

แนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้สุนทรียสาธก
กรณีศึกษา ร้าน ABC อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
THE GUIDELINES INCREASING CUSTOMER LOYALTY
BY APPRECIATIVE INQUIRY : THE CASE STUDY OF ABC SHOP,
SELAPHUM DISTRICT, ROI-ET PROVINCE

ปภาวรินทร์ ปิยะมาตย์¹
สุภูมิวิทย์ ไสยโสภณ²

บทคัดย่อ

การศึกษารื่อง แนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้สุนทรียสาธก กรณีศึกษา ร้าน ABC อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด วัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร 2) เพื่อค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้สุนทรียสาธก และ 3) เพื่อประเมินผลโครงการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า 1) การวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร จุดแข็ง คือ การบริการที่ดี และการจัดส่งที่รวดเร็ว โอกาส คือ การปรับปรุงที่อยู่อาศัยที่มีมากขึ้น แรงบันดาลใจในการทำงาน คือ ครอบครัว และความชอบการสร้างบ้าน ผลการดำเนินงานที่คาดหวัง คือ การเป็นร้านวัสดุก่อสร้างยอดนิยม 2) แนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า การค้นพบ จุดเด่น คือ การบริการที่ดี จุดร่วม คือ การจัดส่งที่รวดเร็ว การวาดฝัน จุดเด่น คือ สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก การบอกต่อของช่าง จุดร่วม คือ การทำแฟนเพจ การออกแบบ จุดเด่น คือ การส่งเสริมการขายที่หลากหลาย จุดร่วม คือ การทำแฟนเพจ การทำให้เกิดขึ้นจริง จุดเด่น คือ การส่งเสริมการขายแยกสำหรับลูกค้ากับช่าง จุดร่วม คือ การให้ความรู้พนักงาน ซึ่งสร้างแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้าได้ทั้งหมด 9 โครงการ 3) การประเมินผลโครงการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า ผู้ศึกษาได้นำ 3 โครงการไปใช้จริง 3 เดือน ได้แก่ โครงการผูกมิตร พืชยอดชาย โครงการครอบครัว ABC ซึ่งได้ผลตามเป้าหมาย และโครงการทักษะ มีไว้ให้ฝึก ได้ผลต่ำกว่าเป้าหมาย

คำสำคัญ: สุนทรียสาธก ความภักดี

Abstract

The guidelines increasing customer loyalty by Appreciative inquiry: the case study of ABC shop, Selaphum district, Roi-et province. The objectives are 1) To find out the organization ability. 2) To find out the guidelines increasing customer loyalty. And 3) To evaluate the guidelines the result are 1) In this case found that the strengths of organization is great service and quick delivery. The opportunities are increasing of house enlargement. The aspiration are family and like house building. The result, ABC shop is the highly popular shop. 2) To find out the guidelines increasing customer loyalty. The result are Discovery is great service and fast delivery. Dream is special customer earn and mouth to mouth of wright. Design is sales promotion and creating fanpage. Destiny is sales promotion of customer and wright and training employee. This paper created 9 projects of increasing customer loyalty. 3) Took three projects to apply for 3 months. The result of two project are successful and only one unsuccessful.

Keywords: Appreciative inquiry, loyalty

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
E-mail: naaamplao@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประธานหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการดำรงชีวิต ซึ่งจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงหลากหลายรูปแบบมากขึ้น ประกอบกับจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐผ่านโครงการต่างๆ [5] ตลาดวัสดุก่อสร้างในอำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดและพื้นที่ใกล้เคียงก็เช่นกัน มีความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างทั้งการก่อสร้างแบบเดิมและการก่อสร้างแบบสมัยใหม่ [1] ซึ่งส่งผลให้มีผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดมากขึ้น ซึ่งในปี 2550 – 2558 มีร้านวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นถึง 9 ร้าน ซึ่งถือเป็นคู่แข่งทางตรงของร้าน ABC อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวนมากถึง 5 ร้าน และคู่แข่งทางอ้อมอีก 4 ร้าน ร้าน ABC ซึ่งเป็นธุรกิจที่เปลี่ยนผ่านจากรุ่นสู่รุ่น ได้รับผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทำให้ยอดขายของร้าน ABC ลดลง ผู้ศึกษาซึ่งเป็นหนึ่งในผู้บริหารร้านมีการช่าง ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหานี้ และในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันที่รุนแรงเช่นนี้ หากสามารถสร้างลูกค้าที่มีความภักดีต่อธุรกิจได้ จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและสามารถทำกำไรได้อย่างยั่งยืน [4]

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเลือกศึกษาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้สุนทรียศาสตร์ [3] ซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร และสัมภาษณ์ลูกค้าถึงประสบการณ์เชิงบวกทั้งที่เป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อร้านหรือลูกค้าประจำ และลูกค้าชาจร และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสร้างเป็นแนวทางเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร
2. เพื่อค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้สุนทรียศาสตร์
3. เพื่อประเมินโครงการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า

วิธีดำเนินงาน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย เพื่อค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้สุนทรียศาสตร์ กรณีศึกษา: ร้าน ABC อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้กระบวนการสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) แนวคิดพีรามิตแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Need Theories) แนวคิดการวิเคราะห์โดยใช้สออาร์ (SOAR Analysis) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งมีวิธีการ ดังนี้

1) ขอบเขตการศึกษา

ด้านเนื้อหา ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) แนวคิดพีรามิตแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Need Theories) แนวคิดการวิเคราะห์โดยใช้สออาร์ (SOAR Analysis)

ด้านเวลา ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล จัดทำและนำเสนอรายงาน โดยใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม – เดือนกรกฎาคม 2559

ด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ประชากรในส่วนของบุคลากรของร้าน ABC จำนวน 20 คน ประชากรในส่วนของลูกค้าประจำ จำนวน 74 คน ประชากรในส่วนของลูกค้าชาจร จำนวน 210 คน กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาศักยภาพองค์กร มีทั้งหมด 7 คน ได้แก่ ผู้บริหารร้าน ABC จำนวน 2 คน และ

พนักงานระดับหัวหน้างาน 5 คน และกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาการค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า มีทั้งหมด 40 คน ได้แก่ ลูกค้าประจำ จำนวน 20 คน และลูกค้าจร จำนวน 20 คน

1) ด้านสถานที่ คือ ร้าน ABC ตั้งอยู่ที่ อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

2) หน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ปัจเจกบุคคล

3) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง โดยแยกเป็น 2 ชุดคำถาม ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร โดยใช้สออาร์ (SOAR Analysis) ใช้สำหรับการสัมภาษณ์บุคลากรของร้าน ABC โดยนำแนวคิดสุนทรียศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการตั้งคำถามเชิงบวก เพื่อค้นหาสิ่งดี ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ให้สัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาจุดร่วม และจุดเด่น เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งขององค์กร โอกาสและทิศทางในการเติบโต แรงบันดาลใจในการทำงาน และผลการดำเนินงานที่คาดหวัง

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์เพื่อค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้สุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) [6] เป็นคำถามเชิงบวก เพื่อค้นหาประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าในการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง ทั้งในกลุ่มของลูกค้าประจำที่มีความประทับใจต่อร้าน ABC และกลุ่มลูกค้าจรที่มีความประทับใจต่อการซื้อสินค้าที่ร้านอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสร้างแนวทางเพื่อเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า

4) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้เก็บและรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่เตรียมไว้ล่วงหน้า ประกอบกับการสังเกตพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้า

ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากหนังสือ รายงานผลประกอบการของร้าน ABC สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ บทความ และงานวิจัยต่างๆ

5) การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์ความหมายทางภาษาและวิเคราะห์ความหมายทางความรู้สึก โดยนำข้อมูลที่ได้อาจจัดกลุ่ม โดยแยกเป็น จุดร่วม จุดเด่น ทั้งในส่วนของข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร และการค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า ซึ่งจะประกอบด้วยข้อมูลการสัมภาษณ์ของบุคลากรร้าน ABC และลูกค้าของร้าน ABC เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

ผลการวิจัย

จากการศึกษา ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1) การวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร ผู้ให้สัมภาษณ์ มีทั้งหมด 7 คน ได้แก่ ผู้บริหาร จำนวน 2 คน เป็นหญิง 1 คน และชาย 1 คน และพนักงานที่มีอายุงาน 5 ปีขึ้นไป ซึ่งอยู่ในระดับหัวหน้างาน จำนวน 5 คน แบ่งเป็นหญิง 1 คน และชาย 4 คน

2) การวิเคราะห์เพื่อค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า ผู้ให้สัมภาษณ์ มีทั้งหมด 40 คน ได้แก่ ลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความภักดีต่อร้าน ABC จำนวน 20 คน และลูกค้าจร จำนวน 20 คน ในจำนวน 40 คน แบ่งเป็น ชาย 29 คน และหญิง 11 คน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร โดยใช้สออาร์ (SOAR Analysis)

จากการสัมภาษณ์และนำมาวิเคราะห์ พบว่า

1) จุดแข็งขององค์กรมี 2 ด้าน คือ การบริการ ซึ่งหมายถึงการแนะนำลูกค้าด้วยความจริงใจ ซื่อสัตย์ การให้คำปรึกษา ตลอดจนความใส่ใจลูกค้าของเจ้าของร้านและพนักงาน ซึ่งในตลาดที่มีสินค้าที่คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน การบริการถือเป็นส่วนสำคัญในการมัดใจลูกค้า และร้าน ABC สามารถทำได้ดี จุดแข็งที่สอง คือ การจัดส่งที่รวดเร็ว เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องมีการจัดส่งสินค้าให้ถึงบ้านลูกค้า ระยะเวลาในการรอสินค้าจึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ร้าน ABC ให้ความสำคัญเสมอ และได้รับคำชมจากลูกค้าจำนวนมาก

2) โอกาสในการเติบโตและทิศทางการเติบโตของร้าน ABC ถึงแม้จำนวนการสร้างบ้านทั้งหมดจะลดลง แต่ในทางกลับกันการต่อเติมและปรับปรุงบ้านมีมากขึ้น ทำให้มีการใช้วัสดุตกแต่งมากขึ้น ประกอบกับการที่ลูกค้ามีความรู้เรื่องวัสดุก่อสร้างมากขึ้น และมาเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง ทำให้พนักงานสามารถให้ความรู้และแนะนำแก่ลูกค้าได้โดยตรง ซึ่งสามารถเพิ่มโอกาสการขายได้มากขึ้น ทำให้ร้าน ABC สามารถเติบโตทางด้านยอดขายได้อีก

3) แร่งบันดาลใจในการทำงาน มี 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก คือ ครอบครัว การทำงานใกล้บ้าน การได้อยู่พร้อมหน้าพร้อมตากับสมาชิกในครอบครัว ซึ่งทั้งผู้บริหารและพนักงานต่างเป็นคนในพื้นที่ สามารถไป-กลับที่ทำงานได้ และมีรายได้เพื่อดูแลครอบครัว การอยู่ร่วมกันแบบพี่น้อง ช่วยเหลือกัน และความเป็นกันเอง ทำให้พนักงานหลายคนเลือกที่จะอยู่ยกย่องเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ส่วนที่สอง คือ ความชอบการสร้างบ้านของผู้บริหาร มีความสุขกับการวางแผน การดูแลเรื่องวัสดุก่อสร้างให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการพัฒนางานและองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

4) ผลการดำเนินงานขององค์กรที่คาดหวัง ทั้งผู้บริหารและพนักงานขององค์กรต่างคาดหวังให้องค์กรเป็นธุรกิจที่เป็นที่นิยม เป็นร้านวัสดุก่อสร้างที่มีลูกค้าประจำมากๆ และสามารถประสบความสำเร็จทางด้านผลประโยชน์การทุกๆปี

ส่วนที่ 3 การค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้สุนทรียสาธก

ข้อมูลประสบการณ์ด้านบวกที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า

การค้นพบ (Discovery) ได้แก่ สิ่งที่เป็นจุดเด่น คือ การบริการทางการขายที่ดี การแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า และอภัยภัยที่ติของพนักงานขาย และมีการจัดการส่งเสริมการขายสำหรับช่างโดยเฉพาะ สิ่งที่เป็นจุดร่วม คือ ทำเลที่ตั้งที่ใกล้ การจัดส่งที่รวดเร็ว ใช้ระยะเวลาในการรอสินค้าไม่นาน มีสินค้าครบ สามารถซื้อสินค้าเพื่อการสร้างบ้านได้ครบในร้านเดียว

การวาดฝัน (Dream) ได้แก่ สิ่งที่เป็นจุดเด่น คือ การสมัครเป็นสมาชิกและสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก การบอกต่อโดยผู้มีประสบการณ์ ซึ่งหมายถึง ช่าง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ สิ่งที่เป็นจุดร่วม คือ การค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ค ความรู้สึกถึงความคุ้มค่า และการให้เครดิต ตลอดจนสินค้าเงินผ่อน

การออกแบบ (Design) ได้แก่ สิ่งที่เป็นจุดเด่น คือ การเพิ่มการส่งเสริมการขายให้หลากหลาย สิ่งที่เป็นจุดร่วม คือ การทำแฟนเพจ การทำที่จอดรถแบบมีหลังคา การจัดวางสินค้าแยกเป็นกลุ่ม การอบรมและให้ความรู้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ การจัดทำแคตตาล็อกสินค้า เพื่อให้ช่างต่อการเลือกซื้อ ในกรณีที่สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น แผ่นฝ้าแขวน มีหลายลาย เป็นต้น

การทำให้เกิดขึ้นจริง (Destiny) ได้แก่ สิ่งที่เป็นจุดเด่น คือ การจัดทำโปรแกรมส่งเสริมการขายทั้งกับลูกค้าทั่วไปและกับช่างสร้างบ้าน สิ่งที่เป็นจุดร่วม คือ การให้ความรู้และการฝึกทักษะการทำงานให้แก่พนักงาน โดยใช้วิธีการสอนงานระหว่างปฏิบัติงาน การสร้างความสามัคคี โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ

เมื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า โดยใช้

สุนทรียสาธก ผู้ศึกษาได้ค้นพบแนวทางทั้งหมด 3 แนวทาง และมีทั้งหมด 9 โครงการ ได้แก่

- 1) โครงการครอบครัว ABC เป็นโครงการเพื่อลูกค้าของร้าน ABC ในรูปแบบสมาชิกและสิทธิพิเศษต่างๆ โดยมีทั้งส่วนลด สินค้าสมนาคุณ และการแลกรับสินค้าฟรีเยี่ยม
- 2) โครงการสร้างบ้าน สานสัมพันธ์ช่าง เป็นโครงการเพื่อช่างสร้างบ้านโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นโปรแกรมส่งเสริมการขายที่มุ่งไปที่ช่าง โดยใช้เครื่องมือช่าง และส่วนแบ่งจากยอดขายเป็นสิ่งจูงใจ เพื่อให้ช่างเป็นผู้บอกต่อแก่เจ้าของบ้านในการเลือกซื้อสินค้าที่ร้าน ABC
- 3) โครงการปันรักให้ลูกค้า เป็นโครงการเพื่อเจ้าของบ้านที่ต้องการสร้างบ้าน แต่งบน้อยหรือไม่มีเงินเป็นจำนวนมากพอ โดยเป็นลักษณะสินค้าเงินผ่อน ซึ่งจะมีการพิจารณารายบุคคลถึงความน่าเชื่อถือ และสามารถในการผ่อนชำระ
- 4) โครงการผูกมิตร พิชิตยอดขาย เป็นโครงการเพื่อเพิ่มยอดขายในระยะสั้น เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการของภาครัฐในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทั่วประเทศ โดยเป็นโครงการให้เครดิต เพื่อผู้รับเหมารายใหม่ เน้นเพิ่มยอดขายและสร้างเครือข่ายผู้รับเหมารายใหม่
- 5) โครงการชุมชนเป็นหนึ่ง เป็นโครงการเพื่อชุมชน โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมทำกิจกรรมชุมชนต่างๆ และเพื่อเป็นการเสริมสร้างความสามัคคีในการทำงานของพนักงาน ผ่านกิจกรรมที่ร่วมกันทำในแต่ละครั้ง
- 6) โครงการทักษะ มีไว้ให้ฝึก เป็นโครงการที่มุ่งเป้าหมายไปที่การฝึกทักษะในการทำงานของพนักงาน โดยใช้วิธีการให้ผู้บริหาร หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานช่วยกันให้ความรู้และประเมินผล ติดตามการปฏิบัติงานของกันและกัน เพื่อลดข้อผิดพลาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
- 7) โครงการฝนตกไม่เปียก เป็นโครงการที่เกิดจากข้อเสนอแนะของลูกค้า ในระหว่างทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะที่จะทำให้ข้อดีของร้าน ABC ที่มีพื้นที่สำหรับจอดรถอย่างกว้างขวาง ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก โดยการสร้างหลังคา กันแดดกันฝน ทั้งสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์
- 8) โครงการไซเบอร์ช่วยได้ เป็นโครงการสร้างช่องทางการค้นหาข้อมูลสินค้าของทางร้าน ABC และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ของทางร้าน ผ่านเครือข่ายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน
- 9) โครงการร้านสะอาด หยิบสะอาด จ่ายสบาย เป็นโครงการที่เพิ่มความสะอาดแก่ลูกค้า ในการเลือกซื้อสินค้า ตามพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่เปลี่ยนไป โดยเมื่อลูกค้านิยมการเดินทางเลือกซื้อและหยิบสินค้าเอง จึงจัดสินค้าให้เป็นกลุ่ม และจัดสินค้าที่ใช้ร่วมกันไว้ใกล้กัน

ส่วนที่ 4 ผลประเมินโครงการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้าร้าน ABC

ผู้ศึกษาได้นำโครงการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้าร้าน ABC ไปใช้จริง จำนวน 3 โครงการ ได้แก่ โครงการครอบครัว ABC โครงการผูกมิตร พิชิตยอดขาย และโครงการทักษะ มีไว้ให้ฝึก โดยมีผลการประเมิน ดังนี้

- 1) โครงการครอบครัว ABC เป้าหมาย คือ ยอดขายเพิ่มขึ้นใน 3 เดือนแรก 7% ผลการประเมิน พบว่าในช่วง 1 เดือนแรก ยอดขายไม่มีความแตกต่างจากปีที่แล้วมากนัก และในช่วง 2 เดือนหลัง พบว่า ยอดขายเพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันของปีที่แล้ว 4% และ 8% ตามลำดับ ผลประเมินได้ตามเป้าหมาย
- 2) โครงการผูกมิตร พิชิตยอดขาย เป้าหมาย คือ ยอดขายจากโครงการของภาครัฐ 3,000,000 บาท ผลการประเมิน พบว่า ในช่วง 3 เดือนของการดำเนินโครงการ มียอดขายจากผู้รับเหมาโครงการของภาครัฐ จำนวน 3,430,780 บาท ซึ่งมากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ถึง 14.36%
- 3) โครงการทักษะ มีไว้ให้ฝึก เป้าหมาย คือ พนักงานสามารถลดความผิดพลาดในการทำงานได้ 80% ใน 3 เดือนแรก ได้มีการประชุมหัวหน้างาน เพื่อวางแผนการดำเนินงาน รวบรวมรายละเอียดงานแต่ละแผนก และ

แบ่งหน้าที่ตามช่วงเวลาอย่างชัดเจน จากนั้นแจ้งรายละเอียดงานต่อพนักงาน เพื่อให้หัวหน้างานศึกษาการปฏิบัติงานของแต่ละคน ผลการประเมิน พบว่า พนักงานฝ่ายผลิต A มีการทำงานผิดพลาด 8 ครั้ง ในระยะเวลา 1 เดือนแรกของการเริ่มโครงการ จึงได้มีการฝึกขณะปฏิบัติงานจากหัวหน้างาน และประเมินผลในเดือนที่ 2 พบว่า มีการทำงานผิดพลาดลดลงเหลือ 4 ครั้ง และในเดือนที่ 3 มีการทำงานผิดพลาด 1 ครั้ง ซึ่งสามารถลดการทำงานผิดพลาดลงได้ 87.5% ฝ่ายขาย พบว่า พนักงานขายจดจำราคาและรุ่นของเหล็กที่จำหน่ายได้ไม่ครบ ทำให้มีการสอบถามจากผู้บริหาร 1-3 ครั้งต่อวัน ซึ่งในหนึ่งเดือนแรก มีการสอบถามมากถึง 48 ครั้ง แก้ไขโดยฝึกท่องจำราคา คุณสมบัติของเหล็ก ควบคู่ไปกับการจดจำตัวสินค้า รวมทั้งสถานที่เก็บสินค้า ซึ่งผู้บริหารเป็นผู้ให้ความรู้ด้วยตนเอง ประเมินผลในเดือนที่สอง มีการสอบถามจากผู้บริหารลดลงเหลือ 30 ครั้ง และในเดือนที่ 3 มีการสอบถามเพียง 11 ครั้งเท่านั้น ซึ่งลดลงถึง 77.08% ต่ำกว่าเป้าหมายเล็กน้อย

สรุป

การวิเคราะห์ศักยภาพองค์กร จุดแข็งขององค์กร คือ การบริการทางด้านการแนะนำลูกค้าด้วยความจริงใจ เชื่อสัตย์ การให้คำปรึกษา และความใส่ใจลูกค้าของเจ้าของร้านและพนักงาน และการจัดส่งที่รวดเร็ว โอกาสในการเติบโตและทิศทางในการเติบโต คือ การต่อเติม ปรับปรุงบ้านมีมากขึ้น และลูกค้ามีความรู้เกี่ยวกับวัสดุก่อสร้างมากขึ้น ทำให้เพิ่มโอกาสการขาย แรงบันดาลใจในการทำงาน คือ ครอบครัวและความชอบในการสร้างบ้าน ผลการดำเนินงานที่คาดหวัง คือ การเป็นร้านวัสดุก่อสร้างยอดนิยม มีลูกค้าประจำมาก ๆ

การค้นหาแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า แบ่งเป็น 4 ส่วนตาม 4D คือ 1) การค้นพบ (Discovery) ได้แก่ การบริการทางการขายที่ดี การจัดส่งที่รวดเร็ว ทำเลที่ตั้งที่ใกล้ มีสินค้าครบ 2) การวาดฝัน (Dream) ได้แก่ การเป็นสมาชิกและได้รับสิทธิพิเศษ การบอกต่อโดยผู้มีประสบการณ์ การรู้สึกถึงความคุ้มค่า การให้เครดิต และสินค้าเงินผ่อน 3) การออกแบบ (Design) ได้แก่ การเพิ่มการส่งเสริมการขายให้หลากหลาย การทำแฟนเพจ การทำหลังคาที่จอดรถ การจัดวางสินค้าเป็นกลุ่ม การให้อบรมและความรู้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ 4) การทำให้เกิดขึ้นจริง (Destiny) ได้แก่ การจัดทำโปรแกรมส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้าทั่วไปและสำหรับช่าง การให้ความรู้แก่พนักงาน การปรับปรุงที่จอดรถ การจัดสินค้าเป็นโซน และการสร้างความสามัคคีของพนักงาน ผ่านกิจกรรมต่างๆ

จากการศึกษา นำมาวิเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้า 9 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการครอบครัว ABC 2) โครงการสร้างบ้าน สานสัมพันธ์ช่าง 3) โครงการปันรักให้ลูกค้า 4) โครงการผูกมิตรพิชิตยอดชาย 5) โครงการชุมชนเป็นหนึ่ง 6) โครงการทักษะ มีไว้ให้ฝึก 7) โครงการฝนตกไม่เปียก 8) โครงการโซเซียลช่วยได้ และ 9) โครงการร้านสะอาด หybridสะดวก จ่ายสบาย โครงการดังกล่าว ทั้งที่เป็นกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างการเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้าของร้าน ABC ซึ่งหากนำไปใช้อย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินผล ปรับปรุงโครงการอย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลให้ร้าน ABC สามารถมีลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความภักดีเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

- 1) เพื่อการเห็นผลที่ชัดเจน ควรนำโครงการไปใช้จริงอย่างต่อเนื่อง
- 2) ควรมีการศึกษาด้านประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเพิ่มเติม
- 3) ควรศึกษาเพิ่มเติมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)

เอกสารอ้างอิง

- [1] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [2] ปาริชาติ พวงจันทิก. (2555). **แนวทางการเพิ่มยอดขายโดยใช้สุนทรียสาธก กรณีศึกษา: ร้านสุดาวรรณขนมเปี๊ยะ**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [3] ภิญโญ รัตนาพันธุ์. (2550). **Appreciative Inquiry**. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://sites.google.com/a/kku.ac.th/thailand-appreciative-inquiry-network/BLOG>
- [4] ภิญโญ รัตนาพันธุ์. (2555). **Loyalty Pyramid**. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/542041>
- [5] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). **คาดตลาดวัสดุก่อสร้างครึ่งหลังปี 2557 พ้นตัว...หลังจากนโยบายลงทุนภาครัฐชัดเจน**. ค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=32859>
- [6] Cooperrider, D. L., Whitney, D., & Stavros, J. (2003). **Appreciative inquiry handbook: The first in a series of AI workbooks for leaders of change**. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher.