

CRM เพื่อชีวิต

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ ออยุธยา (kulachatrakul@gmail.com)

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้อ็อกไซด์ จำกัด

การมี CRM เป็นกลยุทธ์ธุรกิจนั้นเป็นเรื่องที่ดี นอกจากจะทำให้ธุรกิจแตกต่างในด้านกลยุทธ์แล้วยังทำให้สามารถผ่อนคลายนปัญหาที่หนักๆ ให้กลายเป็นเรื่องเบาๆได้ มีการใช้กลยุทธ์ CRM กันอย่างแพร่หลาย ส่วนใหญ่จะนิยมใช้ในธุรกิจที่เน้นหนักการขาย (Hard Sell) ไปจนถึงธุรกิจที่ Service อย่างเดียว แต่อย่างไรก็ตามเกือบทุกธุรกิจต่างก็ใช้กลยุทธ์นี้กันจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจกันไปเสียแล้ว

CRM หรือ Customer Relationship Management หรือเรียกว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งก็คือการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการใช้เทคโนโลยีและการใช้บุคลากรอย่างมีหลักการ เพื่อเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า สร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ เป้าหมายของ CRM คือ นั้นไม่ได้เน้นเพียงแค่การบริการลูกค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเก็บข้อมูลพฤติกรรมในการใช้จ่ายและความต้องการของลูกค้า จากนั้นจะนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์และใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการบริการรวมไปถึงนโยบายในด้านการจัดการซึ่งเป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนา CRM ก็คือ การเปลี่ยนจากผู้บริโภคไปสู่การเป็นลูกค้าตลอดไป (Customer loyalty) ปัจจุบันมีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น 1. ระบบการตลาดอัตโนมัติ (Market Automation) เป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะบุคคล (Personalization) ประวัติลูกค้า (ประเภทของสินค้าที่ซื้อ จำนวนมูลค่าในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ) 2. การขายอัตโนมัติ (Sales automation) กระบวนการขายเป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าไปสู่มือลูกค้า หรือการให้บริการกับลูกค้า 3. บริการ (Service) เป็นงานให้บริการลูกค้า ได้แก่ ระบบ Call center การตอบคำถามของลูกค้า การบริหาร Workflow การโต้ตอบผ่านระบบ IVR (Interactive Voice Response) ศูนย์บริการ การจัดทำเว็บไซต์ เพื่อให้บริการดาวน์โหลดไฟล์ รับแจ้งปัญหาการให้ข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์มือถือและล่าสุด 4. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เป็นการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตั้งแต่การให้ข้อมูลสินค้า การทำรายการซื้อขาย และระบบการชำระเงิน ความปลอดภัย



จากข่าวที่เกิดการกระหน่ำยิงเจ้าของบริษัทขายอุปกรณ์ทางการแพทย์ ย่านบางแค ดับคาสำนักงาน เพียงเพราะผู้ต้องหามาเจรจาขอคืนสินค้า แต่ตกลงกันไม่ได้ แต่ตำรวจสามารถเข้าควบคุมตัว ผู้ต้องหาพร้อมอาวุธปืนได้ทันทีเจ้าหน้าที่แจ้งข้อหาฆ่าคนตายโดยเจตนา ผู้ต้องหาโกรธแค้นที่ซื้อเครื่องช่วยหายใจจากบริษัทดังกล่าวไปให้แม่ แล้วเครื่องดังกล่าวมีปัญหาส่งเสียงสัญญาณแปลกๆ ซึ่งก่อนหน้านั้นตนได้เดินทางมาขอเปลี่ยนอุปกรณ์ดังกล่าว แต่ทางบริษัทผู้ตายไม่ให้ความร่วมมือ ตนจึงรู้สึกโกรธมาก โดยวันเกิดเหตุช่วงเช้าตนตั้งใจไปช้อปปิ้งที่สนามยิงปืน ย่านคลองหลอด ก่อนจะนำอาวุธปืนของตัวเองไปก่อเหตุที่บริษัทดังกล่าว โดยที่ทางบ้านของตนไม่ทราบเรื่องมาก่อน

หากบริษัทขายอุปกรณ์ทางการแพทย์แห่งนี้ปลูกฝังการใช้กลยุทธ์ CRM ในการบริหารจัดการกับความรู้สึกลูกค้า จะไม่เกิดเรื่องเศร้าแบบนี้ ต้องดำเนินการให้เห็นว่าการเจรจาต่อรองกับลูกค้าควรเป็นเรื่องที่ยิ่งใหญ่มาก และการชนะใจลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญจนถึงขนาดว่าให้เห็นรอยยิ้มของลูกค้าเป็นรางวัลสำหรับทุกๆวัน การหาทางชดเชยทางอารมณ์และความรู้สึก

ของลูกค้าจะดีกว่าการเอาชนะลูกค้าซึ่งไม่เป็นผลดีต่อทั้งสองฝ่าย แต่การสอนลูกน้องทั้งองค์กรให้เห็นพ้องกันถึงการให้อยู่เหนืออารมณ์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดขององค์กร โดยทั้งนี้ทั้งหมดนั้นจะต้องเริ่มที่ตัวผู้นำองค์กร

เมื่อเศรษฐกิจเข้าสู่ โลกาภิวัตน์ (Globalization) ทำให้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้น ทั้งนี้เพราะบริษัทต่างๆ พบว่า ตลาดการซื้อขายเริ่มเปลี่ยนไป ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น มีคู่แข่งทั้งจากภายในและต่างประเทศ รวมทั้งการเติบโตและพัฒนาการอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้ลูกค้ามีข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าได้มากขึ้น สามารถค้นหาว่ามีผู้ค้ารายใดในตลาดบ้าง และราคาเปรียบเทียบเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้หลายๆ ธุรกิจที่ปรับตัวไม่ทันได้ปิดฉากลง หรือ ธุรกิจอาจต้องปิดฉากลงเพราะการไม่ใช้กลยุทธ์ CRM ในการประนีประนอมกับลูกค้าก็เป็นได้ จึงเป็นเรื่องน่าคิดที่เอามาฝากกันในวันนี้
