

5 เครื่องมือดี ๆ ที่สร้างสรรค์บริการที่น่าประทับใจในองค์กร

บทความโดย : อาจารย์ทวีวรรณ กมลบุตร

อดีต Senior Manager ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

และ Customer Service Manager : ADC

ผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาทางด้าน CEM และ CRM

อีเมล : kamonbutr@hotmail.com

การพัฒนาบริการสำหรับองค์กร มักถูกจัดอยู่ในกลยุทธ์ที่ใช้แข่งขันในกลุ่มธุรกิจ เพราะความแตกต่างในด้านบริการที่โดดเด่น ทั้งการออกแบบบริการ ขั้นตอนการส่งมอบบริการ คุณภาพบริการ การพัฒนาบริการ เพื่อพร้อมส่งมอบบริการที่เหนือความคาดหมาย รวมถึงความพร้อมและความตั้งใจที่จะส่งมอบบริการของพนักงาน สิ่งเหล่านี้ไม่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่าย ๆ

คำถามที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งก็คือ...แล้วควรทำอย่างไร ด้วยวิธีการใด ที่จะสามารถออกแบบและทำให้บริการทุกจุดสัมผัสเกิดความน่าประทับใจ ทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการ อยากซื้อซ้ำ อยากบอกต่อด้านดีให้กับธุรกิจขององค์กร

ผู้เขียนมีเครื่องมือดี ๆ มาแบ่งปันเป็นความรู้และประสบการณ์ ที่มั่นใจว่าเป็นประโยชน์กับองค์กรธุรกิจนั่นคือ 5 Tools for Service Excellence หรือเรียกง่าย ๆ ก็คือ 5 เครื่องมือสร้างสรรคงานบริการให้น่าประทับใจ มีอะไรบ้างมารู้จักกันได้เลยคะ

1. สร้างและพัฒนาวิธีคิดให้พนักงานด้วย EQ & Positive Thinking
2. ออกแบบและทำ Service Design
3. ออกแบบและทำ Service Quality
4. ออกแบบและทำ Service Improvement
5. ออกแบบและทำ Service Communication

กังวลว่าหน้ากระดาษจะไม่พอซะแล้ว... อย่างไรก็ตามขอแบ่งปันมุมมองดี ๆ บนเนื้อที่ที่จำกัดนี้ให้มากที่สุด เพื่อช่วยให้ผู้อ่านได้เห็นมุมมอง เห็นทิศทางในการพัฒนาบริการให้ยอดเยี่ยม เพราะปัจจัยสำคัญอยู่ที่พนักงานทุกคนต้องร่วมมือกันจึงจะได้ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าเกิดขึ้นได้อย่างงดงาม เรามาเรียนรู้ 5 เครื่องมือสร้างสรรคงานบริการให้น่าประทับใจกันทีละเครื่องมือกันเลยนะคะ

1. สร้างและพัฒนาวิธีคิดให้พนักงานด้วย EQ & Positive Thinking

ขั้นตอนแรกของการพัฒนาบริการให้ยอดเยี่ยมได้นั้น เราต้องเข้าใจชัดเจนว่าผู้ส่งมอบบริการที่สามารถสร้างความประทับใจได้นั้นเป็นพนักงานทุกคนในองค์กร จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่เราจำเป็นต้องสร้างและพัฒนาวิธีคิด โดยเฉพาะวิธีคิดดี ๆ ด้านบวก

การมีวิธีคิดที่เป็น Positive Thinking จะช่วยทำให้เราสามารถมองปัญหาเป็นโอกาส มองอุปสรรคเป็นความท้าทาย มองการทำงานในองค์กรเป็นการฝึกทักษะ ความสามารถเป็นมหาวิทยาลัยชีวิตที่พนักงานสอบผ่านด้วยการสร้างผลงานที่ยอดเยี่ยมและได้ทักษะดี ๆ ติดตัวพนักงานไป

ขั้นตอนถัดไปเป็นเรื่อง EQ (Emotional Quotient) ความฉลาดทางด้านอารมณ์ พนักงานที่ต้องรับปัญหาลูกค้าต้องบริการลูกค้า มักจะกดดันจากการที่ต้องพยายามรับอารมณ์ของลูกค้าให้ได้ หรือบางครั้งต้องฝืนเก็บความรู้สึกน้อยใจ หรือเสียใจ หมัดกำลังใจเอาไว้ ซึ่งหากไม่มีวิธีการจัดการดูแลพนักงานจะเครียดโดยไม่รู้ตัว และหากวันหนึ่งไม่สามารถระงับอารมณ์โกรธได้แล้วก็จะเกิดปัญหา อาจจะมีระเบิดอารมณ์ออกมาใส่เพื่อนพนักงาน หรืออาจจะเป็นลูกค้า ทั้งนี้ต้องมีวิธีการหรือกิจกรรมที่จะช่วยให้พนักงานมีวิธีผ่อนคลาย สามารถระบายและเติมน้ำหวานให้อารมณ์ สามารถยิ้มและมีความสุขกับชีวิตได้ทุก ๆ วัน

2. ออกแบบและทำ Service Design

การออกแบบและทำ Service Design (SD) หมายถึง การที่เราต้องการออกแบบบริการของเราให้อยู่ในรูปแบบที่เป็นกลยุทธ์ และสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างและหลากหลาย ที่สำคัญต้องสามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องกำหนดมาตรฐานบริการวิธีการสื่อสารกับลูกค้า สำหรับส่วนงานต่าง ๆ มีวินัยและเข้าใจบทบาทของตัวเองที่มีส่วนส่งมอบบริการที่น่าประทับใจให้ลูกค้าร่วมกัน เช่น เราต้องการออกแบบให้มี Call Center เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน หรือเราต้องการให้มีการให้บริการ Call Center วันจันทร์ - วันศุกร์ ตั้งแต่ 7.00 - 19.00 น. ซึ่งก็แล้วแต่ธุรกิจนั้น ๆ ที่เห็นความจำเป็นในการลงทุน และออกแบบบริการเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและโอกาสในการขยายธุรกิจในอนาคตด้วย โดยในรายละเอียดของการทำ Service Design เราจะทำ Customer Life Cycle เพื่อออกแบบบริการทุกจุดสัมผัส และสร้างเป็นกลยุทธ์ที่เรียกว่า CEM (Customer Experience Management)

3. ออกแบบและทำ Service Quality

เมื่อองค์กรได้ออกแบบและทำ Service Design เป็นภาพชัดเจนแล้ว ได้ลงมือปฏิบัติจริงจัง สิ่งที่ต้องทำ ถัดมาคือการเข้าไปตรวจสอบคุณภาพบริการที่ได้ออกแบบไว้ เป็นการทำให้ Service Quality (SQ) ซึ่งเราสามารถทำได้ด้วยทีมภายในองค์กร เช่น โทรเข้า Call Center ขององค์กร และช่วยลองทดสอบโดยการเป็นลูกค้าขอข้อมูล หรือทำกรณีศึกษา SQ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

- โทรเข้า Call Center เพื่อสอบถามข้อมูลสินค้าและบริการ เพื่อฟังน้ำเสียง การตอบรับ การให้ข้อมูล
- โทรเข้า Call Center เพื่อแจ้งปัญหาและคอยฟังวิธีการให้คำปรึกษา แก้ไข ติดตาม หรือการประสานงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อเป็นการทดสอบคุณภาพบริการ
- โทรเข้า Call Center เพื่อร้องเรียนบริการ แจ้งปัญหา เพื่อให้พนักงานลองรับสถานการณ์ยาก ๆ
- ในกรณีต่าง ๆ เพื่อฝึกให้สามารถจัดการกับปัญหาลูกค้าในสถานการณ์จริง ๆ ได้อย่างมืออาชีพ

4. ออกแบบและทำ Service Improvement

การสร้างสรรคบริการให้หน้าประทับใจ หรือที่เรียกว่าเหนือความคาดหวังของลูกค้า นั้น ต้องมีการพัฒนา และหาทางปรับปรุงอยู่เสมอ เพราะความต้องการของลูกค้าไม่หยุดนิ่ง เพิ่มขึ้น และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นบริการแบบเดิม ๆ อาจจะไม่เพียงพอสำหรับลูกค้าในยุคปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุง หาจุดอ่อน และรอยต่อของบริการที่จะสามารถสร้างมุมมองใหม่ และโดดเด่นในสายตาของลูกค้าเสมอ ทำให้ลูกค้ามีการรับรู้เสมอว่า เมื่อใช้บริการขององค์กร จะมีการพัฒนาต่อไปไม่หยุดนิ่ง เพราะเรามุ่งมั่นที่จะส่งมอบบริการที่เหนือความคาดหวังให้ลูกค้าเสมอ วิธีคิดและทำ Service Improvement คือ การตั้งคำถามง่าย ๆ 3 ข้อ

- วันนี้บริการของเรามีอะไรที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้าบ้าง
- วันนี้บริการของเรามีอะไรที่เป็นปัญหาใหญ่ ๆ ที่ทำให้ลูกค้าร้องเรียนบ้าง
- เราจะพัฒนาบริการที่ประทับใจในวันนี้ให้ดียิ่งขึ้น เราจะลดปัญหาและสร้างสรรค์บริการใหม่ ๆ ได้อย่างไรบ้าง

เมื่อได้ตั้งคำถาม และหาคำตอบได้แล้ว สิ่งที่เราจะทำถัดไปคือ นำคำตอบเหล่านั้นมาทำจริง ๆ จัง ๆ เพื่อทำให้บริการใหม่ ๆ ที่แตกต่าง และสร้างความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นให้ลูกค้าได้สัมผัสเสมอ

5. ออกแบบและทำ Service Communication

การทำงานบริการ การสื่อสารกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเราต้องสื่อสารผ่านพนักงานและสื่อสาร ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ซึ่งแต่ละด้านมีจุดแข็งและศักยภาพที่แตกต่างกัน และกฎเกณฑ์ที่จะทำให้ลูกค้าติดหนึบนั้นอยู่ที่พนักงานทุกคน ประชาสัมพันธ์ดี ๆ ก็ไม่สำคัญและมีพลังเท่ากับประชาสัมพันธ์ทางใจที่เล่นกับความรู้สึกของลูกค้า เพราะความรู้สึกนั้นถ้าเป็นด้านบวก จะทำให้ลูกค้าจดจำ และยอมรับกับประสบการณ์ดี ๆ ได้ยาวนาน และแน่นอนว่าหากลูกค้าได้รับความรู้สึกด้านลบ ก็จะจดจำและบอกต่ออีกหลายสิบคน

การทำ Service Communication เป็นการสื่อสารด้านบวก ที่ควรพัฒนาและเสริมทักษะด้านนี้ให้เกิดขึ้นกับพนักงานทุกคน ที่พูดภาษาดอกไม้ พูดด้านบวก ระวังระวังความรู้สึกของลูกค้า รู้ว่าสิ่งใดควรพูดและไม่ควรพูด

และที่สำคัญการสื่อสารไม่ใช่เพียงการใช้ภาษาพูดเท่านั้น ภาษากาย ท่าทาง สายตา ไบรอน่า รอยยิ้มก็ริยา ท่าทางที่กระตือรือร้น เอาใจใส่ ดูแล ช่วยเหลือ แสดงถึงความเป็นมิตรก็เป็นการสื่อสารที่ลูกค้าต้องการอยู่เสมอ แต่น่าเสียดายที่พนักงานส่วนใหญ่ไม่ได้นึกถึงเรื่องนี้ มองการทำงานด้านบริการเป็นเพียงหน้าที่ของงาน แต่หากเราได้มีมุมมอง

ใหม่ที่จะช่วยสร้างสรรค้งานบริการ มาร่วมสร้างผลงานดี ๆ มาร่วมสร้างประวัติศาสตร์งานบริการให้องค์กร สิ่งที่พนักงาน จะได้รับมีค่ามหาศาลมากกว่าเงินเดือนหรือค่าตอบแทนใด ๆ นั่นคือ ทักษะและประสบการณ์ที่เราไม่สามารถหาซื้อได้ใน ท้องตลาด แต่เราสามารถหาได้ รับผิดชอบต่อ ด้วยการเปิดใจรับ มองด้านบวกของงานบริการและมุ่งมั่นส่งมอบบริการ ด้วยใจให้ ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง แล้ววันหนึ่งพนักงานทุกคนจะรู้ว่า บริการอยู่รอบ ๆ ตัวเรา

หากคุณได้เรียนรู้และนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ดี คุณก็จะประสบความสำเร็จทั้งในเรื่องงานและชีวิต ได้อย่างมหัศจรรย์

ด้วยความปรารถนาดีค่ะ...