

COMPLAINT MANAGEMENT

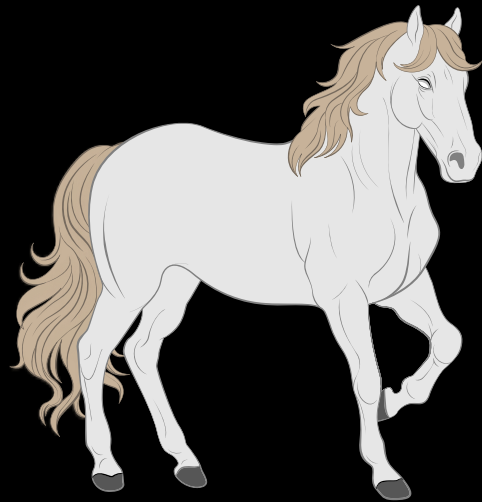


หลงป่าไปเจอกับ “สัตว์” สัตว์ชนิดนั้นคืออะไร?



A

อบอุ่น ซื่อสัตย์ ฟังพาได้



B

โอเดียนและความคิดสร้างสรรค์



C

ต้องการการยอมรับ
ภาพลักษณ์ สถานะ



D

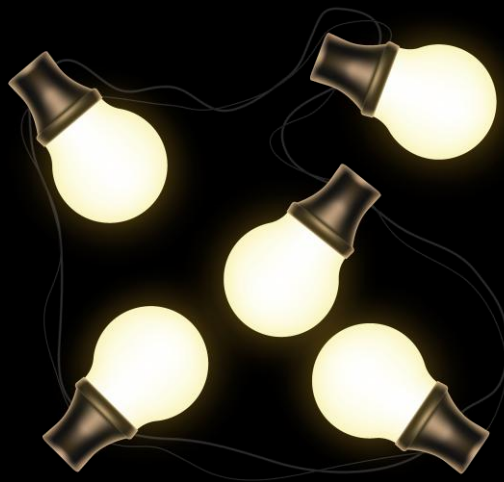
อ่อนโยน น่าทะนุถนอม ปลอดภัย

ในห้องมืดมี “แสงเดียว” มันคืออะไร?



A

แรงใจจากคนใกล้ตัว
และความอบอุ่น



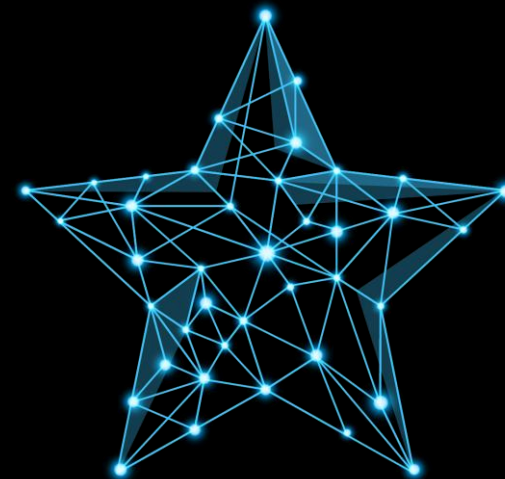
B

ไอเดียและความคิดสร้างสรรค์



C

ความรัก/คนสำคัญในชีวิต



D

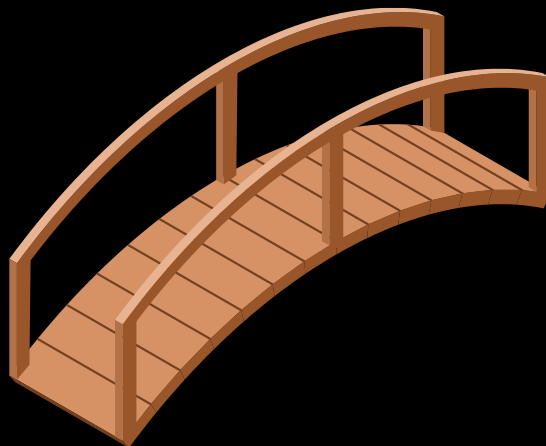
ความฝัน เป้าหมายระยะยาว

คุณจะข้าม “แม่น้ำ” อย่างไร?



A

ตัดสินใจเร็ว กล้าได้กล้าเสีย



B

วางแผนเป็นระบบ
เลือกวิธีปลอดภัย



C

ยอมลุย แม้เหนื่อยก็ทำ



D

เลี้ยวปะทะ ยึดหยุ่น ปรับตัวเก่ง

“บงบวญในกลอง” คือะไร?



A

อยากได้เสถียรภาพ
อิสรภาพทางการเงิน



B

อยากเติบโต
พัฒนาตัวเองไม่หยุด



C

ต้องการการยอมรับ
ภาพลักษณ์ สถานะ



D

โหยหาความสุขเรียบง่าย
ความสนุก

คุณเจอประตู 4 บาน คุณจะเลือกบานไหน?



A

รักความอบอุ่น คลาสสิก
ปลอดภัย



B

โปร่งใส ชัดตรง เปิดเผย
พร้อมสื่อสาร



C

คุณมักควบคุมสถานการณ์
และมีวินัยอยู่เสมอ



D

ชอบสีสัน พงษ์ภัย
รักความแปลกใหม่

A

A เด่น

อบอุ่น เชื่อใจได้ รักความมั่นคง
โฟกัสครอบครัว/ฐานชีวิต

B

B เด่น

มีเหตุผล วางแผน เก่งการสื่อสาร
มองการณ์ไกล

C

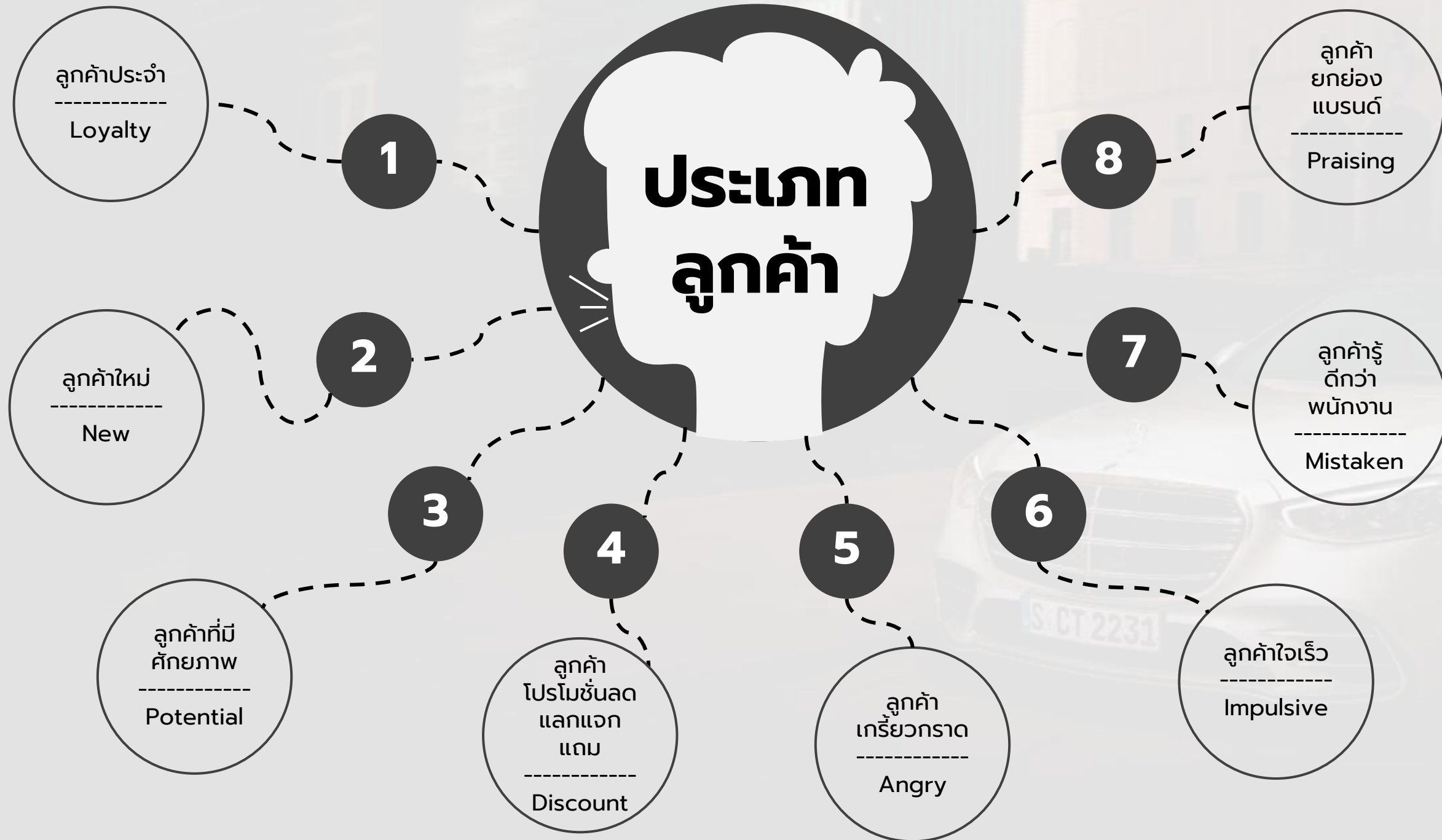
C เด่น

ทะเยอทะยาน ชอบความท้าทาย
กล้าเสี่ยง มีวินัย

D

D เด่น

สร้างสรรค์ อ่อนไหวทางศิลป์
รักอิสระ ชอบประสบการณ์ใหม่



ทำความเข้าใจกับลูกค้า

1

ลูกค้าประจำ Loyalty Customer

เริ่มด้วยลูกค้าที่มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับธุรกิจซึ่งนั่นก็คือลูกค้าที่จงรักภักดีกับแบรนด์หรือสินค้า เรียกได้ว่า กลับมาซื้อซ้ำ ๆ ไม่ย้ายไปที่อื่น

วิธีการ

- มอบสิทธิพิเศษ รางวัลพิเศษ 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
- ลูกค้าศึกษาข้อมูลมาบ้างแล้วแต่ต้องการได้รับความสนใจหากถูกเบียดเบียนสามารถเกิดการ Complaint หรือเปลี่ยนใจไม่สนับสนุน

ทำความเข้าใจกับลูกค้า

3

ลูกค้าที่มีศักยภาพ Potential Customer

กำลังจะเป็นลูกค้าในอนาคตลูกค้าที่มีโอกาสและศักยภาพสูงที่จะซื้อสินค้า แต่อาจจะมีข้อมูลไม่เพียงพอ แต่ที่แน่ ๆ มีความสนใจสินค้าพอสมควร

วิธีการ

- เตรียมพร้อมในการตอบคำถามอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความอุ่นใจและความมั่นใจ
- ในขั้นการตัดสินใจการพูดคุยเพื่อหาจุดที่ลูกค้าติดปัญหา
- สนับสนุนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ที่ช่วยแก้ Pain Point ของลูกค้า

4

ลูกค้าโปรโมชั่นลดแจกแถม Discount Customer

แรงจูงใจให้ซื้อคือการลดราคาหรือมีของแถมเป็นหลัก จะรอให้ถึงช่วงเวลาลดราคาเพื่อให้ได้ราคาดีมากที่สุด

วิธีการ

- ให้รายละเอียดที่จำเป็นทั้งหมดเกี่ยวกับข้อตกลงเพื่อหลีกเลี่ยงความสับสนและเกิดการ Complaint
- ให้บริการเป็นคนพิเศษหากมีโปรโมชั่นให้รับแจ้งลูกค้าก่อนเป็นคนแรกอย่าให้ลูกค้าทราบจากที่อื่น
- หากเป็นลูกค้าเดิมอยู่แล้วอาจมี Campaign ต่อเนื่องให้กับลูกค้า

ทำความรู้จักกับลูกค้า

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 ที่ชื่นชมรับรู้ที่ชื่นชมและน้อมรับคำติชมของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนา
- ลูกค้าประเภทนี้สามารถกระจายความเชื่อมั่นของแบรนด์ได้ด้วยโซเชียลควรระมัดระวังไม่ให้เกิดการ Complaint



การบริการกับความคาดหวัง

การบริการคืออะไร

ความหมาย

ตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวัง
ของผู้รับบริการ

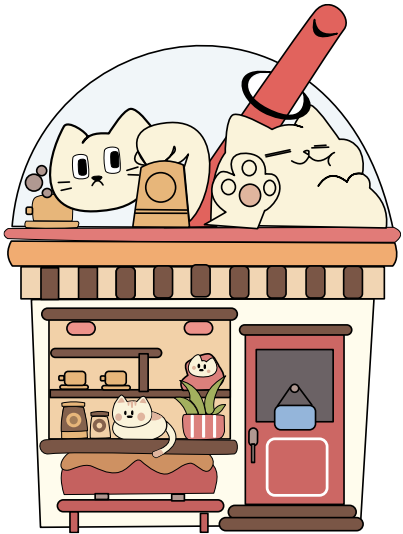
โดยการบริการอาจเป็นการให้คำแนะนำ การช่วย
แก้ไขปัญหา การให้ข้อมูล หรือการดูแล
และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ การบริการที่ดีนั้น
มักเน้นที่การให้ความสำคัญกับลูกค้าและพยายาม
ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและพึงพอใจ

ความสำคัญ

- สร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดี
- เสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร
- เพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับแบรนด์

Game

ร้านบิงซูในสยามพารากอน



ร้านพิซซ่าโฮมเมด



ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือ 15 บาท

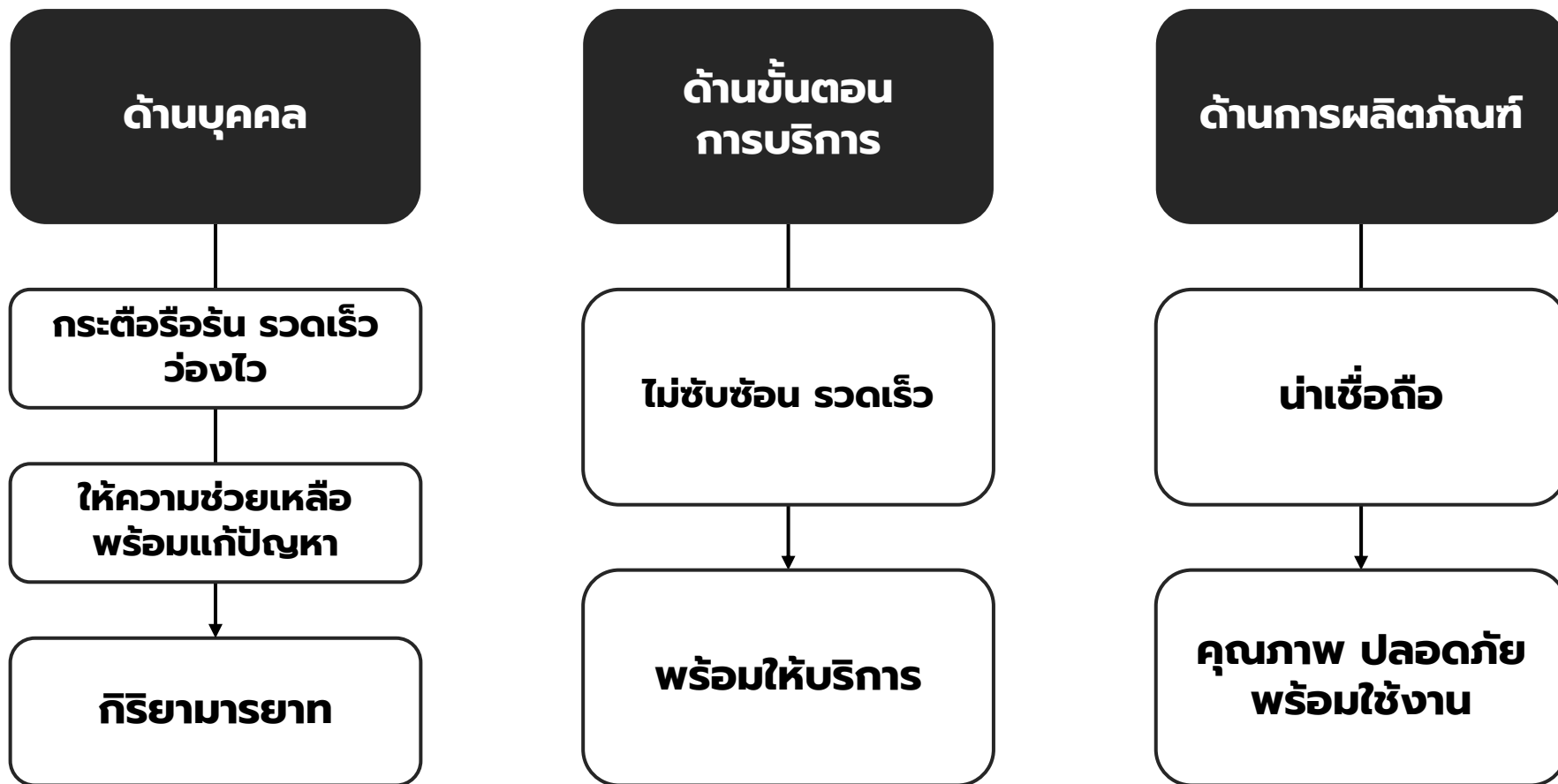


ข้าวแกงบุฟเฟ่



การตั้งเป้าหมายในการบริการ

ความคาดหวังในการบริการ



ความคาดหวังในการบริการ



โรงแรม 5 ดาว



โฮสเทล



โฮมสเตย์

การร้องเรียนเกิดจากอะไร?

การร้องเรียน



เกิดจากการแสดงออกถึงความคาดหวังในการบริการ

ตั้งความหวังจากแบรนด์ไว้มากเกินไปและผิดหวังเมื่อการบริการไม่เป็นแบบที่คาดหวัง

คาดหวังด้านบุคคล

คาดหวังด้าน
ขั้นตอนการบริการ

คาดหวังด้านผลิตภัณฑ์

Game

ขั้นตอนการบริการ



รถ



คน



เจเลย (พนักงานบริการ)

คุยเล่นระหว่างรับสายไม่สนใจฉันเลย

พูดถึงลูกค้าคนอื่นในแง่ไม่ดี

ถามข้อมูลเดิมซ้ำ ๆ

พูดเสียงแข็ง

หาข้อมูลนานมาก

ตอบไม่ตรงคำถาม

เรียกชื่อลูกค้าผิด

ให้สัญญากับลูกค้าเกินความเป็นจริง

ไม่สนใจความรู้สึกลูกค้าขาด Empathy

พูดจาประชดประชัน



เฉลี่ย (ขั้นตอนการบริการ)

ประสานงานไม่ดี

ไม่พร้อมให้บริการ

ติดตามผลไม่ได้

ทำให้ลูกค้ารอนานลูกค้ารู้สึกเสียเวลา

ซับซ้อนเกินไป

ไม่มีใครรับผิดชอบเคลสให้ชัดเจน

ได้ข้อมูลไม่ตรงกันจากพนักงานต่างคน

ไม่ทวนข้อมูลทำให้เข้าใจไม่ตรงกันกับลูกค้า

โอนสาย call center นาน

ระยะเวลาดำเนินการนานมากกว่า 7 วัน

เจลย (ผลิตภัณฑ์)

ความปลอดภัยในการใช้สินค้า

ซ่อมซ้ำ ๆ เดิม ๆ

โฆษณาเกินจริง

เงื่อนไขการรับประกันสินค้าที่ซับซ้อน

สินค้าไม่ตรงปก

ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ

สินค้าลอกเลียนแบบเยอะ

สินค้ามีตำหนิ แตก หัก บิ่น

สินค้าเสียหายระหว่างการขนส่ง

สถานที่ผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน

ข้อร้องเรียนด้านบุคคล



การบริการด้านบุคคล (พนักงาน)

- คาดหวังการบริการที่ดี
- คาดหวังถูกต้อนรับเป็นอย่างดี
- คาดหวังการพูดจาสุภาพจากพนักงาน
- คาดหวังจะได้รับการเอาใจใส่เหมือนเป็นคนพิเศษ

ข้อร้องเรียน

- พนักงานไม่มาต้อนรับ
- นินทาและพูดจาดูถูกลูกค้า
- ไม่บริการของว่างเป็นเจตนาไม่เอาใจใส่ลูกค้า
- ไม่พร้อมให้ความช่วยเหลือ

ข้อร้องเรียนขั้นตอนการบริการ



ขั้นตอนการบริการ

- พร้อมบริการ
- รวดเร็ว
- ไม่ซับซ้อน

ข้อร้องเรียน

- ไม่พร้อมให้บริการ
- ประสิทธิภาพล่าช้า
- ขั้นตอนเยอะเกินไป

ข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์



ด้านผลิตภัณฑ์

- ความน่าเชื่อถือ
- ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
- การทดลองการใช้งาน

ข้อร้องเรียน

- ความไม่พร้อมใช้งาน
- แบตเตอรี่หมดเร็ว ระบบแอร์ทำงานไม่เสถียร ระบบประตูมีปัญหา



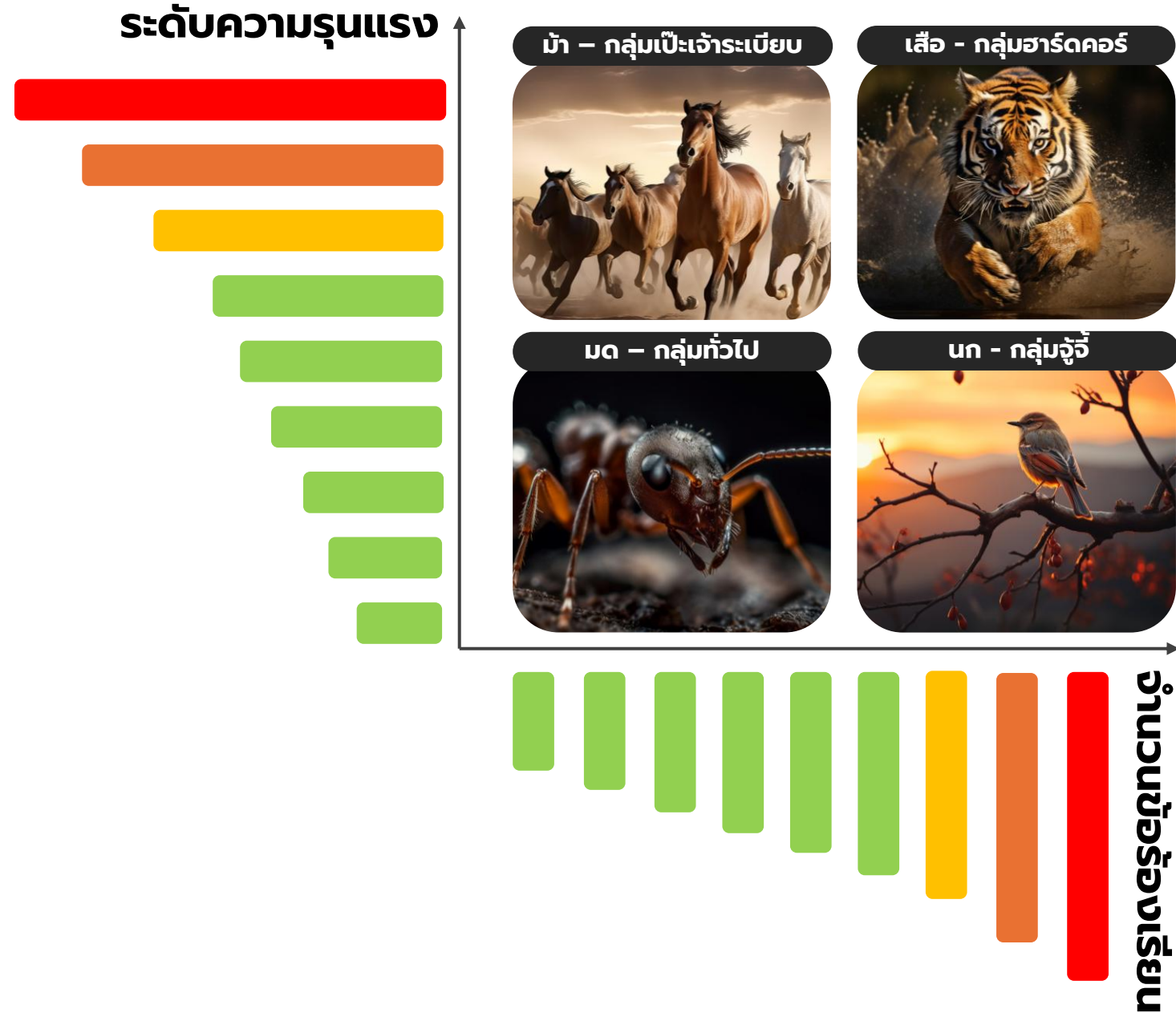
ลูกคำกับข้อร้องเรียน

ลูกคำ กับข้อ ร้องเรียน

หากเรามองลูกคำในแง่มุมมอง

การร้องเรียนนั้น สามารถแบ่งได้เป็น

กลุ่มใหญ่ๆ 4 กลุ่ม คือ





ลูกค้ายกลุ่ม “มด” มีจำนวนมากกว่าทุก ๆ กลุ่ม เป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่แบรนด์ให้บริการ ไม่ค่อยมีปัญหาแต่ร้องเรียนมาที่ก๊าดเจ็บเหมือนกัน

- คาดหวังมาตรฐานการบริการที่ดี
- เจียบ ไม่ชักตามทันที
- ข้อร้องเรียนไม่รุนแรง
- ถ้าไม่ถูกใจอาจไม่กลับมาใช้บริการอีกเลย

วิธีการ

- ดูแลไม่ให้เกิดซ้ำอีกเพราะอาจเกิดปัญหาข้อร้องเรียนซ้ำ ๆ อีก
- รักษามาตรฐานการบริการให้ดีเพราะอาจจะเสียลูกค้ากลุ่มนี้ไป

มด – กลุ่มทั่วไป

นก - กลุ่มจู้จี้

ลูกค้ำกลุ่ม “นก” ลูกค้ำกลุ่มนี้ร้องเรียนจะไม่ใช้อารมณ์หรือความรุนแรงเข้ามา มักจะบ่นหรือร้องเรียนด้วยเรื่องเล็ก ๆ น้อย

- ลูกค้ำค่อนข้างมีความจู้จี้ จุกจิก
- บุคลิกที่มีลักษณะช่างพูด ช่างคุย ช่างซักช่างถาม บ่นว่าราคาแพง
- คุยถูกคอหรือคุยดี ๆ ก็ตัดสินใจซื้อได้ง่าย

วิธีการ

- ดูแลให้บริการด้วยความเอาใจใส่ จริงใจ
- ลูกค้ำกลุ่มนี้หากดูแลดี ตอบคำถามช่วยแก้ปัญหาได้ คุยถูกคอกับลูกค้ำ หากเป็นเซลก็จะสามารถปิดการขายได้ง่าย



ลูกค้ายกลุ่ม “ม้า” ม้าเป็นสัตว์สง่างาม
มีบุคลิกเฉพาะตน มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง
มีความเฉลียวฉลาด และมาตรฐานสูง

- แต่งกายที่ดูเนียบ พัดพิณ
- ให้ความสำคัญกับรายละเอียด
- ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ความเข้าใจ
ตอบคำถามได้
- หากบริการไม่ได้มาตรฐานจะแจ้งถึงผู้บริหาร
องค์กรนั้นหรือขอพบผู้จัดการ

วิธีการ

- ให้หัวหน้าหรือผู้จัดการเป็นผู้ดูแลลูกค้าแทน
- ผู้ให้บริการที่มีความรู้เรื่องตัวสินค้าและบริการ
แน่นหนามารับมือ

ม้า – กลุ่มเป๊ะเจ้าระเบียบ

เสือ - กลุ่มฮาร์ดคอร์

ลูกค้ายกลุ่ม “เสือ” เสืออย่างตนไปทางไหน ก็จะเป็นที่
น่าเกรงขาม ดุดัน บู่คำราม พร้อมอาละวาด
ทำให้ผู้คนรู้สึกกลัวได้ในฉับพลันเหมือนเสือร้าย

- ขี้หงุดหงิด ไม่ชอบอดทนรอ
- เรียกร้องสิทธิอย่างเต็มที่ เมื่อไม่ได้ดังใจจะ
โกรธทันที
- เมื่อร้องเรียนก็จะมีอารมณ์ความรุนแรง
- ใช้ถ้อยคำหยาบคาย

วิธีจัดการ

- ใช้ความใจเย็นให้มาก ๆ ดูแลลูกค้าให้เป็นไป
ตามขั้นตอนตามมาตรฐานขององค์กร
- ห้ามอารมณ์เสียตาม เพราะอาจเกิดการปะทุ
ของอารมณ์ทั้งสองฝ่ายก็เป็นได้
- มีความชัดเจนในการบริการเป็นขั้นเป็นตอน

15
Minute
break



เทคนิคการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

1. ทำความเข้าใจลูกค้า



2. ประเมินสถานการณ์



3. การแสดงถึงความสำคัญ



4. ตอบกลับพร้อมวิธีจัดการ
ปัญหาเบื้องต้น





สัญญาณอันตรายจากการร้องเรียน

จับสัญญาณ

1. น้ำเสียง (Sound)



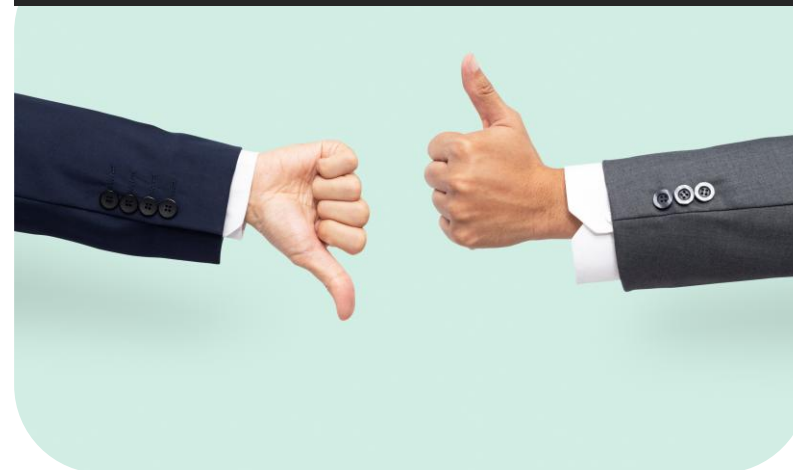
2. วิธีการสื่อสาร (Communication)



3. อารมณ์ (Emotion)



4. การตอบสนอง (Response)



สัญญาณอันตรายจากการร้องเรียน



**การคาดหวัง
อย่างไม่มีเหตุผล**

ตัวอย่างประโยค

- บริษัทก็ดัง แะให้ส่วนลด 50 %
พี่เคยเห็นคนอื่นก็ได้กัน
- ก็ของคุณมันมีปัญหา เปลี่ยนใหม่
ให้เลยไม่ได้หรือไง
- บริษัทก็ใหญ่ บริการได้แค่นี้หรอ

สัญญาณอันตรายจากการร้องเรียน



**น้ำเสียงประชด
หงุดหงิด ก้าวร้าว
หยาบคาย**

ตัวอย่างประโยค

- นิดคือล่องหน้าแล้ว พวกคุณทำงานใช้สมองกันบ้างไหมต้องปล่อยให้ลูกค้ายอนาน
- โอ๊ย!! บอกแต่ให้รอ ให้รอถึงชาติไหน คุณจะบ้าหรือไง ผมต้องรีบใช้งาน

สัญญาณอันตรายจากการร้องเรียน



**ไม่อยากตอบคำถาม
เวลาขอข้อมูล**



ตัวอย่างประโยค

- เร็ว ๆ รับประทานมา ไม่ได้ว่างทั้งวัน
- จะถามอะไรเยอะแยะ ข้อมูลในระบบตรวจสอบไม่ได้หรือไง
- ให้ข้อมูลไปหมดแล้ว ไม่หาข้อมูลก่อนโทรมาหรือไง

สัญญาณอันตรายจากการร้องเรียน



**สื่อสารยัดเยียด
ความต้องการตัวเอง**

ตัวอย่างประโยค

- ทำไม่ถึงไม่ได้ อธิบายแล้วไม่เข้าใจ
ตรงไหนผมเป็นลูกค้าจ่ายเงินก็เยอะ
เรื่องแค่นี้ช่วยลูกค้าไม่ได้หรือไง
- แล้วยังไงอะ ผมต้องรีบใช้รถ
รับปากส่งเดชได้ยังไง ตอนแรก
บอก 2 วันเสร็จ นี่อะไรผิดหวัง
จริง ๆ

A

N

G

E

R

เทคนิครับมือกับ “ลูกคำสุดวีน”

1

อยู่ในความสงบ

- มีสติอยู่เสมออารมณ์ไม่คล้อยตามลูกคำ
- ไม่เก็บความโกรธของลูกคำมาไว้เป็นการส่วนตัว
- หากลูกคำใช้ภาษาที่หยาบคาย อยู่เหนือการควบคุมไม่จำเป็นต้องปะทะ สามารถส่งต่อลูกคำไปยังผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่า

2

การรับฟัง

- วิธีที่จะช่วยให้เราเห็นปัญหาที่แท้จริง
- ตามคำถามปลายเปิดให้ลูกคำพูดสิ่งที่อยู่ในใจ
 - ละทิ้งอคติไม่ตัดสินลูกคำ
 - สนใจไปที่ลูกคำแทนที่จะสนใจความคิดของตัวเอง
 - การใช้ภาษากายเข้าช่วย เช่น การสบตา
 - หลีกเลี่ยงการทำอย่างอื่นในขณะที่ลูกคำพูด เช่น เล่นโทรศัพท์

A

N

G

E

R

เทคนิครับมือกับ “ลูกค้าสุดวีน”

3

ทวนสิ่งที่ลูกค้าพูดอีกครั้ง

- ทบทวนปัญหาจากการรับฟัง
- สรุปสิ่งที่เราได้ยินเพื่อให้แน่ใจว่าเราให้ความสนใจตรงกัน
- เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหานั้น เพื่อคลายความกังวลของลูกค้า

4

ขอบคุณลูกค้า
ที่แจ้งปัญหาเข้ามา

- การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี
- ขอบคุณลูกค้า ที่ลูกค้าแจ้งปัญหานี้ให้ทราบ
- ผูกมิตรกับลูกค้าให้รู้สึกที่เราอยู่ฝ่ายเดียวกันกับลูกค้า

เทคนิครับมือกับ “ลูกค้าสุดวีน”

5

**อธิบายว่าเราจะแก้ไข
ปัญหาอย่างไร**

- สิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริงคือ “การแก้ไขปัญหา”
- ดำเนินการในขั้นตอนไหนไปแล้วบ้าง
- ขั้นตอนต่อไปที่เรากำลังทำคืออะไร

6

**กำหนดเวลา
ในการติดตามผล**

- การพูดคุยและอธิบายอย่างชัดเจน ต้องรอนานที่วันหรือจะติดต่อกลับตอนไหน
- การดำเนินการแจ้งความคืบหน้าในครั้งต่อไป
- ปัญหาบางอย่างก็ไม่สามารถถูกแก้ไขได้ทันทีถึงลูกค้าไม่ชอบการรอแต่จะเข้าใจได้

A

N

G

E

R

เทคนิครับมือกับ “ลูกคำสุดวีน”

7

แสดงความจริงใจกับลูกคำ

- ลูกคำมักจะประเมินค่าที่ของเราตลอดเวลาที่พูดคุย
- ลูกคำรู้เสมอว่าเรากำลังให้บริการด้วยความจริงใจหรือแค่ให้บริการแบบขอไปที
- เช็กตัวเองทุกครั้งว่ากำลังใช้สีหน้า ท่าทาง และน้ำเสียงที่เหมาะสมหรือไม่

8

**หากหลายปัญหา ให้แก้จาก
ปัญหาที่ “ร้ายแรง” ก่อน**

- การจัดลำดับความ “ร้ายแรง” ของปัญหา
- สิ่งสำคัญคือ “เวลา” หากเราแก้ปัญหาคิดช้า ปัญหาเล็กจะกลายเป็นปัญหาใหญ่

A

N

G

E

R

รับมือกับ “ตัวเอง”



ตั้งใจ สงบจิต สงบใจ

ไม่เอาความโกรธของลูกค้าเก็บมาคิดมาก

เปลี่ยนสถานที่หรือห่างจากสถานการณ์
ส่งต่อให้คนมีประสบการณ์มากกว่า

คิดบวกฝึกการมองจากมุมมองอื่นๆ

สุดท้ายใจเข้าลึก ๆ
ช่วยลดการตั้งเครียดของสมอง

A

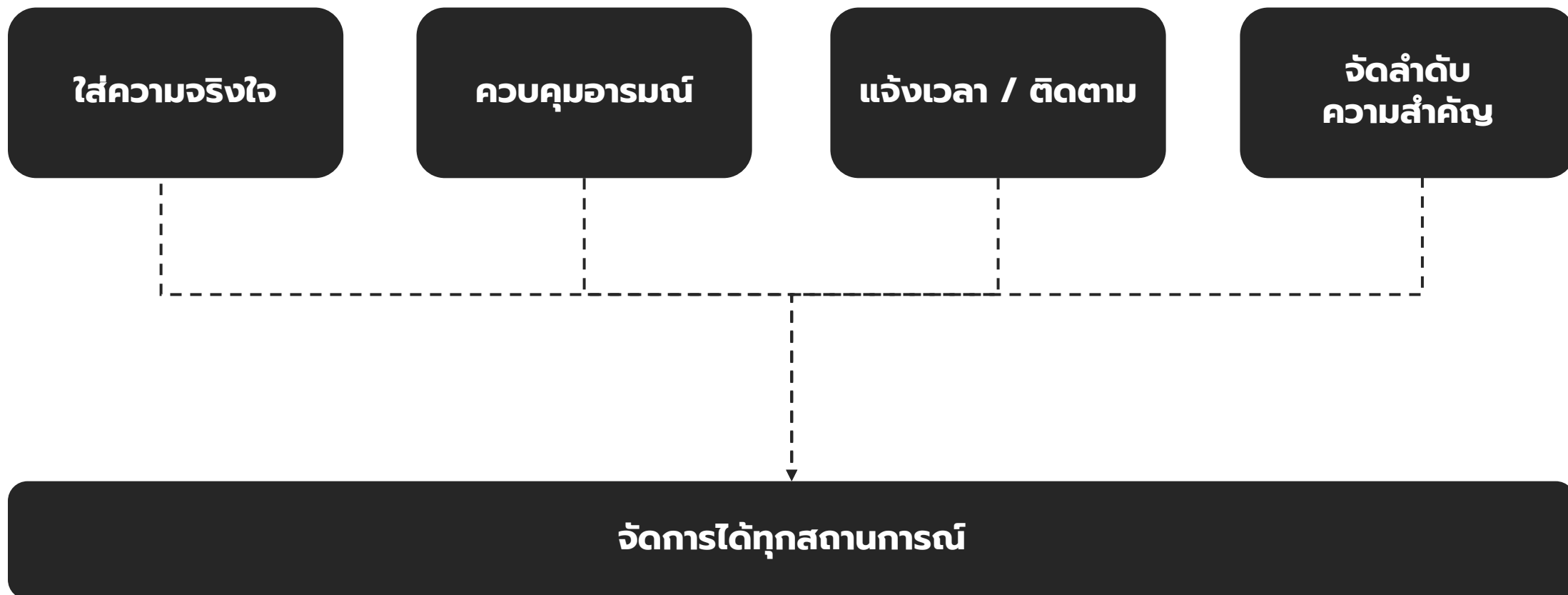
N

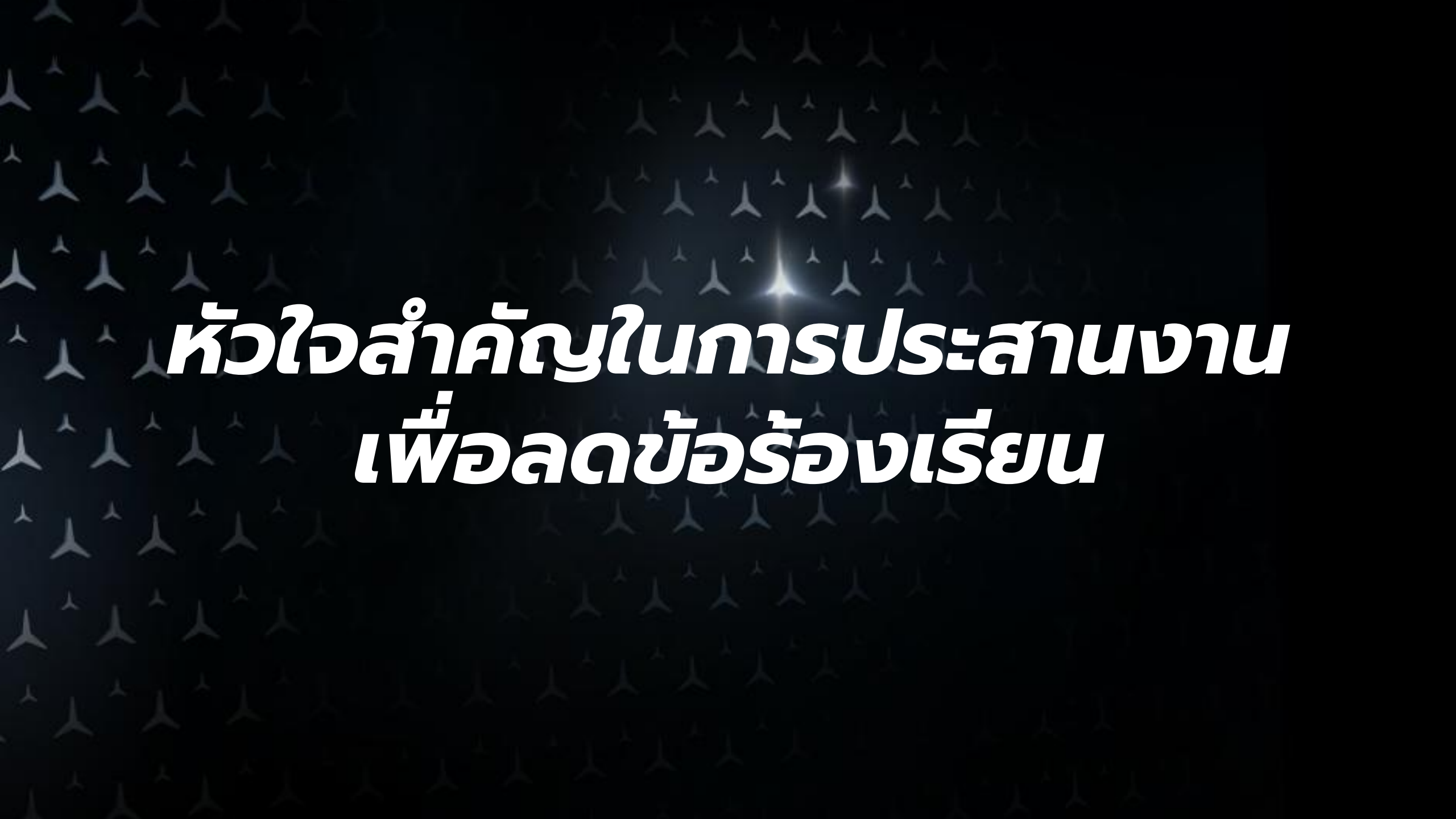
G

E

R

ฝึกทักษะในการรับมือการลูกค้า





**หัวใจสำคัญในการประสานงาน
เพื่อลดข้อร้องเรียน**

หัวใจสำคัญในการประสานงาน เพื่อลดข้อร้องเรียน

การสื่อสารงานเปรียบเสมือนหัวใจเพราะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำให้ภาระกิจสำเร็จผล

การสื่อสารที่ชัดเจน

การฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

การตั้งเป้าหมายร่วมกัน

การทำงานเป็นทีม

การติดตามและประเมินผล

การสื่อสารที่ชัดเจน

สื่อสารอย่างตรงประเด็น

ฟังและตอบสนอง

ใช้ภาษาที่สื่อสารเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน

ให้ข้อมูลที่ครบถ้วน

การสื่อสารให้ทุกฝ่ายเข้าใจตรงกัน เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดหรือความไม่ชัดเจนในการทำงานร่วมกัน

การฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

รับฟังและยอมรับความคิดเห็น

ไม่ตัดสินถูกผิด

ขอบคุณทุก ๆ ความคิดเห็น

เปิดโอกาสให้ทุกคนรู้สึกสะดวกใจ
ในการแชร์ความคิดเห็น

ฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่าย และเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการเสนอไอเดียหรือแนวทางแก้ไข

การตั้งเป้าหมายร่วมกัน

เป้าหมายควรเป็นสิ่งที่สามารถทำได้จริง
ตามศักยภาพของทีม

ตั้งระยะเวลาให้ชัดเจน

การตั้งเป้าหมายร่วมกันจะทำให้รู้สึก
เป็นเจ้าของและมุ่งมั่น
ที่จะบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

การสร้างแรงจูงใจให้กับทีม

ทุกฝ่ายต้องเข้าใจและมีเป้าหมายเดียวกัน เพื่อให้การทำงานมีทิศทางและชัดเจน

การทำงานเป็นทีม

การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี

การแบ่งงานและบทบาทอย่างชัดเจน

การแก้ไขปัญหาด้วยความร่วมมือ

การจัดการความขัดแย้งในทีม

การร่วมมือและสนับสนุนกันภายในทีม ช่วยให้บรรลุผลสำเร็จได้ง่ายขึ้น
การจัดการเวลาและทรัพยากร – การแบ่งเวลาการทำงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เกิดความล่าช้า

การติดตามและประเมินผล

การติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

การประเมินผล

การเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ

การรายงานผล

การตรวจสอบความคืบหน้าของงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดข้อผิดพลาดและทำให้การประสานงานเป็นไปอย่างราบรื่น

