

กลยุทธ์ 6 Ps ในการครองใจลูกค้า (ภายในและภายนอก)



บทความโดย : อารporn_ภูวิทย์พันธ์ุ

อีเมล : p_arporn11@yahoo.com

วันที่โพสต์บทความ : 2004-08-16

ในกระแสของโลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ การเปิดการค้าเสรีกับต่างประเทศมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้องค์กรต่าง ๆ ต่างเร่งพยายามปรับตนเอง การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจให้เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ โดยมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าของตนเป็นสำคัญ เนื่องจากลูกค้าจะนำมาซึ่งกำไร รายได้ และผลประโยชน์ขององค์กร ความพยายามที่จะรักษาสถานลูกค้าเก่าและเร่งหา กลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอ ดังนั้นจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าลูกค้าเป็นหัวใจของการทำให้ธุรกิจให้อยู่รอด เติบโต และแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันได้ จนมีคำกล่าวที่ว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” หรือ “Customer Come First”

“ลูกค้า” ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นนั้นจะถือว่าเป็นลูกค้าจากภายนอกองค์กรที่ใช้สินค้าและบริการของตน แต่คำว่า “ลูกค้า” มีความหมายมากไปกว่าที่เป็นเพียงแค่ลูกค้าจากภายนอกเพียงอย่างเดียว บุคคลที่อยู่ในหน่วยงานต่าง ๆ ที่คุณเองจะต้องติดต่อประสานงานด้วยย่อมถือว่าเป็นลูกค้าได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นแต่ละหน่วยงานจึงมีลูกค้าที่จะต้องติดต่อ ขอและให้ความร่วมมือ และความช่วยเหลือต่าง ๆ

การสร้างความประทับใจหรือการครองใจลูกค้าทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญ และพบว่าหลายองค์กรหรือหลายหน่วยงานได้กำหนดปัจจัยตัวชี้วัดผลงานขององค์กร หน่วยงาน หรือแม้กระทั่งในระดับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ “ลูกค้า” นั่นก็คือ เปอร์เซ็นต์ความพึงพอใจของลูกค้า หรือจำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าที่ได้รับ นอกจากนี้ยังพบว่าหลายองค์กรได้กำหนดคุณค่าหลักหรือความสามารถหลักที่พนักงานทุกคนจะต้องมีเหมือนกัน ได้แก่ การมุ่งเน้นหรือการให้บริการลูกค้า (Customer Focus/Service)

ดังนั้นคุณเองในฐานะผู้ปฏิบัติงานคนหนึ่งจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องพบเจอกับลูกค้าของตนไม่ว่าจะมาจากรภายในหรือภายนอกองค์กร แล้วทำอย่างไรที่จะสร้างความประทับใจให้สามารถครองใจลูกค้าของตนได้ ดิฉันขอเสนอเทคนิคการปรับตนเองด้วยกลยุทธ์ “ 6 Ps ” เพื่อครองใจลูกค้า ดังต่อไปนี้

P lanning – การวางแผนงาน

‘ แผนงานที่ดีมีชัยไปกว่าครึ่ง ’ การวางแผนงานจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความสำเร็จในงานของคุณ การวางแผนงานจะทำให้คุณจัดลำดับความสำคัญที่เร่งด่วนของงานหรือสิ่งที่คุณจะต้องทำให้กับลูกค้าของคุณ ในแต่ละวันคุณอาจจะต้องเผชิญกับลูกค้าที่มีความต้องการที่หลากหลาย ถ้าคุณวางแผนในการจัดลำดับงานหรือจัดสรรทรัพยากรไม่ดีพอแล้วละก็ แน่นอนว่าคุณอาจไม่สามารถบริหารงานของคุณเองหรือของทีมงานให้สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างประทับใจ

P rocess – กระบวนการทำงาน

คงไม่มีลูกค้าคนไหนชอบหรือพอใจหากได้รับสินค้าหรือได้รับการบริการล่าช้ากว่าเวลาที่กำหนด ขอให้คุณลองคิดว่าหากคุณขอข้อมูลจากหน่วยงานหนึ่ง แต่กว่าจะได้ข้อมูลนั้นต้องใช้เวลารอคอยเกือบสองสัปดาห์ ซึ่งคุณจำเป็นต้องรีบนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ คุณคงไม่พอใจแน่นอนหากคุณสามารถใช้บริการเช่นที่วานี้ ลูกค้าก็เช่นเดียวกันค่ะ ดังนั้นคุณควรจะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของคุณให้ตอบสนองต่อลูกค้าให้เร็วที่สุด คุณควรวิเคราะห์รูปแบบหรือขั้นตอนการทำงานของคุณเองว่าขั้นตอนงานใดที่ไม่มีประสิทธิภาพและส่งผลให้คุณต้องเสียเวลาทำงาน

P roduct – สินค้าหรือบริการที่คุณให้

คุณควรตรวจสอบว่าสินค้าหรือบริการที่คุณให้ลูกค้านั้นเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือไม่ การสำรวจหรือสื่อสารกับลูกค้าถึงความคาดหวังต่อสินค้าหรืองานบริการนั้นจึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น หากคุณจะจัดหลักสูตรฝึกอบรมหนึ่งหลักสูตรตามที่หน่วยงานอื่นร้องขอมา ก่อนอื่นคุณควรจะต้องสอบถามเพื่อสำรวจความคาดหวังของหน่วยงานก่อนเพื่อที่ว่าคุณจะได้จัดหลักสูตรอบรมให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานมากที่สุด

P rice – ราคาของสินค้าหรือบริการของคุณ

หากคุณซื้อสินค้าหรือบริการใด ๆ ก็ตาม คุณคงอยากจะได้รับสินค้าและบริการคุ้มค่างับเงินลงทุนที่คุณจ่ายไป เช่นเดียวกับความต้องการขององค์กรที่คาดหวังว่าคุณควรปฏิบัติตนหรือสร้างผลงานให้คุ้มค่างับเงินเดือนและค่าตอบแทนที่จ่ายคุณไป ดังนั้นคุณเองควรประเมินเงินเดือนและค่าตอบแทนที่ได้รับกับผลงานที่คุณนำเสนอให้ลูกค้าทั้งจากหน่วยงานภายในและภายนอก และที่สำคัญขอให้คุณคิดเสมอว่าคุณจะต้องพยายามทำงานให้ตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ได้รับจากองค์กรของคุณ อย่าคิดว่า “ เงินเดือนได้รับเพียงแค่นี้ ก็ทำเท่านี้ก็แล้วกัน ” ความคิดแบบนี้จะไม่ส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงความสามารถของคุณเอง อย่าลืมนึกไปว่า “ ความสามารถจะนำมาซึ่งมูลค่าและค่าตัวในการทำงานของคุณต่อไป ”

P romotion – การให้บริการที่เพิ่มขึ้น

คำว่า Promotion คงไม่ใช่เฉพาะการลด แลก แจก แถม เท่านั้น การทำ Promotion ในที่นี้จะหมายถึง ความพยายามหาวิธีการให้ลูกค้าประทับใจในสินค้าหรือการให้บริการของคุณเองมากที่สุด หรือเหนือความ คาดหวังจากลูกค้า เช่น การอาสาช่วยเหลือลูกค้าก่อนเสมอ การชวนขวนขวายหาข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามซึ่งคุณเองไม่ มีข้อมูลหรือไม่มีผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ซึ่งการทำ Promotion นั้นก็เพื่อรักษาหรือสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อไป กับลูกค้า

P eople D evelopment – การพัฒนาทีมงาน

ความสำเร็จของงานคุณคงจะไม่ใช่เพียงตัวคุณเองเท่านั้น ความสำเร็จหรือผลงานที่เกิดขึ้นนั้นโดยส่วน ใหญ่จะเป็นความสำเร็จของทีมงานที่คุณร่วมด้วย หากคุณเป็นหัวหน้างานคุณควรหาวิธีการในการพัฒนา ความสามารถและศักยภาพของลูกค้าทีมคุณเอง แต่หากคุณเป็นสมาชิกในทีมงาน คุณควรช่วยเหลือเพื่อนร่วมทีม ของคุณในการสร้างความพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้า อย่าปล่อยให้ปัญหาของลูกค้าที่เกิดขึ้นเป็นปัญหา ของสมาชิกในทีมเพียงคนเดียว แต่ควรคิดว่าปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นปัญหาของทีมงานที่ทุกคนควรร่วมกันคิดและแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น

สรุปว่า ไม่ว่าคุณจะทำงานในหน่วยงานใดก็ตาม คุณเองจะต้องพบเจอกับลูกค้าที่อาจมาจากหน่วยงาน ภายในหรือหน่วยงานภายนอกองค์กร และลูกค้านี้เองเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญที่จะนำมาซึ่งรายได้ ผลกำไร หรือ ความอยู่รอดและความมั่นคงในการทำงานของคุณเอง และที่สำคัญขอให้คุณตระหนักไว้เสมอว่า “ หากคุณไม่มี ลูกค้าแล้วล่ะก็ หน่วยงานของคุณหรือตัวคุณเองนั้นจะทำงานให้กับใคร หรือทำงานเพื่อใคร ”