

Human Centered

ทักษะและเทคนิค
เข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง



ทำความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้า

ทำความเข้าใจกับลูกค้า

1

ลูกค้าประจำ Loyalty Customer

เริ่มด้วยลูกค้าที่มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับธุรกิจซึ่งนั่นก็คือลูกค้าที่จงรักภักดีกับแบรนด์หรือสินค้า เรียกได้ว่า กลับมาซื้อซ้ำ ๆ ไม่ย้ายไปที่อื่น

วิธีการ

- มอบสิทธิพิเศษ รางวัลสุดพิเศษ ในเทศกาลเพื่อให้ลูกค้าประทับใจและช่วยลดการ Complaint
- ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์เป็นคนแรก ๆ โดยนำเสนอ Exclusive Event หรือ Product ให้ลูกค้า
- โอกาสวันเกิดและวันสำคัญ ส่งอีเมลหรือ SMS ให้ลูกค้า
- การต้อนรับและสนับสนุนลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ

2

ลูกค้าใหม่ New Customer

ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของแบรนด์เป็นครั้งแรก โดยอาจจะรู้จักแบรนด์จากการค้นหาข้อมูล สอบถามคนรู้จักหรือโฆษณา

วิธีการ

- ลูกค้ากลุ่มนี้มักจะไม่ค่อยเกิดการ Complaint แต่มักจะคาดหวังกับการบริการที่สูง
- มอบประสบการณ์ที่ดีผ่านงานบริการลูกค้าตั้งแต่การซื้อสินค้าครั้งแรก
- ลูกค้าศึกษาข้อมูลมาบ้างแล้วแต่ต้องการได้รับความสนใจหากถูกเมิน สามารถเกิดการ Complaint หรือเปลี่ยนใจไม่สนับสนุน

ทำความเข้าใจกับลูกค้า

3

ลูกค้าที่มีศักยภาพ Potential Customer

กำลังจะเป็นลูกค้าในอนาคตลูกค้าที่มีโอกาสและศักยภาพสูงที่จะซื้อสินค้า แต่อาจจะมีข้อมูลไม่เพียงพอ แต่ที่แน่ ๆ มีความสนใจสินค้าพอสมควร

วิธีการ

- เตรียมพร้อมในการตอบคำถามอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความอุ่นใจและความมั่นใจ
- ในขั้นการตัดสินใจการพูดคุยเพื่อหาจุดที่ลูกค้าติดปัญหา
- สนับสนุนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ที่ช่วยแก้ Pain Point ของลูกค้า

4

ลูกค้าโปรโมชั่นลดแลกแถม Discount Customer

แรงจูงใจให้ซื้อคือการลดราคาหรือมีของแถมเป็นหลัก จะรอให้ถึงช่วงเวลาลดราคาเพื่อให้ได้ราคาดีมากที่สุด

วิธีการ

- ให้รายละเอียดที่จำเป็นทั้งหมดเกี่ยวกับข้อตกลงเพื่อหลีกเลี่ยงความสับสนและเกิดการ Complaint
- ให้บริการเป็นคนพิเศษหากมีโปรโมชั่นให้รับแจ้งลูกค้าก่อนเป็นคนแรกอย่าให้ลูกค้าทราบจากที่อื่น
- หากเป็นลูกค้าเดิมอยู่แล้วอาจมี Campaign ต่อเนื่องให้กับลูกค้า

ทำความเข้าใจกับลูกค้า

5

ลูกค้าเกรี้ยวกราด Angry Customer

มีความไม่พอใจในแบรนด์ค่อนข้างสูง โดยอาจเกิดจากสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพหรือประสบการณ์แย่ ๆ ในด้านอื่น

วิธีการ

- สื่อสารด้วยความเข้าอกเข้าใจรับฟังอย่างใจเย็น
- ตอบสนองอย่างรวดเร็วในทุกปัญหาที่ลูกค้าพบเจอ รับแก้ไขให้เสร็จอย่าให้ลูกค้ารอ
- อาจจำเป็นต้องแก้ปัญหาด้วยการชดเชย เช่น คุปองส่วนลดสินค้า การมอบของขวัญ

6

ลูกค้าใจเร็ว Impulsive Customer

ลูกค้ากลุ่มนี้จะรวดเร็วต่อการซื้อสินค้าหรือบริการค่อนข้างมาก โดยส่วนใหญ่จะมีใจเร็วตามความรู้สึกและอารมณ์

วิธีการ

- ควรระวังเรื่องความถูกต้องในการสื่อสารเป็นหลัก ลูกค้าตัดสินใจเร็วและร้อน ควรตรวจสอบข้อมูลให้ตรงความต้องการของลูกค้า
- ตอบกลับอย่างรวดเร็วด้วย หากใช้เวลานานเกินไป แรงกระตุ้นในการซื้อของลูกค้าจะจางหายไป
- เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือให้รับแก้ไขอย่างรวดเร็วอาจนำไปสู่ Complaint

ทำความรู้จักกับลูกค้า

7

ลูกค้ารู้ดีกว่าพนักงาน Mistaken Customer

รู้ดีรู้มากกว่าพนักงาน เป็นลูกค้าที่คิดว่ารู้ทุกอย่างอยู่แล้ว

วิธีการ

- ไม่ว่าจะทำอะไรให้แน่ใจว่าได้แสดงออกอย่างดูสุภาพ และอย่าตัดสินถูกหรือผิด
- แสดงหลักฐาน การสำรองข้อมูลการอ้างสิทธิ์ให้ลูกค้าเห็นถึงความถูกต้อง

8

ลูกค้าที่ยกย่อง Praising Customer

ลูกค้าประเภทนี้จะแะมาบอกว่าพวกเขาซาบซึ้งในความช่วยเหลือที่ได้รับจากแบรนด์ก่อนหน้านี้

วิธีการ

- รับฟังลูกค้าอย่างตั้งใจอยู่เสมอ
- ขอบคุณลูกค้าอย่างสุดซึ้ง ที่ชื่นชมรับรู้ว่าชื่นชมและน้อมรับคำติชมของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนา
- ลูกค้าประเภทนี้สามารถกระจายความเชื่อมั่นของแบรนด์ได้ด้วยโซเชียลควรระมัดระวังไม่ให้เกิดการ Complaint

5 วิธี

แสดงความเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า

5 วิธี แสดงความเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า

คุณสมบัติที่สำคัญของผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการเข้าใจและแบ่งปันความรู้สึกของลูกค้า

1

รับฟังลูกค้า



อย่าด่วนสรุปและรีบตัดบทลูกค้า เพราะหากเราทราบความกังวลของลูกค้าก็จะสามารถแก้ปัญหาที่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้
ตั้งใจฟังสิ่งที่ลูกค้าเล่าหรืออธิบายปัญหาให้จบบางครั้งลูกค้าต้องการระบายความเครียดหรือความไม่พอใจ

5 วิธี แสดงความเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า

คุณสมบัติที่สำคัญของผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการเข้าใจและแบ่งปันความรู้สึกของลูกค้า

2

ทวนและยืนยันความต้องการของลูกค้า



เมื่อฟังลูกค้าเล่าปัญหาจบแล้วเจ้าหน้าที่ควรทวนข้อมูลเพื่อตรวจสอบความเข้าใจให้ตรงกับลูกค้า
โดยการเรียบเรียงคำพูดของเจ้าหน้าที่เอง
จากความเข้าใจที่ได้รับฟังซึ่งวิธีนี้จะทำให้ลูกค้าสบายใจที่เจ้าหน้าที่เข้าใจปัญหาและความต้องการได้ถูกต้อง

5 วิธี แสดงความเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า

คุณสมบัติที่สำคัญของผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการเข้าใจและแบ่งปันความรู้สึกของลูกค้า

3

ให้เกียรติลูกค้า



การให้เกียรติลูกค้า ทำได้โดยมีการกล่าวชื่อลูกค้าเป็นระยะ ๆ ระหว่างการสนทนา การใช้คำพูดที่สุภาพ การใช้ภาษากายต่าง ๆ เช่น การสบตาระหว่างการสนทนา การยืนที่มีระยะห่างเหมาะสม เป็นต้น นอกจากนี้ การควบคุมอารมณ์ตลอดการให้บริการ ลูกค้าที่แสดงอารมณ์โกรธก็เป็น การให้เกียรติลูกค้าเช่นกัน

5 วิธี แสดงความเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า

คุณสมบัติที่สำคัญของผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการเข้าใจและแบ่งปันความรู้สึกของลูกค้า

4

ใช้คำพูดเชิงบวก



การใช้คำพูดที่แสดงถึงความเข้าใจและใส่ใจในปัญหาของลูกค้า จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในตัวเจ้าหน้าที่ว่าจะพยายามดูแลปัญหาที่ได้แจ้งมาในบางครั้งเจ้าหน้าที่อาจไม่สามารถแก้ไขปัญหาก็ทั้งหมด แต่สามารถแสดงถึงความพยายามและความเอาใจใส่ไปยังลูกค้าได้ผ่านการใช้คำพูดเชิงบวก

5 วิธี แสดงความเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า

คุณสมบัติที่สำคัญของผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการเข้าใจและแบ่งปันความรู้สึกของลูกค้า

5

มีทัศนคติเชิงบวกอยู่เสมอ



เจ้าหน้าที่ต้องคิดบวกและมีแรงจูงใจไม่ว่าสถานการณ์จะน่าหงุดหงิดเพียงใด ลองหาวิธีทำให้สมองปลอดโปร่งและสลัดความเครียดที่เกิดขึ้น อาทิ ยืดเส้นยืดสายที่โต๊ะทำงานระหว่างพัก พูดคุยกับเพื่อนร่วมงาน หรือ เดินออกไปสูดอากาศภายนอก

เข้าใจธรรมชาติของลูกค้า

H

U

M

A

N

S

ธรรมชาติของผู้รับบริการ

ธรรมชาติของมนุษย์...ต้องการการดูแลเอาใจใส่

อยากเป็นบุคคลสำคัญ

ต้องการให้ดูแลเอาใจใส่

ชอบช่วยเหลือ

อยากได้รับการยกย่อง

EMPATHY MAP

ช่วยให้เข้าใจลูกค้ามากขึ้น

EMPATHY MAP

ชื่อลูกค้า (Name Customer) :

สถานการณ์ (Scenario) :

คิดและรู้สึก (Think and Feel)

- ในความคิดและความรู้สึกของลูกค้าอะไรคือสิ่งที่สำคัญ
- ความรู้สึก ความสบายใจ ความเชื่อ มีผลต่อลูกค้า

ฟังหรือได้ยิน (Hear)

- ลูกค้าได้ยินเรื่องราวต่าง ๆ จากใครบ้าง
- เรื่องราวที่ได้ยินคืออะไร
- สื่อด้านไหนที่ลูกค้าได้ยินมา มีผลต่อความคิดและการกระทำของลูกค้าโดยตรง

ดู / เห็น (See)

- เห็นจากที่ไหนหรือสื่ออะไร
- สิ่งที่เห็นมีผลอะไรต่อตัวลูกค้า สภาพแวดล้อม
- ปัญหาอะไรที่ลูกค้าจะเห็นอยู่บ่อยครั้ง

พูดและทำ (Say and Do)

- อะไรคือพฤติกรรมที่ลูกค้าแสดงออกหรือพูดออกมา
- ลูกค้าพูดถึงเรื่องอะไรบ้าง

ความเจ็บปวด (Pains)

อะไรคือปัญหาหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความเจ็บปวดกับลูกค้า

สิ่งที่อยากได้ (Gains)

อะไรที่ลูกค้าต้องการอะไร อยากได้อะไร