

Empathy For Customer Service



Empathy คืออะไร



ความสามารถในการ **เข้าใจความรู้สึก ความคิด และมุมมองของผู้อื่น** เสมือนเราได้ “เข้าไปอยู่ในใจของเขา”
ชั่วขณะหนึ่ง โดยไม่ตัดสินหรือรับแก้ปัญหาว

EMPATHY

**การเอาตัวเองเข้าไปอยู่ในความรู้สึก
สถานการณ์ที่คนอื่นเผชิญ**

ทำให้เข้าใจเหตุแต่ไม่ใช้อารมณ์ตัดสิน
และเข้าใจความรู้สึกจากมุมมอง
ของคนนั้นจริง ๆ

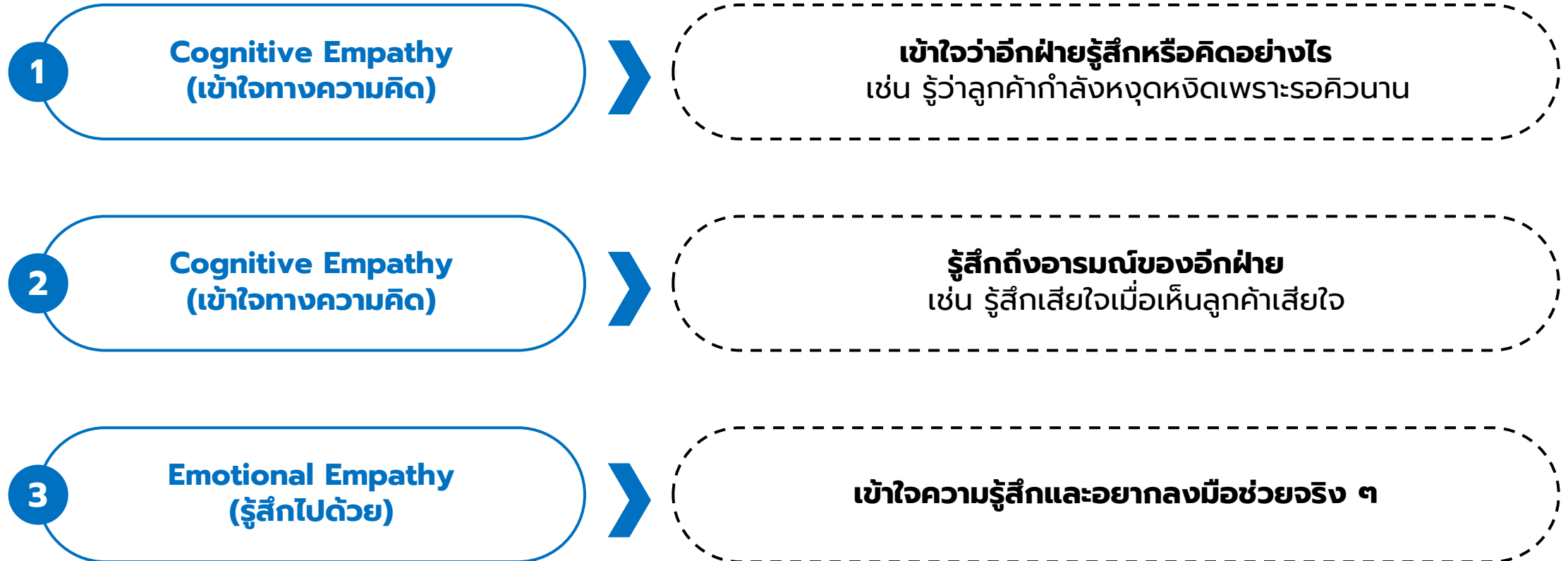


SYMPATHY

**ความรู้สึกเห็นอกเห็นใจผู้อื่นเป็นการมอง
และตัดสินสิ่งต่าง ๆ ผ่านอารมณ์**

เช่น ความสงสาร เศร้า เสียใจ เห็นใจ
เมื่อเห็นคนอื่นต้องเผชิญ
กับเหตุการณ์ไม่ดี

ประเภทของ Empathy



“ทำไม **Empathy** สำคัญใน งานบริการ”

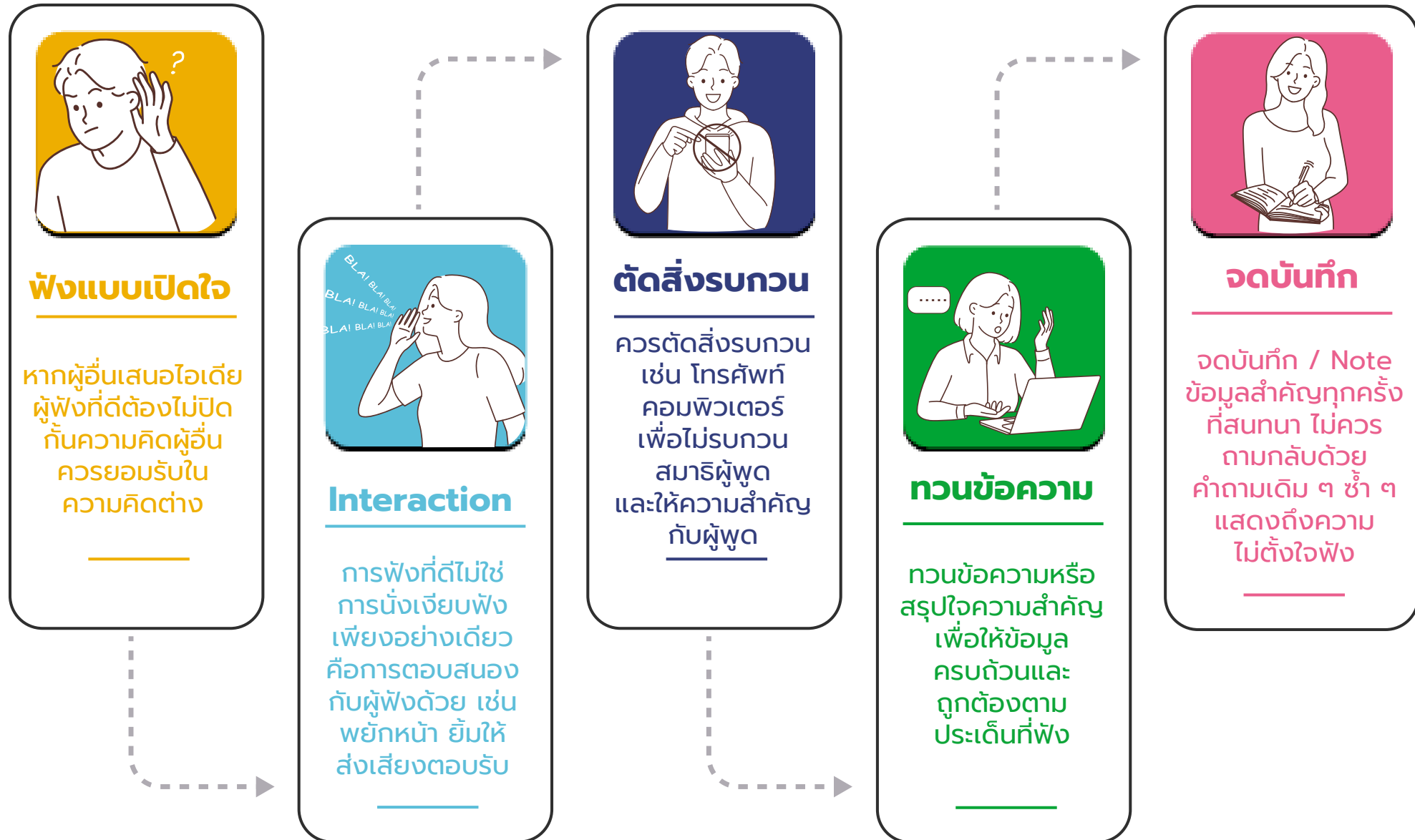
- ลูกค้ารู้สึกได้รับการเข้าใจ
- ลดความโกรธ ความไม่พอใจ
- เพิ่มความไว้วางใจและความภักดี (Loyalty)



**“การค้นหาความ
ต้องการของลูกค้า”**



คุณสมบัติ 5 ข้อ ที่ผู้ฟังที่ดีควรมี?



เทคนิค 5 ข้อ ในการพัฒนาทักษะการฟังทางโทรศัพท์



1. ให้ความสนใจลูกค้าเสมอ
มีสมาธิและโฟกัสไปที่การฟัง
ลูกค้าให้ได้มากที่สุด



2. ห้ามเดาความต้องการของลูกค้า
จับใจความทั้งสิ่งที่ลูกค้าพูดและ
อารมณ์ของลูกค้าขณะพูด



3. ไม่ขัดจังหวะการพูดของลูกค้า
และเตรียมคำถามในหัวไว้เสมอ
ให้ลูกค้าได้พูดในสิ่งที่ต้องการพูด
และตอบกลับด้วยคำถาม
เมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม

เทคนิค 5 ข้อ ในการพัฒนาทักษะการฟังทางโทรศัพท์



4.พร้อมจดเสมอ
เมื่อสมองไม่ใช่คอมพิวเตอร์
เราจึงต้องพร้อมจดบันทึก



5. ทวนความต้องการของลูกค้าอีกครั้ง
สรุปและทวนความต้องการกับลูกค้า
อีกครั้งก่อนดำเนินการ

พฤติกรรมลูกค้าในยุคปัจจุบัน (Customer Behavior Today)

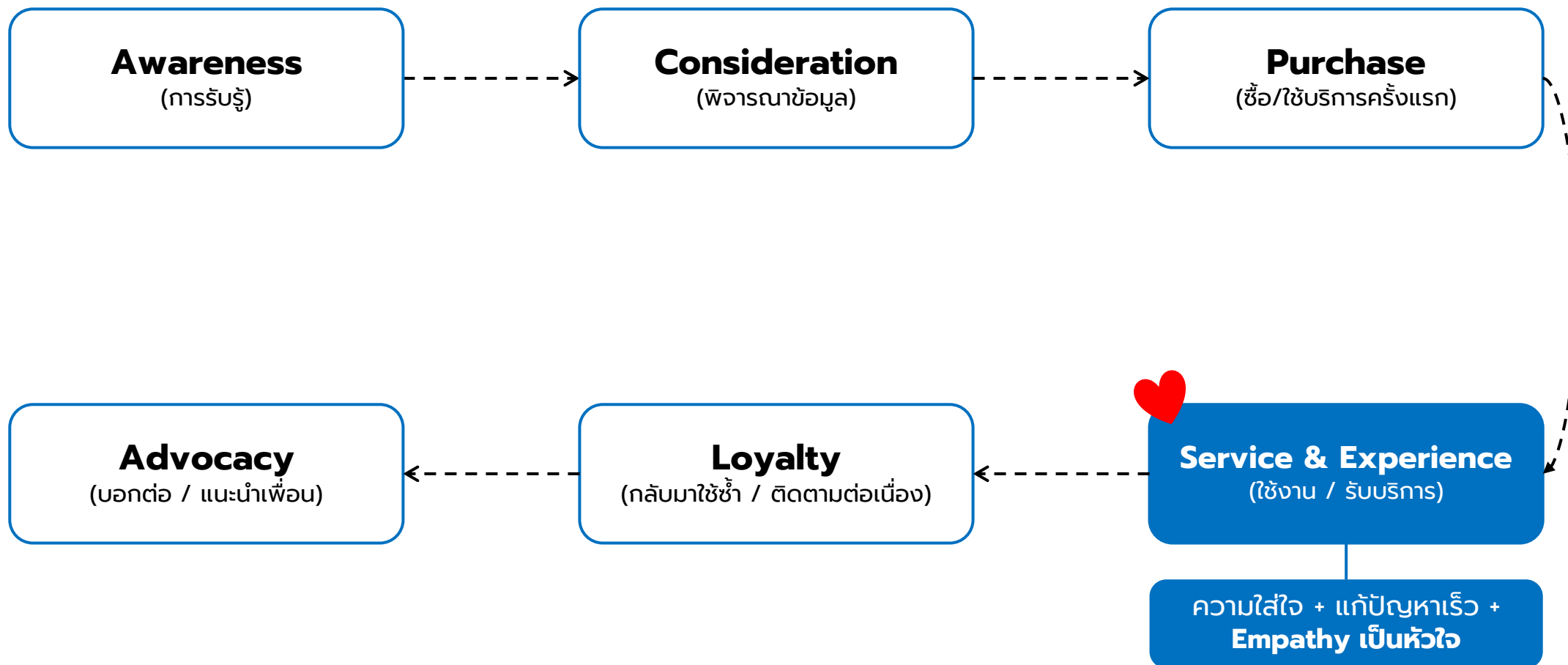


ลูกค้าเปลี่ยน → วิธีการต้องเปลี่ยนตาม



- ลูกค้า: คาดหวังอะไร?
- Emotional Needs ที่มักถูกละเลย
- ปัญหาคลาสสิกที่พนักงานเจอและวิธีรับมือด้วย Empathy

Customer Journey Map



ความสำคัญ Service & Experience

1

กำหนดความพอใจของลูกค้า

2

เป็นตัวสร้างความเชื่อใจและคุณค่าแบรนด์

3

กำหนดความภักดีและการบอกต่อ

4

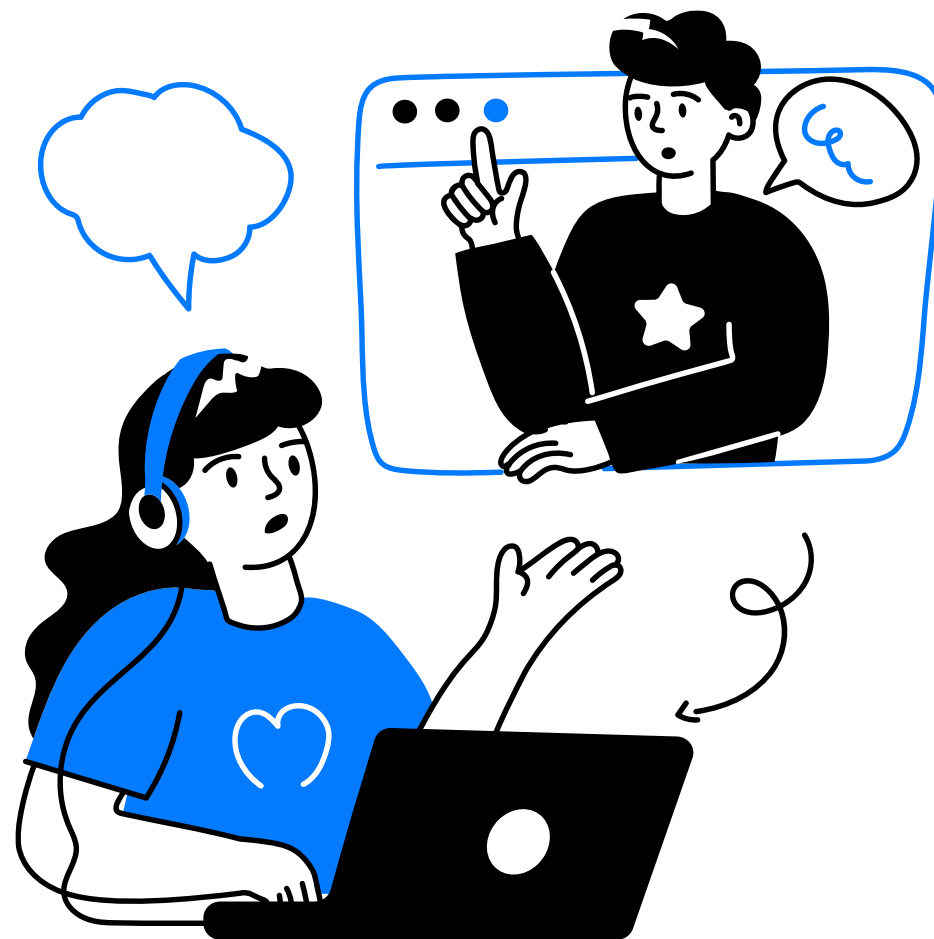
สร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง



สร้างประสบการณ์ที่ดี (Service Excellence Tips)

แสดงความเข้าใจ (Show Empathy)

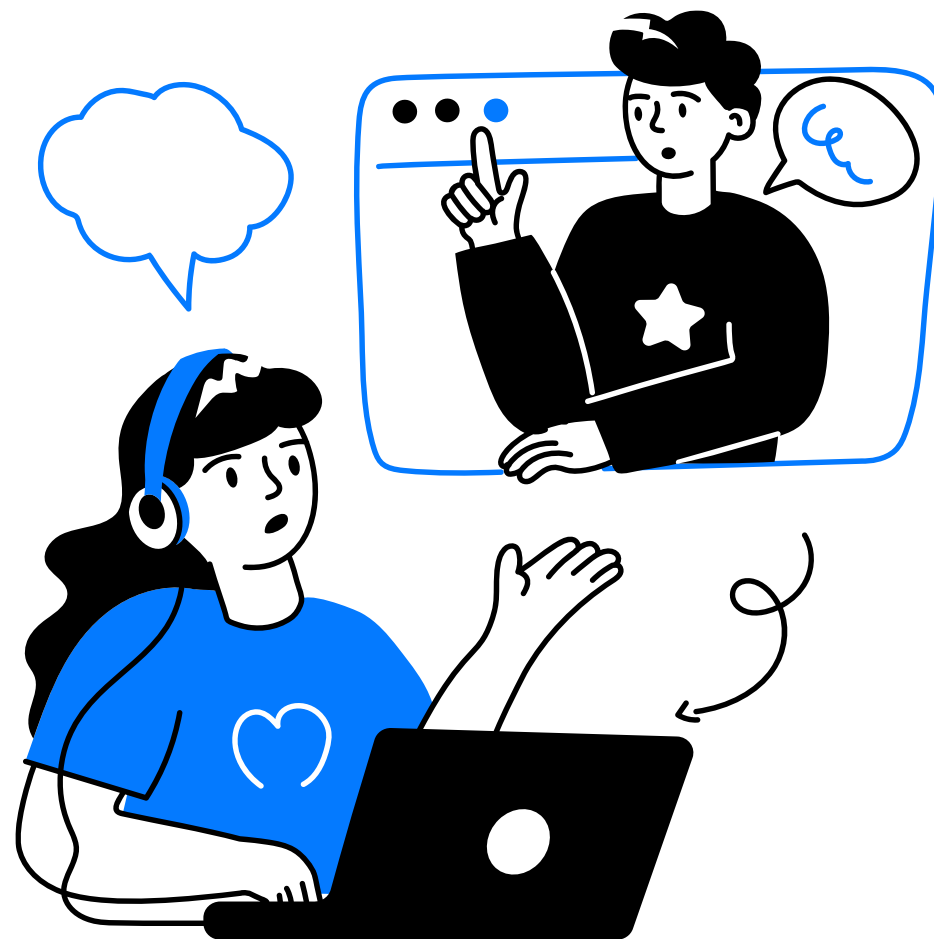
- ภาษาพูดและภาษากายแสดงออกถึงความเป็นห่วง
- ตัวอย่างคำพูด Empathy:
 - ✓ "เข้าใจเลยคะว่าคุณลูกค้ารู้สึก..."
 - ✓ "ขอโทษที่เกิดเหตุการณ์นี้คะ เราจะช่วยแก้ไขให้เร็วที่สุด"
- ผลลัพธ์:
ลูกค้ารู้สึกได้รับความเอาใจใส่ →
เพิ่มความพึงพอใจ



สร้างประสบการณ์ที่ดี (Service Excellence Tips)

สร้างความประทับใจเล็ก ๆ
(Wow Moments)

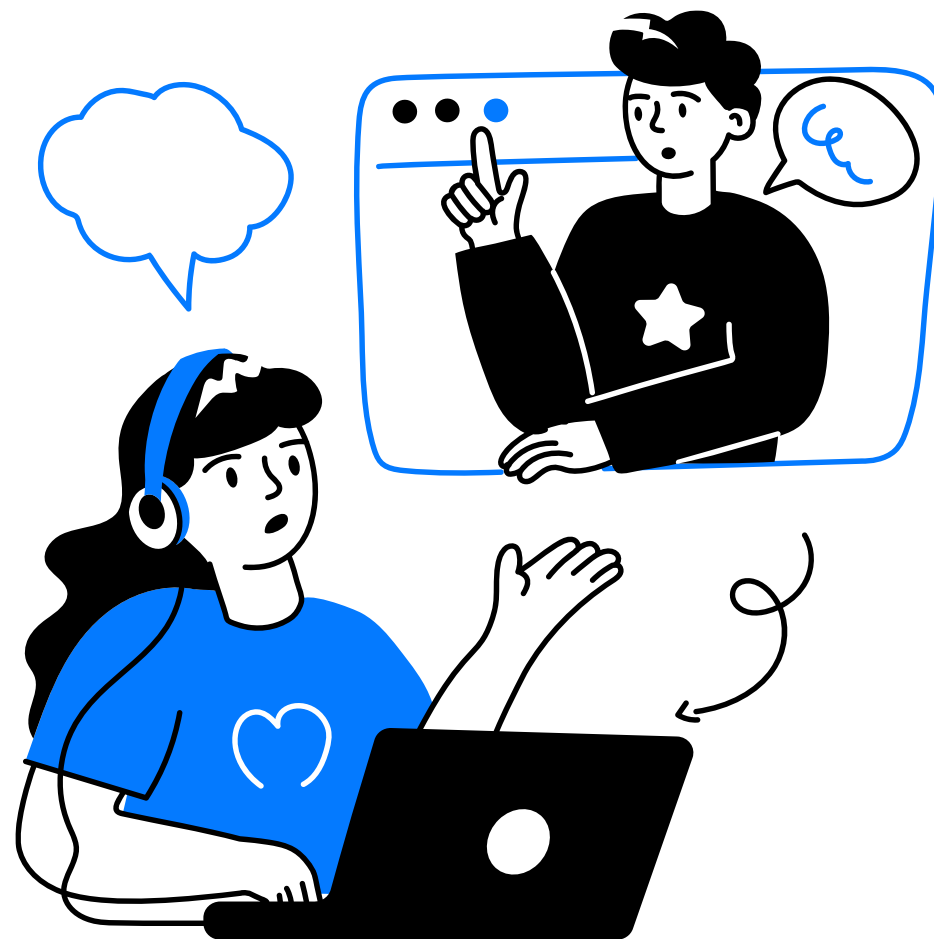
- สิ่งเล็ก ๆ ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจและจดจำ
- ตัวอย่างคำพูด Empathy:
 - ✓ จดจำชื่อลูกค้าและเรียกชื่อถูก
 - ✓ แดมของเล็ก ๆ หรือให้ส่วนลดพิเศษ
 - ✓ ส่งข้อความขอบคุณหลังใช้บริการ
- ผลลัพธ์:
ลูกค้าจดจำแบรนด์ → กลายเป็นลูกค้าประจำ / บอกต่อ



สร้างประสบการณ์ที่ดี (Service Excellence Tips)

สร้างประสบการณ์ต่อเนื่อง (Consistency)

- ลูกค้าต้องการประสบการณ์ที่ เหมือนกันทุกครั้ง
- ฟัง → เข้าใจ → ชำย → แก้ไข → ประทับใจ
- **ผลลัพธ์:**
ลูกค้ารู้สึกมั่นใจ → Loyalty เพิ่มขึ้น



Empathy Mindset (3C Model)

1C

Care

- ตั้งใจฟัง
- ให้ความสำคัญกับลูกค้าต่อหน้า
- ไม่มองว่าลูกค้าคือ “งานเพิ่ม” แต่คือ “โอกาสทำให้ดีขึ้น”

2C

Curious

- ถามเพื่อเข้าใจ ไม่ใช่เพื่อรับปิดเคส
- มองหาสาเหตุเบื้องหลังอารมณ์ของลูกค้า
- เปิดใจรับความแตกต่างของลูกค้าแต่ละคน

3C

Commitment

- ไม่ทิ้งลูกค้า
- ติดตามงานจนปัญหาถูกแก้ไข
- สื่อสารคืบหน้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจ

Empathy Habit – ทำทุกวันจนเป็นธรรมชาติ

ฝึกฟังแบบไม่ขัด : ฟังลูกค้าให้จบก่อนตอบ

ใช้คำว่า “เข้าใจค่ะ/ครับ” ให้เป็นธรรมชาติ : เพิ่มประโยค Empathy ในการสื่อสารทุกครั้ง

สังเกตอารมณ์จากน้ำเสียงและคำพูดลูกค้า : ดูว่าลูกค้าเร่งรีบ กังวล หรือไม่สบายใจ

แจ้งความคืบหน้าก่อนลูกค้าถาม : ลดความกังวลได้มาก

ขอบคุณลูกค้า : สำหรับ Feedback แม้จะเป็น Feedback เชิงลบ

ความเชื่อเรื่อง Empathy (Empathy Beliefs)

Empathy เป็นสิ่งฝึกได้ ไม่ใช่พรสวรรค์

- เชื่อว่าทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาการเข้าใจคนอื่นได้
- ใช้เทคนิค ฟังเชิงลึก และการตั้งใจสังเกต → สร้าง Empathy เป็นนิสัย

ทุกปฏิสัมพันธ์คือโอกาสสร้างประสบการณ์

- เชื่อว่าทุกการสื่อสารกับลูกค้า = โอกาสสร้างความประทับใจ
- ไม่ใช่แค่การขายหรือแก้ปัญหา แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์
- ตัวอย่าง:
 - การทักทายด้วยรอยยิ้ม
 - การติดตามผลหลังบริการ → ลูกค้ารู้สึกได้รับความเอาใจใส่



ความเชื่อเรื่อง Empathy (Empathy Beliefs)

ลูกค้าคือคนจริง ๆ ไม่ใช่แค่ตัวเลข

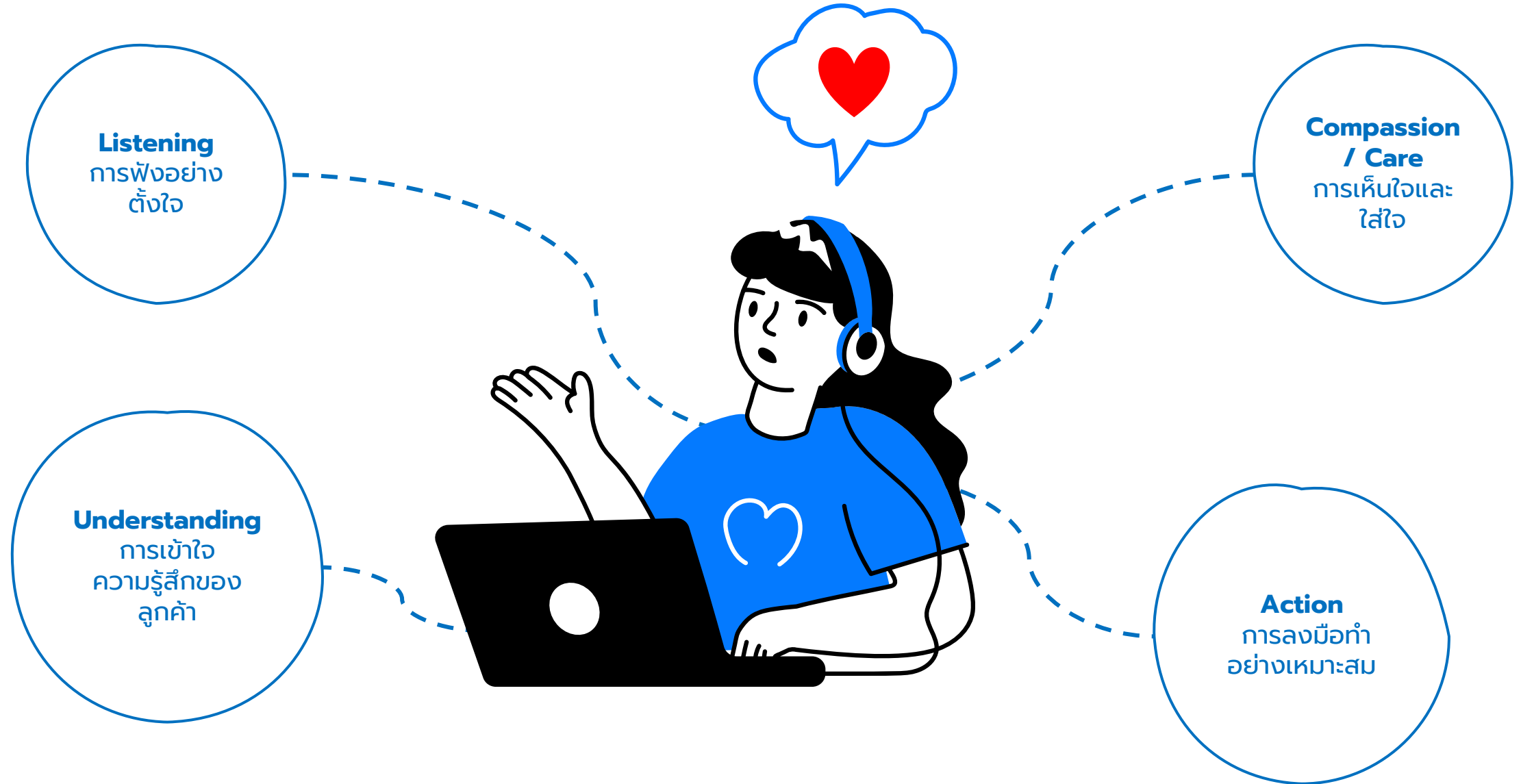
- เชื่อว่าทุกคนมีความรู้สึก มีเหตุผล และมีความต้องการ
- การมองลูกค้าเป็น “ตัวเลข” หรือ “งาน” → ทำให้บริการเย็นชา
- ตัวอย่าง:
ลูกค้าโกรธไม่ได้เป็นศัตรู แต่กำลังมีปัญหาและต้องการความช่วยเหลือ

ความเข้าใจลูกค้า = ความสำเร็จขององค์กร

- เชื่อว่าลูกค้าที่เข้าใจและรู้สึกดี → กลับมาซื้อซ้ำ / แนะนำต่อ
- Empathy เป็นส่วนสำคัญของ Customer Loyalty และ Service Excellence



The Heart of Empathy





Omotenashi (おもてなし)

แนวคิดการบริการแบบญี่ปุ่นที่โดดเด่นระดับโลก หมายถึงการ “ดูแลด้วยใจ” ที่ใส่ใจในความต้องการของลูกค้าแม้ไม่ได้พูดออกมา เป็นการบริการที่ให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

Mindfulness – ตระหนักรู้และตั้งใจให้บริการ

- ใส่ใจอารมณ์ของลูกค้า
- สังเกตภาษากาย สถานการณ์ และบริบทก่อนให้บริการ
 - บริการเชิงรุก ไม่รอให้ลูกค้าพูดก่อน



Omotenashi (おもてなし)

แนวคิดการบริการแบบญี่ปุ่นที่โดดเด่นระดับโลก หมายถึงการ “ดูแลด้วยใจ” ที่ใส่ใจในความต้องการของลูกค้าแม้ไม่ได้พูดออกมา เป็นการบริการที่ให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

Sincerity – ความจริงใจ

- พูดจาและปฏิบัติอย่างจริงใจ
- ให้บริการแบบ “มาจากใจ” ไม่ใช่แค่ตามหน้าที่



Omotenashi (おもてなし)

แนวคิดการบริการแบบญี่ปุ่นที่โดดเด่นระดับโลก หมายถึงการ “ดูแลด้วยใจ” ที่ใส่ใจในความต้องการของลูกค้าแม้ไม่ได้พูดออกมา เป็นการบริการที่ให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

Anticipation – คาดการณ์ความต้องการ

- คิดล่วงหน้าว่าลูกค้าต้องการอะไร
- เตรียมสิ่งที่ลูกค้าอาจต้องใช้ก่อนที่จะเขาจะเอ่ยถาม



Omotenashi (おもてなし)

แนวคิดการบริการแบบญี่ปุ่นที่โดดเด่นระดับโลก หมายถึงการ “ดูแลด้วยใจ” ที่ใส่ใจในความต้องการของลูกค้าแม้ไม่ได้พูดออกมา เป็นการบริการที่ให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

Detail Orientation – ใส่ใจทุกรายละเอียด

- ความสะอาด ความเป็นระเบียบ
- ขั้นตอนบริการที่สื่อถึงการให้เกียรติ



Omotenashi (おもてなし)

แนวคิดการบริการแบบญี่ปุ่นที่โดดเด่นระดับโลก หมายถึงการ “ดูแลด้วยใจ” ที่ใส่ใจในความต้องการของลูกค้าแม้ไม่ได้พูดออกมา เป็นการบริการที่ให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

Respect – ให้เกียรติลูกค้าเสมอ

- การก้มหัว การใช้คำสุภาพ
- น้ำเสียงท่าทางที่นอบน้อม

O-MO-TE-NA-SHI

