

รายการ รอบรู้ธุรกิจ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ตอนที่ 45 ตอบสนองผู้บริโภคอย่างไรจึงพิชิตใจลูกค้า
โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ตอบสนองผู้บริโภคอย่างไรจึงพิชิตใจลูกค้า

การตอบสนองผู้บริโภคจนสามารถพิชิตใจลูกค้าได้จะต้อง

1. **คุณภาพของสินค้า** จุดเริ่มต้นในการพิชิตใจลูกค้ามาจากคุณภาพของตัวสินค้าเอง แม้ธุรกิจจะให้บริการเป็นอย่างดี แต่ถ้าตัวสินค้าไม่มีคุณภาพก็ไม่อาจพิชิตใจลูกค้าได้
2. **การบริการลูกค้า** การบริการที่ดีจะต้องประกอบด้วย
 - 2.1 ทักษะคติของพนักงาน โดยต้องมีความรักต่อลูกค้า ยกย่องลูกค้า
 - 2.2 ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงาน ไม่หยิ่งยโส จองหอง
 - 2.3 ความสามารถในการพูดจาของพนักงาน รู้จักใช้ภาษาท่าทางที่ถูกต้องเหมาะสม
 - 2.4 การอำนวยความสะดวก รู้จักทำให้ลูกค้าสบายกายสบายใจ
 - 2.5 การรักษาความลับสัญญา สามารถดำเนินการได้ตามที่ได้ตกลงสัญญาไว้กับลูกค้า
 - 2.6 การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม เครื่องไม้เครื่องมือควรมีความทันสมัยสามารถให้บริการได้สะดวก รวดเร็ว และแม่นยำ
 - 2.7 การขานรับข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างรวดเร็ว
 - 2.8 การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ทันการณ์
 - 2.9 การเปิดปิดให้บริการสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า
 - 2.10 ความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นสามารถฝึกฝนอบรมให้แก่พนักงานได้ โดยปัจจัยด้านทัศนคติของพนักงานเป็นหัวใจที่สำคัญที่สุดที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของปัจจัยในการให้บริการอื่น ๆ ตามมา

3. **คุณค่าที่คุ้มค่า** ธุรกิจจะต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเงินที่จ่ายมาเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการมีความคุ้มค่า แม้สินค้าของธุรกิจจะมีคุณภาพที่ดีและการให้บริการอย่างดีเลิศเพียงไรก็ตาม ธุรกิจจะต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีความคุ้มค่าที่จะจ่ายซื้อจากธุรกิจ ซึ่งอาจทำได้โดยการบริการดี ให้เกียรติลูกค้า ชื้อเสี่ยงธุรกิจดี และเกิดความภูมิใจเมื่อได้ใช้สินค้าหรือบริการของธุรกิจ

4. **การสร้างมูลค่าเพิ่ม** ธุรกิจจะต้องหาหนทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวสินค้าและบริการ เช่น การทำให้ตราหือสินค้ามีชื่อเสียง มีบริการดี มีบริการเสริม มีหีบห่อที่สวยงาม มีบุคลากรที่สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าได้ตลอดเวลา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งสิ้นหรือที่เรียกกันว่าห่วงโซ่แห่งการสร้างคุณค่า (Value Chain)

ห่วงโซ่แห่งการสร้างคุณค่า หมายความว่า ทุกจุดที่ต้องสัมผัสกับลูกค้าเป็นโอกาสที่จะสร้างคุณค่าให้ได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ขาดตอน เริ่มตั้งแต่พนักงานรับโทรศัพท์ที่พูดจาสุภาพ น้ำเสียงแสดงความยินดีที่จะให้บริการ พนักงานต้อนรับที่กระตือรือร้นในการให้บริการอย่างเต็มที่ พนักงานรักษาความปลอดภัยที่อำนวยความสะดวกในการจัดหาที่จอดรถหรือชี้ทาง พนักงานประชาสัมพันธ์ที่ยินดีให้คำแนะนำ มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจเป็นอย่างดี พนักงานขายที่ช่วยแนะนำและนำเสนอสินค้าที่ลูกค้าต้องการอย่างสุภาพ เป็นต้น ห่วงโซ่แห่งการสร้างคุณค่านี้มาจากการสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กรที่เน้นให้พนักงานทุกคนทุกระดับเห็นความสำคัญของการให้บริการลูกค้าอย่างดีเลิศ และสร้างประทับใจ
