของลูกค้า” และข้อมูลป้อนกลับเพื่อให้เกิดการ มุ่งเน้นลูกค้ามากขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองของความจำเป็น และความปรารถนาของลูกค้าได้ดีขึ้น รวมทั้งเพื่อหา โอกาสในการสร้างนวัตกรรม



(4) องค์การมีวิธีการอย่างไรในการทำให้วิธีการ
รับฟังและเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดทันกับ
ความต้องการและทิศทางของธุรกิจอยู่เสมอ
รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดที่เป็น
เป้าหมายขององค์กร



3.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า :
องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
และเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (60คะแนน)



ก. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า



(1) องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการสร้างความสัมพันธ์
เพื่อให้ได้ลูกค้า เพื่อตอบสนองตามความคาดหวังและ
เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า เพื่อเพิ่มความภักดีและ
การกลับมาซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการซ้ำ และเพื่อให้
ลูกค้ากล่าวถึงองค์กรในทางที่ดี



(2) กลไกสำคัญขององค์กรช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงเพื่อสืบค้นสารสนเทศ ทำธุรกรรม และร้องเรียนได้อย่างไร กลไกเหล่านี้มีอะไรบ้าง องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการระบุข้อกำหนดในการติดต่อแต่ละรูปแบบ องค์กรมั่นใจได้อย่างไรว่าข้อกำหนดดังกล่าวได้ถ่ายทอดไปยังทุกคนและทุกกระบวนการที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปปฏิบัติ



(3) องค์กรมีวิธีการจัดการการกับข้อร้องเรียนของลูกค้ำอย่างไร
องค์กรมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้มั่นใจได้ว่าจะแก้ไขข้อร้องเรียน
เหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที องค์กรมีวิธีการอย่างไรใน
การลดเรื่องต่อไปนี้อย่างน้อยที่สุด ความไม่พึงพอใจของลูกค้ำ การ
สูญเสียทางธุรกิจ (*) และการกล่าวถึงองค์กรในทางที่ไม่ดี (*) องค์กรมี
วิธีการอย่างไรในการค้นหา และวิเคราะห์ข้อร้องเรียนเพื่อใช้ในการ
ปรับปรุงทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งให้ค้ำนำไปใช้ในการปรับปรุง



(4) องค์กรมีวิธีการอย่างไรเพื่อให้แนวทาง
ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และช่องทางที่ลูกค้า
เข้าถึงองค์กรทันกับความต้องการและทิศทางของธุรกิจ
อยู่เสมอ



ข. การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า



(1) องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าวิธีการเหล่านี้มีความแตกต่างกันอย่างไรในลูกค้าแต่ละกลุ่ม องค์กรมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้มั่นใจว่าการวัดดังกล่าวจะได้สารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ตอบสนองให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า องค์กรมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้มั่นใจว่าการวัดดังกล่าวให้สารสนเทศที่สามารถนำไปใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งธุรกิจในอนาคตของลูกค้า และสนับสนุนให้เกิดการกล่าวถึงในทางที่ดี (*)



องค์กรใช้สารสนเทศด้านความพึงพอใจและ
ไม่พึงพอใจของลูกค้าเพื่อให้เกิดการปรับปรุงอย่างไร



(2) องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการติดตามความคิดเห็นของลูกค้าในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์การบริการ และการทำธุรกรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับอย่างทันที่และสามารถนำไปใช้ดำเนินการต่อไปได้



(3) องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการเสาะหาและใช้
สารสนเทศที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์กร
โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และองค์กรอื่น ๆ ซึ่งขาย
ผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่นที่คล้ายคลึงกัน และ/หรือระดับ
เทียบเคียงของอุตสาหกรรม



(4) องค์กรมีวิธีการอย่างไรเพื่อให้แนวทาง
ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทันกับ
ความต้องการและทิศทางของธุรกิจอยู่เสมอ