รายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้า เพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ (Learn Rocket) ของบริษัท Ovia Three จำกัด

The Study of Online Content Development (Learn Rocket) at Ovia Three Company Ltd.

โดย

นางสาวสุนิษา นาดี 5804600280

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

รายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้า เพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ (Learn Rocket) ของบริษัท Ovia Three จำกัด

The Study of Online Content Development (Learn Rocket) at Ovia Three Company Ltd.

โดย

นางสาวสุนิษา นาดี 5804600280

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อรายงาน	:	การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ (Learn Rocket) ของบริษัท Ovia Three จำกัด
รายชื่อผู้จัดทำ	:	นางสาวสุนิษา นาดี
ภาควิชา	:	การโฆษณา
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

อนุมัติให้รายงานฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติสหกิจศึกษาภาควิชาการโฆษณา ประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการการสอบรายงาน

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์)

อัมรา พัฒนมาศ ..... พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาว อัมรา พัฒนมาศ)

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ฐานทัศน์ ชมภูพล)

..... ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิมปะวัฒนะ)

ชื่อโครงงาน : การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้า เพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ (Learn Rocket) ของบริษัท Ovia Three จำกัด

ชื่อนักศึกษา : นางสาว สุนิษานาดี

อาจารย์ที่ปรึกษา : นายเอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : โฆษณา

คณะ : นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ ปีการศึกษา : 3 /2560

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา เรื่อง “การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์(Learn Rocket)ของบริษัท Ovia Threeจำกัด“มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการติดต่อประสานงานกับลูกค้าในการร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์และเพื่อเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานและประสานงานภายในบริษัทเพื่อให้ได้การทำงานอย่างเป็นระบบ

ซึ่งบริษัท Ovia Threeได้ประกอบธุรกิจทางด้านOnline Marketing และการผลิตสื่อออนไลน์ ทางผู้จัดทำนั้นได้ปฏิบัติงานในตำแหน่ง Account Executive (ฝ่ายประสานงานลูกค้า)โดยมีหน้าที่รับผิดชอบงานทางด้านการติดต่อการประสานงานกับลูกค้าและประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

จากการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษานั้นได้ประสบปัญหาในเรื่องของการทำงานภายในบริษัทเนื่องจากบุคลากรมีจำนวนลดน้อยลง จึงทำให้ตัวผู้ปฏิบัตินั้นต้องรับหน้าที่ในการทำงานที่หลายส่วนมากยิ่งขึ้น แต่ก็สามารถทำงานในสิ่งที่ได้รับมอบหมายนั้นได้อย่างสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษานั้นเป็นเวลาทั้งสิ้น16 สัปดาห์ทำให้ได้เรียนรู้วิธีการและขั้นตอนการทำงานได้ปฏิบัติงานตามสภาพสถานการณ์จริงการแก้ไขปัญหาด้วยตนเองและได้นำองค์ความรู้จากการศึกษามาบูรณาการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่การทำงานในสถานประกอบการที่ได้มาฝึกปฏิบัติ ซึ่งเป็นการฝึกฝนและเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเองอีกด้วย

คำสำคัญ: ***การโฆษณา/สื่อออนไลน์ /การประสานงานลูกค้า***

Project Title	:	The Study of Online Content Development (Learn Rocket) at Ovia Three Company Ltd.
Credits By	:	Ms.Sunisa Nadee
Advisor	:	Mr.Ekkasit Auychaiwat
Degree	:	Bachelor of Communication Arts
Major	:	Advertising
Faculty	:	Communication Arts
Semester/Academic year	:	3 /2017

ABSTRACT

This report aims to study the online content development (Learn Rocket) at Ovia Three Company Ltd, to gain more insight of working procedures and learn to contact with the customers in order to enhance the efficientcy of works.

The student was assigned to work as on account executive and had responsibitities to contact and coordinate with customers and the company's team members. The results found that the number of company's employees caused the difficulty of work and that the student had to work in a more variety of functions to get all works accomplished. Throughout the project, the student could enhance more knowledge and skill for self development benefitially.

Keywords: Advertising ,Online Media ,Account Executive

Approved by .....

Scanned with CamScanner

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

จากการที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษาที่ บริษัท Ovia Three จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม ถึง 31 สิงหาคม พ.ศ.2561 เป็นเวลาทั้งสิ้น 16 สัปดาห์ ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1.อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

2.คุณอัมรา พัฒนมาศ Account Executive (AE)

3.คุณภัทรศร เหลืองวรชาติกุล Graphic Design

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน คณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับประสบการณ์ในการทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน ก

กิตติกรรมประกาศ ข

บทคัดย่อ ค

Abstract ง

บทที่ 1 บทนำ..... 1

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... 1

1.2 วัตถุประสงค์ของรายงาน..... 2

1.3 ขอบเขตของรายงาน..... 3

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ..... 3

บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง..... 4

2.1แนวคิดเกี่ยวสื่อโฆษณาออนไลน์..... 5

2.2.1การโฆษณาผ่านเว็บไซต์..... 5

2.2หลักการและทฤษฎีการสื่อสารและการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร.....6

2.2.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร..... 6

2.2.3 ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร..... 7

2.2.4 ประเภทของการสื่อสารภายในองค์กร..... 7

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน..... 8

2.3.1องค์ประกอบของการประสานงาน..... 9

2.3.2วัตถุประสงค์ของการประสานงาน..... 9

2.4 ขั้นตอนการติดต่อและประสานงานกับลูกค้า..... 10

สารบัญ

หน้า

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน 11

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ 11

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร 12

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร 17

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย 17

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา 18

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 18

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน 18

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ 20

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน 21

4.1 ขั้นตอนก่อนการดำเนินงานเพื่อจัดทำเว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์ 21

4.1.1 การศึกษาหาข้อมูลของลูกค้าที่จะร่วมเป็นPartnerกับทางบริษัท 22

4.1.2 การประชุมนำเสนอข้อมูลประวัติผู้ร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ 22

4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อจัดทำเว็บไซต์ขายคอร์สเรียนออนไลน์ 23

4.2.1 การติดต่อประสานงานกับลูกค้า 23

4.2.2 การประสานงานและรับทราบเงื่อนไขร่วมกัน 24

4.2.3 การติดต่อประสานงานกับลูกค้าเพื่อวางแผนการดำเนินงาน 24

4.3 ขั้นตอนการสรุปและประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท 25

4.3.1การประสานงานกับฝ่าย Web Master Copywriter Graphic 26

4.4การนำเสนองานให้กับลูกค้า…. 27

4.5 ตรวจสอบชิ้นงานโฆษณาก่อนทำการลงโฆษณา 29

บทที่5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ..... 30
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา..... 30
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจ..... 31

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำาหรับรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา..... 18

ตารางที่ 3.2การเขียนขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับการจัดทำรายงานสหกิจศึกษา..... 19

สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์(Logo)บริษัท โอ เวียทรี จำกัด..... 11
ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่บริษัท โอ เวียทรี จำกัด..... 11
ภาพประกอบที่ 3.3 บริษัทที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาบริษัท โอ เวียทรี จำกัด..... 12
ภาพประกอบที่ 3.4ตราสัญลักษณ์ IMG..... 13
ภาพประกอบที่ 3.5 ตราสัญลักษณ์ IDIGI..... 13
ภาพประกอบที่ 3.6 ตราสัญลักษณ์บัตรแมงมุม..... 14
ภาพประกอบที่3.7 ตัวอย่างบัตรแมงมุม..... 14
ภาพประกอบที่ 3.8Flowchart การทำงานของแผนการของ HP..... 14
ภาพประกอบที่ 3.9ภาพตัวอย่างในงานที่ประเทศจีน..... 15
ภาพประกอบที่ 3.10ภาพตัวอย่างในงานแถบ Asia Pacific..... 15
ภาพประกอบที่ 3.11ตราสัญลักษณ์ LearnRockets..... 16
ภาพประกอบที่ 3.12ตราสัญลักษณ์Collab..... 16
ภาพประกอบที่ 3.13ตราสัญลักษณ์แอปพลิเคชั่นCharacterGO..... 16
ภาพประกอบที่ 3.14แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร..... 17
ภาพประกอบที่ 4.1 การค้นหาข้อมูลลูกค้า..... 21
ภาพประกอบที่ 4.2 ข้อมูลลูกค้า(โค้ชสิริลักษณ์)..... 22
ภาพประกอบที่ 4.3 ข้อมูลลูกค้า(อาจารย์ เบญศพล มะหิงสิบ)..... 22
ภาพประกอบที่ 4.4 ข้อมูลลูกค้า (อาจารย์ติงลี่ กิตติโกสินท์)..... 22
ภาพประกอบที่ 4.5การประชุมเพื่อนำเสนอข้อมูลลูกค้า..... 22
ภาพประกอบที่ 4.6ข้อมูลลูกค้าเพิ่มเติม (รศ.ดร. จอมพงศ์ มงคลวนิช)..... 23
ภาพประกอบที่4.7การติดต่อประสานงานกับลูกค้าทางโทรศัพท์..... 23
ภาพประกอบที่ 4.8ตัวอย่างแบบฟอร์มที่ใช้ในการให้ข้อมูลกับลูกค้าทางอีเมลล์..... 24
ภาพประกอบที่ 4.9ตัวอย่างแบบฟอร์มข้อเสนอเรื่องราคา…..... 25
ภาพประกอบที่ 4.10 การประชุมรับบรีฟงานจากลูกค้า..... 25
ภาพประกอบที่ 4.11รายละเอียดความต้องการของลูกค้า..... 26
ภาพประกอบที่ 4.12การสรุปงานให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องรับทราบ..... 26
ภาพประกอบที่ 4.13ประสานงานกับฝ่ายCopywriter..... 27

สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบที่ 4.14ประสานงานกับฝ่าย Graphic Design..... 27
ภาพประกอบที่ 4.15การนำเสนองานลูกค้าผ่านไลน์(Line)..... 28
ภาพประกอบที่ 4.16 การนำเสนองานลูกค้าผ่านไลน์(Line)..... 28
ภาพประกอบที่ 4.17การควบคุมและชี้แจงการแก้ไขงานกับฝ่ายออกแบบ..... 28
ภาพประกอบที่ 4.18 ชิ้นงานโฆษณาที่แก้ไขสมบูรณ์……..... 29
ภาพประกอบที่ 4.19 ชิ้นงานโฆษณาที่แก้สมบูรณ์……..... 29
ภาพประกอบที่ 4.20Bannerที่แก้ไขเสร็จสมบูรณ์……..... 29
ภาพประกอบที่ 4.21เว็บไซต์ (โค้ชสิริลักษณ์)……..... 30
ภาพประกอบที่ 4.22เว็บไซต์ อาจารย์ เบญศพล มะหิงสิบ..... 30
ภาพประกอบที่ 4.23เว็บไซต์ อาจารย์ ดิงลี่ กิตติโกสินท์..... 30

บทที่1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมยุคปัจจุบันนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น เนื่องจากโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิตอลอย่างเต็มตัว ทุกสิ่งทุกอย่างถูกล้อมรอบไปด้วยเทคโนโลยีความทันสมัย เมื่อความก้าวหน้าเพิ่มมากขึ้นมากเท่าไหร่ ก็ยิ่งส่งผลทำให้ผู้คนในสังคมส่วนใหญ่นั้น เกิดความต้องการที่มากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจต่างๆเกิดการขยายตัวสูงขึ้น เพื่อตอบสนองกับความต้องการของคนในสังคมเมือง ให้ได้รับความสะดวกสบาย และ ทำทุกอย่างเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มคนในแต่ละกลุ่ม อย่างการทำโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ในปัจจุบันนี้นั้น ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแต่ในเชิงด้านการทำการค้า เพื่อทำการโฆษณาขายสินค้าและบริการต่างๆ แต่ธุรกิจทางการศึกษานั้นได้เริ่มเข้ามามีบทบาท ทางการใช้สื่อโฆษณาผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสื่อออนไลน์นั้นเป็นสื่อที่มีความหลากหลายและแพร่หลายไปยังกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจได้ไวที่สุดกว่าสื่ออื่น อาทิ Website, Facebook,Instagram ซึ่งสื่อดังกล่าวเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสื่อที่มีการเข้าถึงได้รวดเร็วและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากในเวลาเดียวกัน

ยิ่งโลกนั้นเปลี่ยนแปลงไปไวมากเท่าไร ผู้ประกอบการทางธุรกิจจึงต้องรีบเร่งทำการแข่งขันกับสถานการณ์ในปัจจุบันให้ทัน อย่างในปัจจุบันนี้มีการเรียนการสอนที่เป็นที่นิยมและเป็นที่สนใจเป็นอย่างมากนั้นก็คือการเรียนการสอนแบบออนไลน์ หรือที่เรียกว่า E-Learning Platform เนื่องจากการเรียนการสอนในรูปแบบนี้นั้นให้ความสะดวกสบาย ในการจัดการด้านเวลาในการเรียนได้ด้วยตนเอง เพียงผู้เรียนมีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสัญญาณ Internet ก็สามารถเรียนได้ ซึ่งในปัจจุบันการเข้าถึงเครือข่าย Internet ง่ายมากขึ้น ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่นั้น มักใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ ต้องทำงานหรือการใช้ชีวิตที่ต้องแข่งขันกับเวลา จึงทำให้ความสำคัญในการเรียนแบบออนไลน์มีมากขึ้นเพราะสะดวกในการเรียนช่วยในการประหยัดเวลาในการเดินทาง ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไม่มีการจำกัดพื้นที่และเวลา รวมถึง สามารถเลือกสถานที่เรียนให้กับตัวเองได้ การดำเนินการทำธุรกิจ E-Learning Platform มิใช่ว่าเราจะเชิญบุคคลทั่วไปมาสอนได้ แต่ เราต้องใช้หลักการอิงกระแสสังคม ความต้องการทางการตลาดของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันว่ากำลังชื่นชอบอะไรและเรื่องอะไร ที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับผู้ประกอบการทางธุรกิจและส่งผลประโยชน์กลับไปยังผู้บริโภคได้ จึงต้องมีการตั้งกลุ่มเป้าหมายเพราะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำโฆษณาเพราะ ในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย แต่ละกลุ่มลูกค้านั้นย่อมแตกต่างกันออกไปในหลายช่วงวัย ความหลากหลายในความต้องการจึงแตกต่างกันออกไป ฉะนั้นในการ กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการจัดทำ คอร์สเรียนออนไลน์ ในแต่ละเรื่องนั้น ก็ย่อมแตกต่างกันออกไป เพราะในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย แต่ละช่วงวัย ก็จะมีความนิยมชมชอบที่ต้องการเรียนรู้ ที่แตกต่างกันออกไป ยิ่ง

กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการจัดทำโฆษณาในการขายสินค้าได้ ได้ตรงช่วงวัย ที่คาดว่าน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมาย ในกลุ่มที่มีความต้องการดังกล่าวนั้นได้ ก็จะยิ่งทำให้สามารถกำหนด Segmentation ในการโฆษณาการขายสินค้าได้ง่ายมากขึ้น แต่ทุกสิ่งทุกอย่างนั้น ไม่เพียงแค่ขึ้นอยู่กับ ราคาค่าโฆษณาที่มีอัตราราคาที่สูง จึงสามารถสร้างการรับรู้ได้มากที่สุด เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่มที่สุด แต่สิ่งเหล่านั้นขึ้นอยู่กับ ความร่วมมือและความเข้าใจกันในการทำงาน การตั้งใจสร้างสรรค์ผลิตงานเพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพที่สุด มาสู่ผู้บริโภค

ดังนั้นจากสิ่งที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้จัดทำรายงานนั้นได้มีความตั้งใจที่จะมุ่งฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาในด้านการติดต่อประสานงานลูกค้า เนื่องจากในด้านการประสานงานกับลูกค้านั้น เป็นสิ่งที่ทุกองค์กรขาดไม่ได้ เพราะเป็นผู้ที่ทำการติดต่อประสานงานกับลูกค้าหรือผู้ที่ทำหน้าที่รับข้อมูลมาจากลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการมาสรุปให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท ยิ่งฝ่ายประสานงานกับลูกค้า มีประสิทธิภาพในการทำงานมากเท่าไรก็ยิ่งทำให้ทางบริษัทได้ทราบข้อมูลเนื้อหาจากลูกค้าได้มากที่สุด อันเนื่องมาจากฝ่ายประสานงานลูกค้า(Account Executive)นั้นเปรียบเสมือน”กาว” ที่ช่วยประสาน เจรจา และแก้ไขปัญหาต่างๆ ตั้งแต่ปัญหาจาก Inrternal ไปยังลูกค้า เพื่อให้งานทุกอย่างบรรลุเป้าหมายได้อย่างราบรื่น เป็นตัวกลางระหว่างลูกค้าและทุกคนในบริษัท โดยฝ่ายประสานงานกับลูกค้านั้นจะต้องเข้าไปติดต่อกับหน่วยงานหรือองค์กรที่กำลังต้องการนำเสนอผลงาน หรือโฆษณาสินค้า โดยจะต้องเข้าไปเจรจากับผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจและสามารถอนุมัติงานชิ้นนั้น อีกทั้งยังต้องทำหน้าที่ควบคุมงบประมาณค่าใช้จ่ายเป็นตัวกลางเจรจาและแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างลูกค้าและทีมฝ่ายสร้างสรรค์(Creative) และทีมผลิต (Production) ในบริษัทของตน เพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุดแก่ทั้งสองฝ่ายให้ได้ภายในบริษัท ต้องอาศัยการทำงานเป็นทีมซึ่งต้องใช้การติดต่อประสานงาน ใช้การสื่อสารที่ต้องมีความชัดเจน ความเอาใจใส่และความถูกต้องให้มากที่สุด อาศัยการทำงานร่วมกันแบบที่เรียกว่าทีมเวิร์คเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายนั้นสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ขอบริษัทและ สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายงานที่ลูกค้าต้องการนั่นเอง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการติดต่อประสานงานกับลูกค้าในการร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์
2. เพื่อเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานและประสานงานภายในบริษัทเพื่อให้ได้การทำงานอย่างเป็นระบบภายในองค์กร

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ (Learn Rocket)ของบริษัท Ovia Three จำกัด จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาขั้นตอนการประสานงานกับลูกค้าในการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ ร่วมกันกับอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญบุคคลที่มีความรู้ในแต่ละด้าน เพื่อร่วมกันจัดสรรเนื้อหา สร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบ E-Learning Platform และเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานและประสานงานภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ โดยการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษามีระยะเวลา ในการฝึกปฏิบัติ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม- 31 สิงหาคม 2561 รวมทั้งสิ้นเป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงขั้นตอนการติดต่อประสานงานกับลูกค้าในการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์
2. ได้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานและประสานงานภายในบริษัทเพื่อให้ได้การทำงานอย่างเป็นระบบภายในองค์กร

บทที่2
ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลการดำเนินงานสหกิจศึกษา เรื่อง การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์(Learn Rocket) ของบริษัท Ovia Three จำกัด เพื่อมุ่งศึกษาขั้นตอนการติดต่อประสานงานกับลูกค้าและประสานงานภายในองค์กรเพื่อร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์

ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำรายงานฉบับนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาในเรื่องดังต่อไปนี้คือ

2.1แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณาออนไลน์

2.1.1ความหมายของสื่อโฆษณาออนไลน์

2.1.2การโฆษณาผ่านเว็บไซต์

2.2 หลักการและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร

2.2.1ความหมายของการสื่อสารและการสื่อสารภายในองค์กร

2.2.2องค์ประกอบของการสื่อสาร

2.2.3ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

2.2.4ประเภทของการสื่อสารภายในองค์การ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน

2.3.1องค์ประกอบของการประสานงาน

2.3.2วัตถุประสงค์ของการประสานงาน

2.4 วิธีการติดต่อและประสานงานกับลูกค้า

2.1แนวคิดเกี่ยวสื่อโฆษณาออนไลน์

2.1.1 **ความหมายของสื่อโฆษณาออนไลน์**

Zeff Robbin, Aronson Brand (2000) อธิบายความหมายของการโฆษณาออนไลน์ไว้ว่า เป็นการรวมกันระหว่างการนำเสนอตราสินค้า ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการบริการ การติดต่อซื้อขาย เป็นการผสมผสานระหว่างการโฆษณาทางสื่อดั้งเดิมและการตลาดทางตรง แม้ว่าการโฆษณาออนไลน์จะสะดวกมากขึ้น แต่ก็ยังมีข้อบกพร่องคือ มีการโฆษณามากเกินไป บนเว็บไซต์มีขนาดและรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป จึงได้ทำการปรับรูปแบบการโฆษณา ตรงกับข้อกำหนดของแต่ละเว็บไซต์ และกำหนดขึ้นเป็นรูปแบบเพื่อใช้ในการโฆษณา ในแต่ละเว็บไซต์ และกำหนดขึ้นเป็นรูปแบบเพื่อใช้ในการโฆษณาออนไลน์ให้มีมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปคือการโฆษณานั้นได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตระหว่างวันของคนเราในปัจจุบันแทบจะทุกขณะ เนื่องจากการโฆษณาเป็นสิ่งที่มีอยู่ทั่วทุกแห่งไม่ว่าจะทางสื่อออนไลน์ช่องทางใดก็ตาม (Omnipresent)และเป็นสิ่งที่แทรกแซง (Obstructive)ในชีวิตประจำวันเราอยู่เสมอ ซึ่งเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีกลยุทธ์ทางการสื่อสาร ที่มีเป้าหมายหลัก คือ การชักจูงใจ หรือการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมตามที่นักโฆษณาต้องการ

2.1.2การโฆษณาผ่านเว็บไซต์

เป็นวิธีการส่งเสริมโฆษณาผ่านการใช้คำหรือตัวอักษรในรูปแบบ Search Engine โดยที่ผู้ใช้สามารถพิมพ์รหัส หรือคำคีย์เวิร์ดที่ต้องการค้นหา โดยเว็บไซต์จะทำการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหาคีย์เวิร์ดนั้นๆ และจะแสดงรายละเอียดหน้าจอซึ่งจะปรากฏเป็นลิงค์ที่มีการเชื่อมโยง(Link) ต่อไปยังเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นการนำเว็บไซต์ของสินค้าและบริการไปฝากไว้ใน Search Engine ต่างๆ เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมาก โดยมีลักษณะของการค้นหาดังนี้คือ

-การค้นหาโดยพิมพ์ชื่อของสินค้าและการบริการนั้นๆ หรือพิมพ์คีย์เวิร์ดที่ต้องการลงในช่องค้นหา Search Engine จะทำการค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่ได้ลงทะเบียนไว้ และจะแสดงผลการค้นหา ปรากฏที่ตั้งของว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เมื่อค้นหาเกี่ยวกับคอร์สออนไลน์ของโค้ช ศิริลักษณ์ พิมพ์คำว่า “โค้ช ศิริลักษณ์“ลงในช่องการค้นหา คลิกปุ่ม Search ทาง Search Engine ก็จะทำการค้นหาและแสดงรายชื่อเว็บไซต์ทั้งหมด ที่ได้ลงทะเบียนไว้ให้ลูกค้าสามารถเข้าชมได้ผ่านลิงค์ที่ปรากฏต่อไป

สรุปได้ว่าการโฆษณาออนไลน์นั้น นับเป็นช่องทางหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันเนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากมายหลายกลุ่มและสามารถ

เข้าถึงได้ง่ายในการพบเห็น แต่การโฆษณาผ่านช่องทางนี้จะประสบผลสำเร็จได้นั้นก็ขึ้นอยู่กับ ผู้ทำการโฆษณานั้นจะเลือกทำการสื่อสารอย่างไรออกไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ได้เข้าใจได้นั่นเอง

2.2 หลักการและทฤษฎีการสื่อสารและการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

2.2.1ความหมายของการสื่อสารและการสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารเป็นหัวใจของการทำความเข้าใจระหว่างกันของมนุษย์ในสังคม มนุษย์จะทำความเข้าใจกันได้ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล ถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน จึงมีการนิยามและความหมายของคำว่า “การสื่อสาร (communication)” ไว้ดังนี้

เสนาะ ติเยาว์. 2538 : 33) ให้ความหมายไว้ว่า “การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการส่งและรับสัญลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความหมายขึ้นในใจของผู้เกี่ยวข้อง โดยบุคคลเหล่านั้นมีประสบการณ์อย่างเดียวกัน”

ความหมายการสื่อสารภายในองค์กร

ศุภมน อนุศาสนนันท์ (2549) ให้ความหมายของการสื่อสารในองค์กรไว้ว่า คือการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆรวมทั้งกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กันระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร ผ่านรูปแบบวิธีการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติตน ซึ่งจะเป็นผลให้องค์การและ บุคลากรในองค์การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

สรุปได้ว่า “การสื่อสาร” คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังอีกบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อโดยวิธีการใดวิธีการหนึ่งในสภาพแวดล้อมหนึ่งจนเกิดการเรียนรู้ความหมายในสิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกันและตอบสนองต่อกันได้ตรงตามเจตนาของ ทั้งสองฝ่าย ส่วน “การสื่อสารภายในองค์การ” คือ การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างสมาชิกภายใน องค์กร ภายใต้รูปแบบและวิธีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจร่วมกัน เกี่ยวกับการปฏิบัติของคนในองค์การ

2.2.2องค์ประกอบของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารนั้นจะต้องประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๆ 4 ส่วน ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดขององค์ประกอบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.) ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร มีนักวิชาการได้ให้คำนิยามของผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่มีความคิดความตั้งใจที่จะส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ความรู้สึกนึกคิด และความเชื่อต่างๆไปยังผู้รับสารเพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร

เป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งในแง่ของการเป็นผู้เลือกข้อมูลข่าวสารที่จะถ่ายทอด การเลือกวิธีการและช่องทางที่จะทำให้สารไปถึงผู้รับสาร รวมทั้งการกำหนดตัวผู้ที่จะเป็นผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่เป็นผู้รับสาร

2.) สาร (Message) สารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร สาร หมายถึง เรื่องราวอันมีความหมายและถูกแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ต่อความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อความหมายที่

3.) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or Media) หมายถึง พาหนะที่นำพา ข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารจึงอาจหมายถึงประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่างๆ ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส หรือนอกจากนี้ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ อาจหมายถึง คลื่นเสียงและอากาศที่อยู่รอบๆ ตัวคนด้วย

4.) ผู้รับสาร (Receiver) นับเป็นสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งเนื่องจากการสื่อสารจะมีความหมายอย่างไร จะประสบความสำเร็จหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่าจะเลือกรับสาร หรือเลือกที่จะตีความ และ เข้าใจต่อข่าวสารที่ตนเองได้รับนั้นอย่างไร

2.2.3ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

1. การติดต่อสื่อสารทางลายลักษณ์อักษร (Written Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่แสดงออกโดยการเขียน ซึ่งอาจเป็นตัวอักษร หรือตัวเลขแสดงจำนวนก็ได้ เช่น การบันทึกข้อความ ป้ายประกาศ สิ่งตีพิมพ์จดหมายข่าว และวารสาร เป็นต้น

2 การติดต่อสื่อสารทางวาจา (Oral Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่แสดงออกโดยการพูด เช่น การประชุมกลุ่ม (Group Meeting) การปรึกษาหารือ (Counseling) การอบรม การสัมมนา กาพบปะตัวต่อตัว การสนทนาทางโทรศัพท์ และการบอกต่อเป็นต้น

3. การติดต่อสื่อสารที่ต้องใช้เทคโนโลยี (Technologies Communication) เทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นเครื่องมือทางเทคนิค ที่มีประโยชน์ เป็นส่วนย่อยกลุ่มหนึ่งของเทคโนโลยีในสังคมมนุษย์ ซึ่งแต่ละชนิดจะมีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันตามแนวคิด และวัตถุประสงค์ในการใช้งาน แต่ก็มีคุณสมบัติประการหนึ่งที่คล้ายคลึงกันคือ การเอาชนะขีดจำกัดความสามารถ ตามธรรมชาติ และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร เช่น การบันทึกและเผยแพร่ข่าวสาร เป็นต้น

2.2.4**ประเภทของการสื่อสารภายในองค์การ**

(เรวัตร สมบัติทิพย์. 2543:23) ได้ทำการแบ่งประเภทของการสื่อสารภายในองค์การตามทิศทางการสื่อสารออกเป็น 2 แบบ คือ

1 การสื่อสารทางเดียว (One – Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่ง สู่ผู้รับสาร มีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสารซึ่งการสื่อสารแบบนี้จะมีลักษณะเป็นไปในรูปของนโยบาย คำสั่งของผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ส่งสารมีบทบาทในฐานะเป็นผู้กระทำ (active) การถ่ายทอดสารและความคิดไปยังผู้รับสาร โดยมีความตั้งใจที่จะกระทำการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคิดบางอย่างของผู้รับสาร ให้เป็นไปตามความต้องการของตน

2 การสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่ง สารและผู้รับสารสามารถส่งข่าวสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน การ สื่อสารสองทาง ผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกิริยาโต้กลับของผู้รับสาร (Feedback) ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก

จากความหมายของแนวคิดเบื้องต้นสรุปได้ว่าการติดต่อสื่อสารนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล รวมทั้งการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรในแต่ละแห่ง เนื่องจากการสื่อสารนั้นช่วยทำให้แต่ละบุคคลนั้น สามารถเข้าใจร่วมกันกับสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการจะสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร ทางใดก็ตาม ช่วยส่งเสริมให้การดำเนินการทำงานตามขั้นตอนได้อย่างเป็นระบบ ถ้าได้รับสื่อสารซึ่งกันและกันได้ถูกต้องครบองค์ประกอบทำให้เกิดความเข้าใจ และ สามารถดำเนินการทำงานตามขั้นตอนที่ได้รับมอบหมายจากการติดต่อสื่อสารจากอีกฝ่ายจนประสบผลสำเร็จ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน

การประสานงาน เป็นการจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้ฝ่ายต่างๆ มีความร่วมมือในการปฏิบัติงาน ขจัดความขัดแย้ง เพื่อให้งานเป็นไปอย่างราบรื่น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขององค์กรอย่างสมานฉันท์และมีประสิทธิภาพ งานสำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด

มีนักวิชาการได้อธิบายถึงลักษณะสำคัญของการประสานงาน (สุธีสุทธิสมบูรณ์และสมานรังสิ โยกฤษฎ์, 2542, หน้า 72) ไว้ดังนี้คือ

1. การประสานงานจะเป็นเรื่องที่ เกี่ยวกับความร่วมมือไม่ใช่ว่าเกี่ยวกับการจัดเพื่อให้ งานประสานกันได้ เท่านั้น แต่จะเป็นความร่วมมือของผู้ปฏิบัติงานในทุกฝ่ายเพื่อ ให้งานบรรลุจุดหมายในรูปของทีมงาน (Team Work) อีกด้วย

2. การประสานงานจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเทคนิคการบริหารโดยมีลักษณะเป็นส่วนที่ ใส่เข้าไป (Input) กับส่วนที่เป็นผลออกมาหรือผลผลิต (Output) โดยส่วนที่ใส่เข้าไปนั้น เป็นปัจจัยต่างๆ ในการบริหารได้แก่ คน เงิน และวัสดุสิ่งของ ตลอดจนอำนาจหน้าที่ เวลาความตั้งใจในการทำงานและความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นการประสานงานที่ดี จะต้องอาศัยการใช้เทคนิคทางการบริหารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การวางแผนที่ดีการจัดให้ มีแผนผัง ขององค์กรเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบ การกระจายงาน ความเคลื่อนไหวของงาน และการ แสดงสถานที่ทำงาน เป็นต้น ซึ่ง สิ่งเหล่านี้จะเป็นเครื่องช่วยให้การดำเนินงานนั้นเป็นไปตาม ระเบียบแบบแผนทำให้การขัดแย้งลดน้อยลงและในขณะเดียวกันกับการประสานงานก็ดีขึ้นด้วย

2.3.1องค์ประกอบของการประสานงาน

พิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญ ได้ดังนี้

1. ความร่วมมือ จะต้องสร้างสัมพันธภาพในการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย โดยอาศัยความ เข้าใจ หรือการตกลงร่วมกัน มีการรวบรวมกำลังความคิด วิธีการ เทคนิค และระดมทรัพยากรมาสนับสนุน งานร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เต็มใจที่จะทา งานร่วมกัน

2. จังหวะเวลา จะต้องปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคน ตาม กำหนดเวลาที่ได้ตกลงกันไว้

3. ความสอดคล้องจะต้องพิจารณาความพอเหมาะพอดีไมทำงานซ้อนกัน

4.ระบบการสื่อสารจะต้องมีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันอย่างรวดเร็วและราบรื่น

5. ผู้ประสานงาน จะต้องสามารถดึงทุกฝ่ายเข้าร่วมทำงาน เพื่อมุ่งไปสู่ จุดหมายเดียวกัน ตามที่กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของงาน

6. คน ในการปฏิบัติงาน ผู้ปฏิบัติต้องทำงานเกี่ยวข้องกับคน ซึ่งต้องประสานงานกับบุคคลทั้งในองค์กรและภายนอกองค์กร

2.3.2วัตถุประสงค์ของการประสานงาน

การประสานงานเกิดจากความต้องการที่จะทำให้งานที่ทำ เกิดผลสำเร็จโดยปฏิบัติอย่างสอดคล้องในจังหวะเวลาเดียวกัน ได้ผลงานที่มีคุณภาพ เป็นไปตามข้อกำหนดเพื่อประหยัดเวลาและทรัพยากรในการปฏิบัติงาน ก่อนการประสานงานควรกำหนดความต้องการให้แน่ชัดว่าจะประสานงานให้เกิดอะไร หรือจะทำให้ได้ผลรับอย่างไร เพราะหากว่า ไม่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนอาจจะประสานงานผิดพลาดจากที่ควรจะเป็นได้ โดยทั่วไปเราประสานงานเพื่อให้การดำเนินงานมีความสะดวกราบรื่นไม่เกิดปัญหาข้อขัดแย้ง แต่ในการประสานงานในแต่ละครั้งหรือในแต่ละกรณีมีการประสานงานโดยแบ่งตามวัตถุประสงค์เฉพาะตามที่ได้ฝึกปฏิบัติมาดังนี้

1. เพื่อแจ้งให้ผู้ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องทราบรายละเอียดของการทำงาน

2. เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร

3. เพื่อขอความยินยอมหรือความเห็นชอบจากบุคคลที่ทำงานร่วมกันภายในองค์กร

4.เพื่อขอความช่วยเหลือจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ร่วมงาน

5. เพื่อสร้างสรรค์งานให้ได้ตรงตามความต้องความต้องการที่ลูกค้าต้องการไว้และตรงตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

2.4 ขั้นตอนการติดต่อและประสานงานกับลูกค้า

1. ประชุมแผนการดำเนินงานการหาข้อมูลลูกค้าที่ต้องการเชิญมาร่วมในเว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์

2.ติดต่อประสานงานกับลูกค้า เพื่อชี้แจงรายละเอียดกับการจัดทำเว็บไซต์ขายคอร์สออนไลน์ ผ่านทางโทรศัพท์และส่งเงื่อนไข ข้อตกลงต่างๆผ่านทาง E-Mail

3.เมื่อลูกค้ายินยอม จึงระบุวันและกำหนด สถานที่ วัน และเวลา เพื่อนัดพบเจรจาชี้แจงกำหนดรายละเอียด เงื่อนไขความต้องการต่างๆอย่างละเอียด

4.ประชุมงานเตรียมแผนงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เพื่อรับทราบรายละเอียดต่างๆ ที่จะนำไปเสนอลูกค้าในวันที่นัดพบ

5. นำรายละเอียดต่างๆของทางบริษัทเสนอแก่ลูกค้า ตามวัน และเวลาที่กำหนด เพื่อชี้แจงให้ทราบและรับข้อตกลงดังกล่าวที่ได้นำเสนอและตกลงราคาร่วมกัน

6.ประสานงานกับทางผู้บริหารที่เป็นเจ้าของโครงการ และประชุมงานนำข้อมูลรายละเอียดทั้งหมด ตามที่ลูกค้าต้องการ มาชี้แจงให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในองค์กรได้รับทราบร่วมกัน เพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการดำเนินงานตามที่ลูกค้าต้องการ

7. ประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่ออธิบายรายละเอียดงานงานความต้องการของลูกค้าที่ลูกค้าต้องการอย่างละเอียด เพื่อให้เกิดการสร้างงานที่ตรงตามที่รับบรีฟมาในครั้งแรกเอง

8.ตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน ก่อนนำไปเสนอลูกค้า และเมื่อลูกค้ายังมิพอใจกับสิ่งนั้น ก็ต้องนำข้อผิดพลาดดังกล่าวมาสรุปให้แก่ ตำแหน่ง Graphic Design ได้ปรับปรุงแก้ไขตามที่ลูกค้าต้องการอีกครั้ง จนสำเร็จพร้อมนำชิ้นงานนั้นลงขายลงบนสื่อออนไลน์ได้อย่างเสร็จสมบูรณ์

ดังนั้น ขั้นตอนทุกขั้นดังกล่าว ล้วนแล้วแต่จะต้องมีการประสานงานอยู่ในทุกระดับขั้นของการทำงานร่วมกันกับทุกฝ่ายจนกระทั่งงานนั้นสำเร็จ

“การประสานงาน” จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญที่สุดต่อการบริหารงานและการทำงานประการหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้ เป็นสิ่งที่ต้องทำต่อเนื่องและสอดคล้องกันไปของบุคคลหรือทุกฝ่ายภายในองค์กรเพื่อให้งานสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุประสิทธิผลสูงสุด เพราะหากว่ามีการประสานงานที่ผิดพลาดแล้ว งานนั้นก็ไม่สามารถที่จะดำเนินต่อไปได้

บทที่ 3

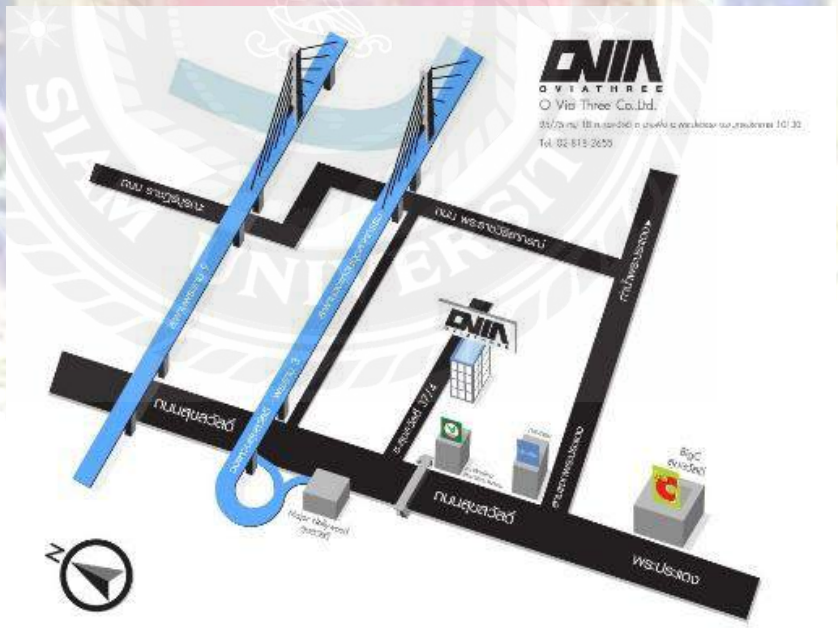
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ บริษัท Ovia Three

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ 146/3หมู่ที่14ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบลบางพึ่ง
อำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130
หมายเลขโทรศัพท์ 02-463-8544

ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท โอ เวีย ทรี จำกัด



ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่รูปภาพ บริษัท โอ เวีย ทรี จำกัด

ภาพประกอบที่ 3.3 บริษัทที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาบริษัท โอ เวีย ทรี จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท โอ เวีย ทรี ก่อตั้งโดย คุณธนบดี ไชยพลี และคุณ วรารัตน์ ศรีธีราทรัพย์ เมื่อปี พ.ศ. 2545 ในระหว่างนั้นทางบริษัทเริ่มต้นโดยการทำสมุดโน้ตจำหน่าย หาโฆษณามาลงในสมุด และ คุณธนบดี มองเห็นช่องทางการตลาดในอนาคตว่าการโฆษณาจะมีบทบาทและมีอิทธิพลในการใช้ชีวิตในอนาคต จากการทำสมุดโน้ตก็ได้เปลี่ยนมาทำAgencyโฆษณาขนาดเล็ก ที่ทางานเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดไม่ว่าจะเป็น Event,การโฆษณาสื่อต่างๆไม่ว่าจะเป็นสื่อในนิตยสาร สื่อออนไลน์ รวมไปถึงเป็นที่ปรึกษาทางการตลาดให้กับแบรนด์สินค้าต่าง ๆแต่จะเน้นไปทางแบรนด์สินค้าไอที ต่อมาคุณภูบดีได้ขยายธุรกิจและได้เพื่อนมาลงทุนเป็นหุ้นส่วนคือ คุณเมธาวิน อังคทะวานิช อดีตศิลปินนักร้องของเมืองไทย หลังจากที่ประสบความสำเร็จทางด้านโฆษณา คุณธนบดี ได้ขยายกิจการโดยมีบริษัทในเครือ 2 บริษัท ที่มีการทำงานแตกต่างกันไป คือ

1.บริษัท IMG (ไอเอ็มจี) ทำเกี่ยวกับการนำเสนอโฆษณาสินค้าผ่านจอ LCD ในห้าง Central 19 สาขา ทั่วประเทศ

ภาพประกอบที่ 3.4 ตราสัญลักษณ์ IMG

2.บริษัทไอดิจิ (Idigi) ทำเกี่ยวกับทางด้านการผลิตสื่อทางด้านดิจิตอลมิเดียและเป็นผู้สร้างหรือออกแบบ Sticker Line

ภาพประกอบที่ 3.5 ตราสัญลักษณ์ IDIGI

ซึ่งบริษัทบริษัท O Via Three(โอ เวีย ทรี)นั้นสร้างขึ้นมานานกว่า 10 ปีในช่วงแรกของบริษัทนั้นจะเป็นการให้บริการทางด้านต่างๆ เช่น

- Consulting Service
- Strategic Planning
- Marketing Campaign Management
- Event – Seminar
- PR Service
- Digital Solution Services

ดำเนินธุรกิจทางด้านดิจิตอลแพลทฟอร์ม ด้านสื่อออนไลน์และด้านการตลาดออนไลน์ (Media And Marketing Activities)การออกแบบเว็บไซต์จัดทำระบบ E-Commerce และ Online Marketing เป็นเวลามากกว่า 10 ปี ทางบริษัทมีผลงานมากมายหลายเว็บไซต์ สามารถสร้างสรรค์ผลงานด้าน Ecommerce ที่สามารถตอบโจทย์ธุรกิจของลูกค้า บริการจัดทำทุกกระบวนการในการทำเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อประสานงาน การสอนวิธีการใช้งาน รวมถึงดูแลความเรียบร้อย

ตลอดการร่วมการทำงาน พร้อมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้การทำธุรกิจออนไลน์ที่สามารถช่วยพัฒนาต่อยอดความสามารถในด้านธุรกิจให้กับลูกค้าอีกด้วย

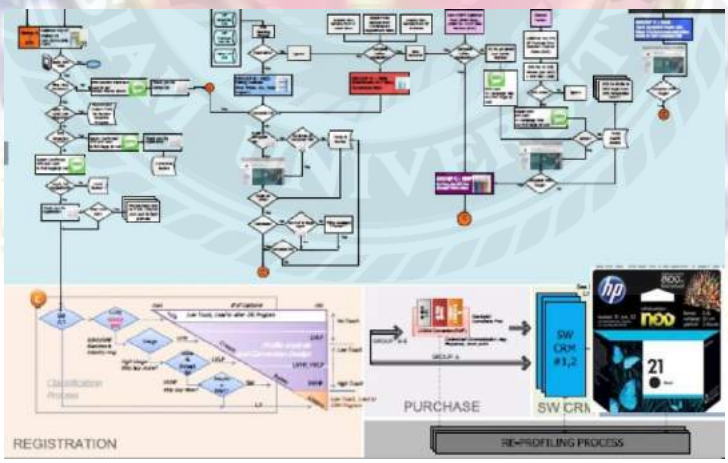
ในช่วงแรกนั้นทางบริษัท O Via Three มีพนักงานจำนวนมากเนื่องจากงานหลักของบริษัทนั้นคือการจัด Event งานออฟไลน์ และได้มีผลงานที่โดดเด่น ซึ่งลูกค้าของทาง O Via Three นั้นเป็นองค์กรขนาดใหญ่ เช่น HP , Microsoft , SAS , AMD และภาครัฐ โดยผลงานของบริษัทนั้นมีดังนี้

- วางแผนการทำงานของบัตรแมงมุม และจัดงานเปิดตัวของภาครัฐ

ภาพประกอบที่ 3.6 ตราสัญลักษณ์บัตรแมงมุม

ภาพประกอบที่ 3.7 ตัวอย่างบัตรแมงมุม

- วางแผนการตลาดระยะยาวให้กับ HP เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการซื้อซ้ำและซื้อของแท้



ภาพประกอบที่ 3.8 Flowchart การทำงานของแผนการของ HP

- จัดบูธเปิดตัวสินค้าไทยในต่างประเทศ

ภาพประกอบที่ 3.9 ภาพตัวอย่างในงานที่ประเทศจีน

- จัดบูธ Roadshow ของทาง AMD

ภาพประกอบที่ 3.10 ภาพตัวอย่างในงานแถบ Asia Pacific

หลังจาก 10 ปีแรกผ่านพ้นไปทางบริษัท Ovia Three ได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารงานครั้งใหญ่จากที่เป็นบริษัทที่เน้นให้การบริการได้เปลี่ยนเป็นการทำธุรกิจที่ไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนบุคคลและเป็นงานที่สามารถจับต้องได้ เพราะใน 10 ปีแรกนั้นการจัด Event ถือเป็นงานที่จะต้องมีการสร้างสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อให้งานนั้นโดดเด่น ซึ่งถือเป็นข้อที่ดี แต่เมื่อขึ้นชื่อว่าเป็นการสร้างสิ่งใหม่ย่อมต้องใช้ทุนและตลอดการสร้างสรรค์นั้นจะเปลืองงบประมาณอย่างมาก ดังนั้นทางบริษัทจึงได้มีการสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมา ที่สามารถสร้างเป็น Platform เพื่อนำไปใช้ในการต่อยอดต่อไปได้ และเมื่อมองย้อนกลับมายังสามารถเห็นสิ่งที่ได้ทำไว้ก่อนหน้านี้ได้ ไม่เหมือนการจัด Event ที่เมื่อมองกลับมาจะเห็นได้ว่าไม่มีสิ่งใดที่เป็นของเราเลย จึง ได้มีการสร้าง Products ที่สามารถจับต้องได้ เป็น Platform ที่สามารถต่อยอดได้ในอนาคต ปัจจุบันมีอยู่ด้วยกัน 3 Products ได้แก่

1. LearnRocket เป็นสื่อออนไลน์ที่เป็นช่องทางหนึ่งทางด้าน Education

ภาพประกอบที่ 3.11 ตราสัญลักษณ์ LearnRockets

2. Collab เป็นแอปพลิเคชั่น Community ที่ใช้สำหรับติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ของบุคคลภายในองค์กรแต่ละองค์กร

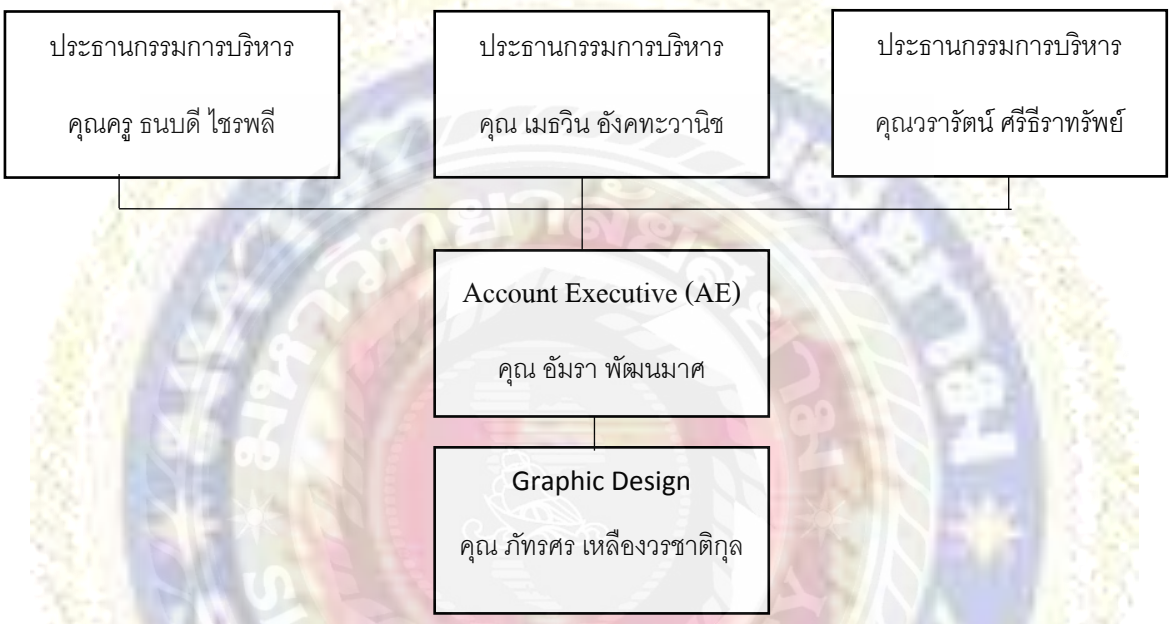
ภาพประกอบที่ 3.12 ตราสัญลักษณ์ Collab

3. Character GO เป็น Product ที่เป็นแอปพลิเคชั่นเกมบนมือถือสมาทร์โฟนที่เป็นแหล่งรวมคาร์แรคเตอร์ต่างๆที่มีชื่อเสียง และมีการแจกของรางวัลมากมายภายในเกม

ภาพประกอบที่ 3.13 ตราสัญลักษณ์แอปพลิเคชั่น CharacterGO

ซึ่งในปัจจุบัน Digital Media นั้นได้เข้ามามีอิทธิพลในการใช้ชีวิตของชีวิตคนในปัจจุบันเป็นอย่างมากหรือเรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของมนุษย์มากขึ้น ทางผู้บริหารจึงเล็งเห็นความสำคัญของปัญหา และเล็งเห็นความสำคัญของสื่อออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตของมนุษย์ที่มากขึ้น จึงทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างบริษัท และสร้างสรรค์งานในรูปแบบดังกล่าวเหล่านี้เพื่อตอบสนองกระแสความต้องการของสังคมในปัจจุบัน

3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร



ภาพประกอบที่ 3.14 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารขององค์

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นาวสาว สุนิษา นาดี ตำแหน่ง Account Executive (AE)

3.4.2. ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายดำเนินงาน

ได้รับมอบหมายงานคือ ฝ่าย Account Executive (AE) ของบริษัท Ovia Three โดยดำเนินงานในเรื่องดังต่อไปนี้

-ติดต่อประสานงานกับลูกค้าทางโทรศัพท์และอีเมล์

-ออกนอกสถานที่ไปคุยงานประสานงานกับทางลูกค้า

-คิดคอนเทนต์ที่ใช้ในการโปรโมทสินค้าของทางบริษัท

-ประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

- หาข้อมูลประกอบการทำงานจากเว็บไซต์

-ประสานงานกับทางProduction House เพื่อชี้แจงรายละเอียดการผลิต Video Presentation Mastery Product คอร์สเรียนออนไลน์

-ทำ Presentation นำเสนอการประชุมและไว้ใช้นำเสนอลูกค้า

-สรุปข้อมูลเนื้อหาในแต่ละงานลงใน Microsoft Excel

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ สกุลพนักงานที่ปรึกษา

คุณคุณคุณ อัมรา พัฒนมาศ

3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

Account Executive (AE)

3.5.3 ลักษณะงานของพนักงานที่ปรึกษา

ติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับองค์กร

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 – 31 สิงหาคม 2561 (รวม 16 สัปดาห์)

3.5.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ

วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 9.30 – 18.00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดาเนินงานเพื่อนำเสนอผลงานและพัฒนาการของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาทั้ง 16 สัปดาห์ และรายงานพัฒนาการของนักศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	โทรสอบถามข้อมูลการชำระเงินผ่านแอพลิเคชั่นของนักท่องเที่ยวชาวจีนสไตล์ Fit จากสถานประกอบการต่างๆ
สัปดาห์ที่ 2	Check ช่องทางการขายสินค้า Brand Name ของทางแอพพลิเคชั่น Lazada, 11 Street, Shopee และสรุปผลลงExcel
สัปดาห์ที่ 3	หาข้อมูลทางการตลาดของประชากรจีน และความต้องการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจีน Style Fit ประกอบการทำ Project แอพพลิเคชั่นที่ใช้ชำระเงินของนักท่องเที่ยวจีน
สัปดาห์ที่ 4	สรุปข้อมูล Chinese Style Fit และบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน Style Fit ประกอบการทำ Powerpoint
สัปดาห์ที่ 5	สรุปข้อมูล Brand สินค้าที่มีช่องทางการขายผ่านสื่อโซเชียลมิเดีย และมีตัวแทนจำหน่ายแพร่หลาย

สัปดาห์ที่ 6	ช่วยประสานงานเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อโปรโมทแอพลิเคชั่น Character Go ที่งานComic Con At Siamparagon และเป็น Pr โปรโมท Application Character Go
สัปดาห์ที่ 8	ไปพบลูกค้าที่เป็นPartner ร่วมในการจัดทำคอร์สออนไลน์ ที่มหาวิทยาลัยสยาม พร้อมดำเนินการทำงาน
สัปดาห์ที่ 9	รวบรวมข้อมูลอาจารย์ที่สอนในเว็บคู่แข่งของทางบริษัท พร้อมสรุปเพื่อทำPowerpoint และ Excel
สัปดาห์ที่ 10	ประชุมงานรับ Brief เรื่อง คอร์ส อสังหาริมทรัพทย์ โทรติดต่อประสานงาน ขอ Proposal จาก Hotel Bangkok,Upc Co-working Space ที่เลือกไว้
สัปดาห์ที่ 11	ติดต่อประสานงานกับทาง Hotel Upc ทาง Facebook Fanpage Check Mail เพื่อตรวจสอบ Proposal ที่ทางโรงแรมและ Co-working Space เสนอมา โทรติดต่อประสานงาน ขอ proposal จาก Hotel Bangkok, Upc Co-working Space เพิ่มเติม
สัปดาห์ที่ 12	ประสานงานรับ Brief จาก Partner โปรเจค ของทางบริษัท เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการ ทำPromotion การขาย และ ประสานงานกับฝ่าย Graphic เพื่อจัดทำPoster Infographic ลงทางสื่อโฆษณาออนไลน์
สัปดาห์ที่ 13	รับบรีฟงานเรื่องการเปิดตัวApplicationใหม่(Collab)เพื่อนำข้อมูลไปสรุปให้กับฝ่ายอื่นๆภายในบริษัททดลองใช้งาน
สัปดาห์ที่ 14	ทดลองใช้งานระบบบน Application Collab ผลิต Demo Content ลงใน Application Collab
สัปดาห์ที่ 15	หาข้อมูลและติดต่อประสานงานกับทางProduction House ที่จะใช้ผลิต Video Presentation Mastery Product คอร์สเรียนออนไลน์ และคิด Content ที่ใช้ในการสื่อสารแนะนำองค์กรภายใน Application Collab
สัปดาห์ที่ 16	สรุปการทดลองใช้ Application Collab หาข้อผิดพลาดเพื่อให้ฝ่ายผลิตนำไปแก้ไขก่อนนำไปเสนอขายลูกค้า และประชุมสรุปผลการทำงานตลอดระยะเวลา16 สัปดาห์

รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม 61				มิถุนายน 61				กรกฎาคม 61				สิงหาคม 61			
ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากสถานประกอบการ			←	→												
ขั้นตอนการปฏิบัติงานคุยงานประสานงานกับลูกค้า				←	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	
คิดและนำเสนอหัวข้อรายงาน					←	→	→	→								
ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลสำหรับจัดทำรายงาน					←	→	→	→	→	→	→	→				
เสนอโครงเล่มรายงานให้อาจารย์ที่ปรึกษา												←	→			
จัดทำเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์												←	→	→	→	→
สรุปผลการปฏิบัติงาน													←	→	→	
นำเสนอเล่มรายงาน																↔

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

Notebook HP 1 เครื่อง

เครื่องถ่ายเอกสารที่สามารถ Print และ Scan 1 เครื่อง

3.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

โปรแกรม Microsoft Excel

โปรแกรม Microsoft Word

โปรแกรม Microsoft Power Point

บทที่ 4
ผลการปฏิบัติงาน

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ (Learn Rocket) ของบริษัท Ovia Three จำกัด ผู้ศึกษาได้เรียนรู้และมุ่งศึกษากระบวนการขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ โดยผลปฏิบัติงานในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ดังนี้

4.1 ขั้นตอนก่อนการดำเนินการประสานงานกับลูกค้าเพื่อร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ (Learn Rocket)

4.1.1 การศึกษาหาข้อมูลของลูกค้าที่จะเชิญมาร่วมเป็น Partner กับทางบริษัท

เริ่มจากการการศึกษาหาข้อมูลและประวัติ ของบุคคลที่มีชื่อเสียงเฉพาะด้านจากเว็บไซต์และช่องทางจากสื่อต่างๆ รวมทั้งจากทางเว็บคู่แข่งทางการตลาดสินค้าคลังปัญญาอย่าง Skilllance เพื่อหาผู้ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่สามารถต่อยอดความรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละด้านได้ และหาข้อมูลผู้ที่มีจำนวนคอร์สเรียนออนไลน์ลงขายมากที่สุด จากที่ได้ค้นคว้าข้อมูลทั้งหมด แบ่งออกได้เป็นหมวดหมู่ดังนี้ คือ การสร้างแรงบันดาลใจให้กับชีวิตโดย สิริลักษณ์ ตันศิริ (โค้ชสิริลักษณ์), การเทรดหุ้นโดย อาจารย์ เบญศพล มะหิงสิบ,การยกระดับภาษาอังกฤษ โดย อาจารย์ ติงลี่ กิตติโกสินท์ และในเรื่องของอสังหาริมทรัพย์ โดย รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยสยาม (รศ.ดร. จอมพงศ์ มงคลวนิช)

ภาพประกอบที่ 4.1 การค้นหาข้อมูลลูกค้า

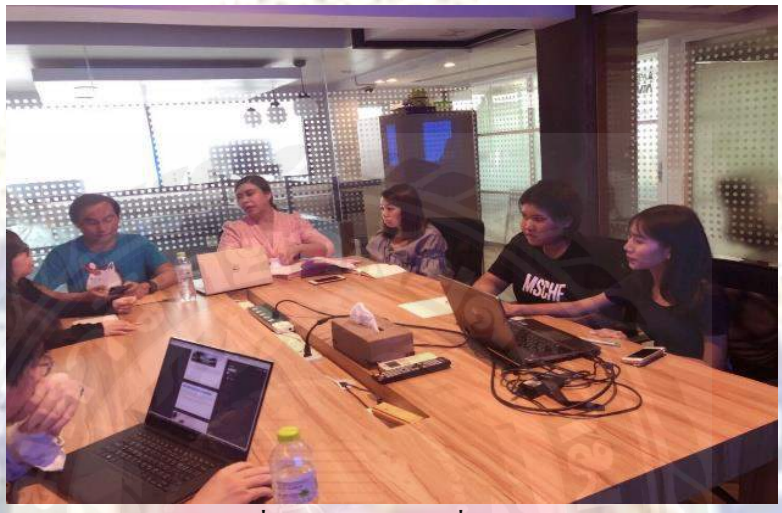
ภาพประกอบที่ 4.2 ข้อมูลลูกค้า(โค้ชสิริลักษณ์)

ภาพประกอบที่ 4.3 ข้อมูลลูกค้า(อาจารย์ เบญศพล มะหิงสิบ)

ภาพประกอบที่ 4.4 ข้อมูลลูกค้า (อาจารย์ติงลี่ กิตติโกสินท์)

4.1.2 การประชุมเพื่อนำเสนอข้อมูลประวัติผู้ที่จะเชิญมาร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์

หลังจากที่ได้ทำการหาประวัติข้อมูลและช่องทางการติดต่อของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละท่านแล้ว จึงทำการนัดประชุมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัทเพื่อ นำเสนอข้อมูลดังกล่าว เพื่อชี้แจ้งรายละเอียดของลูกค้าที่จะเชิญมาร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์กับทางบริษัท ทางผู้บริหารของทางบริษัทได้มีการนำเสนอ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพิ่มเติมอีกหนึ่งท่าน คือ ด้านอสังหาริมทรัพย์ โดย รศ.ดร.จอมพงศ์ มงคลวนิช (รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยสยาม)



ภาพประกอบที่ 4.5การประชุมเพื่อนำเสนอข้อมูลมูกค้า

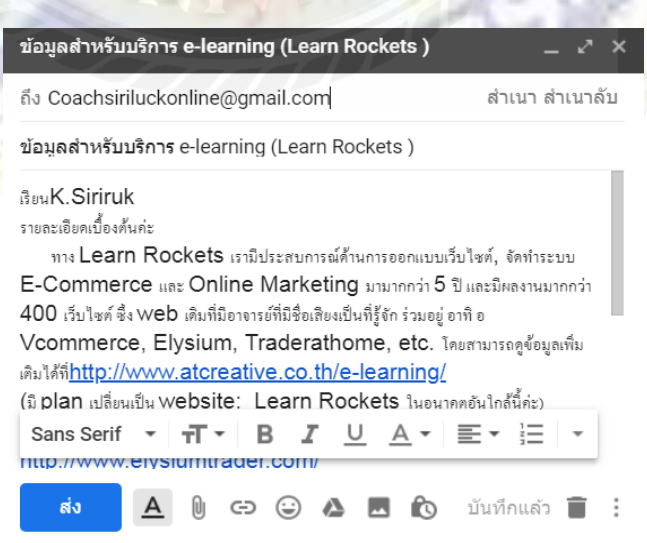
ภาพประกอบที่ 4.6 ข้อมูลลูกค้าเพิ่มเติม (รศ.ดร. จอมพงศ์ มงคลวนิช)

4.2 ขั้นตอนการดำเนินการติดต่อประสานงานเพื่อร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ (Learn Rocket)

4.2.1 การติดต่อประสานงานกับลูกค้าเพื่อจัดทำเว็บไซต์ขายคอร์สเรียนออนไลน์

หลังจากประชุมสรุปข้อมูลลูกค้าที่จะเชิญมาร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์กับทางบริษัทแล้ว ทางฝ่ายบริหารงานลูกค้า(ผู้จัดทำ)ได้ดำเนินการติดต่อประสานงานกับทางลูกค้าดังกล่าว โดยการติดต่อทางโทรศัพท์ และ อีเมล์ เพื่อชี้แจ้งอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ร่วมของทางบริษัท และมูลเหตุที่ต้องการเชิญชวนลูกค้าแต่ละท่านนั้น มาร่วมลงจัดทำและลงขายคอร์สเรียนออนไลน์กับทางบริษัท เมื่อลูกค้ายินยอมร่วมด้วยจากการฟังข้อเสนอดังกล่าวแล้ว ทางฝ่ายบริหารงานลูกค้า จึงทำการยื่นข้อเสนอและรายละเอียดข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง ไปทางอีเมล์ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับรายละเอียดการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ร่วมกัน และรออีเมล์การตอบกลับยินยอมในเงื่อนไขดังกล่าวทั้งหมด

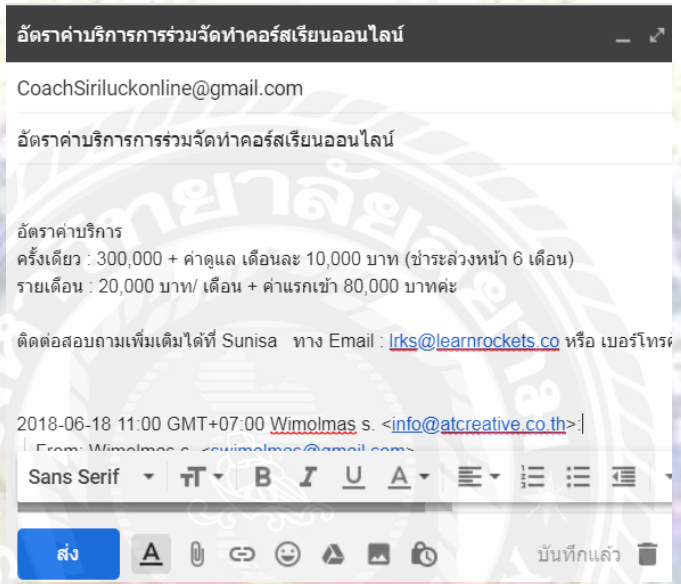
ภาพประกอบที่ 4.7 การติดต่อประสานงานกับลูกค้าทางโทรศัพท์



ภาพประกอบที่ 4.8 ตัวอย่างแบบฟอร์มที่ใช้ในการให้ข้อมูลกับลูกค้าทางอีเมลล์

4.2.2 การประสานงานและรับทราบเงื่อนไขในการจัดทำคอร์สออนไลน์

ฝ่ายบริหารงานลูกค้าได้มีการยื่นข้อเสนอเรื่องราคา ให้กับทางลูกค้า แนบไปในอีเมล์ เพื่อให้ลูกค้ารับทราบเงื่อนไขและข้อตกลงร่วมกัน ในการร่วมจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์และลงขายคอร์สออนไลน์กับทางบริษัท หลังจากทำการเจรจาติดต่อกับทางลูกค้าผ่านทางEmail แล้วจึงทำการติดต่อกลับไปทางโทรศัพท์อีกครั้งหนึ่ง เพื่อทำการนัดแนะกำหนด วันเวลาและสถานที่ ที่จะนัดในการทำการเจรจากันเกี่ยวกับรายละเอียดความต้องการของทางลูกค้าและทางบริษัท



ภาพประกอบที่ 4.9 ตัวอย่างแบบฟอร์มข้อเสนอเรื่องราคา

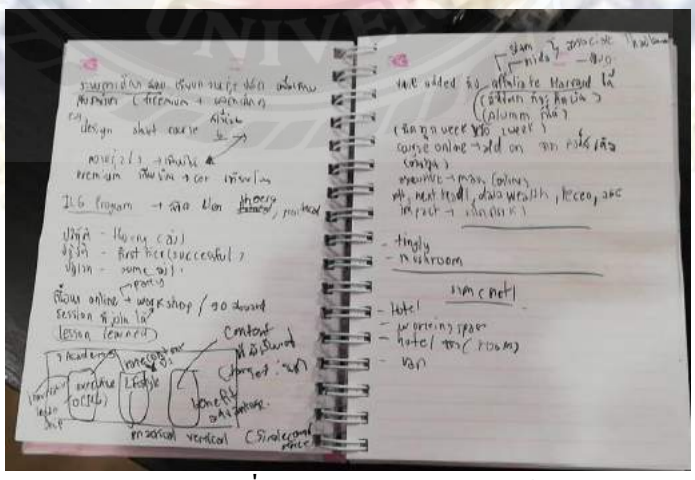
4.2.3 การติดต่อประสานงานกับลูกค้าเพื่อวางแผนการดำเนินงาน

ฝ่ายบริหารงานลูกค้าและผู้บริหารของทางบริษัทได้เดินทางไปยังสถานที่และวันเวลา ตามที่ลูกค้า ได้นัดแนะไว้ และทำการประชุม คุยงานกับทางลูกค้าที่จะมาร่วมเป็นพาทเนอร์กับทางบริษัท เพื่ออธิบายถึงการดำเนินการ ความเป็นมาของการจัดทำของทางบริษัทและ ที่มาของการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ดังกล่าว และสรุปข้อเสนอร่วมกันระหว่างการจัดทำและรูปแบบการขายคอร์สออนไลน์ และเจรจารับฟังถึงความต้องการ ของลูกค้าว่าต้องการแบบใด และต้องการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัยใด และเป็นกลุ่มคนด้านไหนที่จะเกิดการรับรู้ และสามรถเข้าถึงคอร์สเรียนออนไลน์ดังกล่าวนั้นได้ ผ่านการโฆษณาทางสื่อออนไลน์ต่างๆ อาทิ Facebook และสื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์ ที่เกิดจากการค้นหาโดยการ Search Engine และเนื่องจากคอร์สเรียนออนไลน์นั้น ไม่ใช่สินค้าทางการตอบสนองทางด้านอารมณ์ความอยากได้อยากมี แต่เป็นสินค้าที่ตอบสนองทางด้านสติปัญญา ทางลูกค้านั้นจึงต้องการที่จะให้คอร์สเรียนออนไลน์ ที่สร้างนั้น มีความโดดเด่นจากเว็บไซต์

อื่นมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองของอาจารย์แต่ละท่าน และจะต้องเข้าถึงกลุ่มที่มีความเฉพาะ เพราะราคาของคอร์สออนไลน์นั้นก็มีราคาที่ค่อนข้างสูง แต่เมื่อเทียบกับการจ่ายเงินไปเรียน แบบออฟไลน์กับอาจารย์ในแต่ละคลาสนั้นแล้วสิ้นเปลืองกว่าการ เรียนแบบออนไลน์อีกด้วยซ้ำ และการเรียนออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าไร้พรมแดนและขีดจำกัด ฉะนั้นการจ่าเงินราคาแพงกับการซื้อคอร์สออนไลน์เพื่อเรียนรู้นั้นถือว่าคุ้มค่า ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดขอแค่มีอินเทอร์เน็ตก็สามารถใช้งานได้ ลูกค้าจึงต้องการที่ จะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายให้ได้ได้ชัดเจนที่สุดเพื่อให้ได้ประสบผลสำเร็จร่วมกันทั้งสองฝ่าย

ภาพประกอบที่ 4.10 การประชุมรับบรีฟงานจากลูกค้า

เมื่อรับทราบความต้องการและ เสนอเงื่อนไขข้อตกลงร่วมกันทั้งหมดแล้ว ทางฝ่ายบริหารงานลูกค้าและทางผู้บริหารของทางบริษัทที่ได้ไปทำการเจรจากับทางลูกค้าสำเร็จแล้วจึงนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับจากลูกค้านั้นแล้ว มาทำการวางแผนและทำการประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้เพื่อปฏิบัติการทำงานในขั้นต่อไป



ภาพประกอบที่ 4.11 รายละเอียดความต้องการของลูกค้า

4.3 ขั้นตอนการสรุปและประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

เมื่อทำการสรุปข้อมูลที่ได้รับบรีฟมาจากลูกค้าแล้ว จึงนำสิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นมาสรุปให้กับฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ดังกล่าวนี้ อาทิ ฝ่ายออกแบบและสร้างสรรค์งาน (Creative), ฝ่ายกราฟิก(Graphic), ฝ่ายตัดต่อและฝ่ายคิดคำโฆษณา (Copy writer)โดยตัวสินค้าของทางบริษัท Ovia Three คือ สินค้าที่จับต้องไม่ได้แต่สามารถสร้างประโยชน์ และความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ นั่นก็คือสินค้า คลังปัญญาความรู้หรือคอร์สเรียนออนไลน์นี้เอง ฝ่ายที่เกี่ยวข้องของทางบริษัท จึงต้องนำสิ่งที่ได้รับบรีฟจากฝ่ายบริหารงานลูกค้า(ผู้จัดทำรายงาน) ไปบริหารจัดการการทำงานของตนเองในแต่ละฝ่ายเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนของการผลิตสื่อโฆษณาคอร์สเรียนออนไลน์บนสื่อออนไลน์

ภาพประกอบที่ 4.12 การสรุปงานให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องรับทราบ

4.3.1 การประสานงานกับฝ่าย Copywriter, Graphic, Web Master

การประสานงานเพื่อชี้แจง การทำงานอย่างละเอียดตามที่ลูกค้าต้องการ ในการจัดทำองค์ประกอบต่างๆในการจัดทำคอร์สออนไลน์ และทำการผลิตชิ้นงาน เพื่อใช้ในการทำโฆษณาโปรโมทคอร์สเรียนออนไลน์ทางสื่อ ผู้จัดทำรายงานนั้นมีหน้าที่คอยประสานการทำงานต่างๆเอง กับทางฝ่ายคิดคำโฆษณา,คอนเทนต์ และฝ่ายกราฟิก ตั้งแต่การนำความต้องการจากทางลูกค้า สิ่งที่ลูกค้าต้องการ เช่น การใช้สีของงาน การจัดวางรูปแบบเนื้อหารายละเอียด และการจัดโปรโมชั่นเพื่อโปรโมทคอร์สเรียนออนไลน์ โดยการชี้แจงข้อมูลดังกล่าวให้กับทางฝ่ายคิดคำโฆษณา และคอนเทนต์ อย่างละเอียดเพื่อนำไปสู่การคิดเนื้อหาคำโฆษณาและโปรโมชั่นที่จะใช้ในการจัดการลงขายคอร์สออนไลน์ผ่านสื่อ และเมื่อ ฝ่ายคิดคำโฆษณา(Copywriter) คิดคำโฆษณาดังกล่าวต่างๆนั้นสำเร็จแล้ว จึงนำข้อความโฆษณาเหล่านั้นส่งต่อไปยังฝ่ายกราฟิก เพื่อนำข้อความโฆษณาเหล่านั้นมาทำการสร้างและทำการติดต่อกับทางฝ่าย Web Masterซึ่งเป็นบุคคลภายนอกบริษัทที่ทำหน้าที่ผลิตสื่อให้กับทางบริษัททางตัวผู้จัดทำนั้นได้มีการคุยรายละเอียดคร่าวๆเพียงเท่านั้นและทางพี่เลี้ยงจึงได้ประสานงานต่อเพื่อชี้แจงรายละเอียดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

ภาพประกอบที่ 4.13 ประสานงานกับฝ่าย Copywriter

ภาพประกอบที่ 4.14 ประสานงานกับ Graphic Design

4.4 การนำเสนองานให้กับลูกค้า

เมื่อประสานงานงานกับทาง Graphic Design ให้ดำเนินขั้นตอนการผลิตชิ้นงานโฆษณา (Banner And Poster Advertising) ตามความต้องการของลูกค้าหลังจากเสร็จขั้นตอนการผลิตชิ้นงานเหล่านั้นแล้วก็ถึงขั้นการตรวจสอบความถูกต้อง ความต้องการของลูกค้าตรงตามที่ฝ่ายออกแบบได้ผลิตขึ้นหรือไม่

เมื่อตรวจสอบงานทุกชิ้นเสร็จสิ้น งานถูกต้องครบถ้วนตามความเข้าใจจากการรับบรีฟมาจากลูกค้าในขั้นตอนแรกแล้วจึงนำงานนั้นไปเสนอแก่ลูกค้า ว่าพึงพอใจหรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นคำที่ใช้ในการโฆษณา การใช้สีตัวอักษรสีในรูปแบบงาน รวมทั้งการจัดวางรูปแบบต่างๆของตัว Banner และ Poster Advertising โดยทำการติดต่อประสานงาน เสนองานให้ลูกค้าผ่านทางแอปพลิเคชั่นไลน์(Line) เพื่อเสนอชิ้นงานที่จะใช้ในการทำโฆษณาลงขายคอร์สออนไลน์นั้น สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือไม่หรือต้องการแก้ในส่วนไหนบ้าง ลูกค้าก็จะทำการติดต่อตอบกลับทาง การพิมพ์โต้ตอบ ทางตัวอักษร(Text)และเสียง(Voice) เมื่อลูกค้าไม่พอใจ หรือต้องการเพิ่มเติมในส่วนไหน จึงนำความต้องการเหล่านั้นนำส่งให้กับทาง Graphic Design เพื่อทำการแก้ไขต่อไป

ภาพประกอบที่ 4.15 และ4.16 การนำเสนองานลูกค้าผ่านไลน์(Line)

ภาพประกอบที่ 4.17 การชี้แจงการแก้ไขงานกับฝ่ายออกแบบ

4.5 ตรวจสอบชิ้นงานโฆษณาก่อนทำการลงโฆษณา

หลังจากการแก้ไขชิ้นงานตามที่ลูกค้าประสงค์แล้ว ขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญคือการตรวจสอบการทำงาน ของทุกฝ่าย เพราะในขั้นตอนนี้เป็นการ สรุปการทำงานควบคู่ไปกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ฝ่ายบริหารงานลูกค้านั้นต้องทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน การดำเนินงานต่างๆก่อนที่จะนำ Banner, Poster โฆษณาเหล่านั้นลงในสื่อออนไลน์เพื่อทำโฆษณา ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ข้อความที่ใช้เขียนในการลงโฆษณานั้นถูกต้องครบถ้วนหรือไม่มี เพราะการทำการลงโฆษณาทางสื่อออนไลน์นั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความละเอียดในการตรวจสอบ เนื่องจากสื่อเป็นสื่อที่กว้าง การจะเข้าถึงกลุ่มเป้านั้นมาใช่เรื่องง่าย แต่ถ้ารูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการโฆษณานั้นน่าสนใจถูกต้อง ถูกกลุ่มเป้าหมายนั้นก็จะทำให้สามารถดึงดูดเข้าถึงกลุ่มเป้าให้สนใจกดเข้ามาชมและตัดสินใจซื้อคอร์สออนไลน์ของทางบริษัทได้

ภาพประกอบที่ 4.18 ชิ้นงานโฆษณาที่แก้ไขสมบูรณ์

ภาพประกอบที่ 4.19 ชิ้นงานโฆษณาที่แก้ไขสมบูรณ์

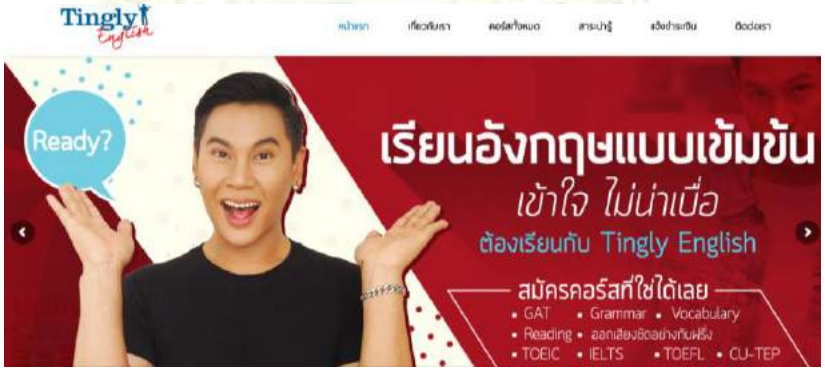
ภาพประกอบที่ 4.20 Banner ที่แก้ไขเสร็จสมบูรณ์

4.6 การสรุปผลการดำเนินงานและเตรียมรายละเอียดชิ้นงานลงสู่เว็บไซต์

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงาน โดยการติดต่อประสานงานไปยัง ฝ่ายผลิตสื่อเว็บไซต์ออนไลน์ให้กับทางบริษัท(Web Master) เพื่อสรุปการดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ และตรวจสอบข้อผิดพลาดของเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้น ว่ามีความเรียบร้อยที่พร้อมจะนำลงสื่อออนไลน์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ทำการค้นหาทาง Search Engine หรือไม่ เมื่อตรวจสอบรายละเอียดเนื้อหาบนเว็บไซต์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำชิ้นงานรายละเอียดต่างๆที่ได้จัดทำขึ้นจากทางฝ่ายออกแบบ (Graphic Design) นำลงภายในเว็บไซต์และมีการเชื่อมต่อ(Link)ไปยังทางFacebook อีกหนึ่งช่องทางเพื่อเป็นการสร้างการเข้าถึงให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึงได้

ภาพประกอบที่ 4.21เว็บไซต์ (โค้ชสิริลักษณ์)

ภาพประกอบที่ 4.22 เว็บไซต์ อาจารย์ เบญศพล มะหิงสิบ



ภาพประกอบที่ 4.23 เว็บไซต์ อาจารย์ ติงลี่ กิตติโกสินท์

บทที่5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การสรุปผลและข้อเสนอแนะได้กำหนดส่วนประกอบดังต่อไปนี้

5.1สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา

การปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัท Ovia Three เป็นระยะเวลา16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึง 31 สิงหาคม 24561 โดยงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำส่วนใหญ่นั้น เกี่ยวข้องกับด้านของการติดต่อประสานงานกับลูกค้าของทางบริษัท โดยตัวผู้จัดทำรายงานนั้นได้เข้ามาฝึกปฏิบัติสหกิจในช่วงที่ทางบริษัทนั้น กำลังดำเนินการในการจัดหาPartnerร่วมในการจัดทำคอร์สเรียนออนไลน์ทางเว็บไซต์ ตัวผู้จัดทำนั้นจึงได้มีหน้าที่หลักๆในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าที่จะมาร่วมจัดทำคอร์สกับทางบริษัท เริ่มตั้งแต่การหาข้อมูลของลูกค้าในเบื้องต้นเพื่อทำการศึกษาข้อมูลของลูกค้าในแต่ละบุคคลว่ามีคุณลักษณะตรงตาม คอร์สเรียนออนไลน์ในแต่ละด้านหรือไม่ เป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักของทางสื่อสังคมออนไลน์หรือเฉพาะทางด้านที่ทางบริษัทต้องการทางด้านไหน เมื่อได้ศึกษาข้อมูลตามที่ต้องการ จึงทำการติดต่อประสานงานกับลูกค้าโดยติดต่อสื่อสาร ทางโทรศัพท์และทางอีเมล์ เพื่อนำเสนอเงื่อนไข ที่จะเชิญมาร่วมจัดทำคอร์สออนไลน์ร่วมกัน และได้มีโอกาสได้ออกไปนัดเจอลูกค้าภายนอกสถานที่ด้วย แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นการติดต่อประสานงานกับลูกค้ารับเรื่องจากลูกค้าผ่านการคิดต่อทางแอปพลิเคชั่น Line ประชุมติดต่อประสานงานภายในบริษัทมากกว่าการได้ออกนอกสถานที่ นอกจากการประสานงานกับลูกค้าแล้ว ตัวผู้จัดทำยังมีหน้าที่ในการประสานงานงาน สรุปงานให้กับฝ่ายที่เกี่ยวข้องของภายในบริษัทให้ได้รับทราบข้อมูลที่ได้รับมาจากลูกค้าร่วมกัน และยังได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝึกการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในสถานการณ์จริง จากการฝึกสหกิศึกษาที่บริษัท Ovia Three ทำให้ตัวผู้จัดทำรายงานนั้นได้เรียนรู้การทำงานจริงภายในบริษัทโฆษณา เรียนรู้ระบบการทำงานร่วมกันกับทุกฝ่าย ซึ่งภายในบริษัทนั้นจะขาดฝ่ายบริหารงานลูกค้ามิได้เลย เพราะฝ่ายประสานงานลูกค้านั้นเปรียบเสมือนตัวกลางที่คอยรับเรื่อง ทำการสื่อสาร ถ่ายทอดงานไปยังฝ่ายต่างๆได้ จากการทำงานจริงทำให้ผู้จัดทำนั้นสามารถพัฒนาศักยภาพตัวเองได้มากขึ้น เพราะประสบการณ์ทุกอย่างนั้นได้สอนให้ตนเองนั้นกล้าที่จะเผชิญหน้ากับสิ่งที่เจอ และสามารถแก้ไขสิ่งเหล่านั้นได้จนสำเร็จ

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษานั้น ทำให้ได้ใช้ความรู้ความสามารถในการติดต่อประสานงาน การสื่อสารที่ตนเองชอบและมีความถนัดได้อย่างเต็มที่ โดยใช้ความรู้พื้นฐานจากประสบการณ์ในการศึกษามาปฏิบัติใช้งานจริง ซึ่งในกรทำงานตามที่ได้รับมอบหมายนั้น ผู้จัดทำรายงานนั้น ได้รับคำติชมจากผู้มอบหมายงานอยู่บ้าง เมื่อมีคำชมก็ย่อมมีคำติในบางครั้ง แต่สิ่งเหล่านั้นไม่ไดเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อตนเองแม้แต่อย่างใด แต่ยิ่งกลับเป็นแรงผลักดันให้

พยายามทำงานที่ได้รับมอบหมายเหล่านั้น ให้ดียิ่งขึ้นไปตามที่ผู้มอบหมายงานนั้นได้คาดหวังไว้ และตัวผู้จัดทำนั้นจะเก็บทุกคำติและคำชมจากลูกค้าและบุคคลภายในบริษัทมาเป็นประสบการณ์ชีวิตและพัฒนาศักยภาพตนเองให้มีประสิทธิภาพในการทำงานต่อไปในอนาคตภายภาคหน้าอีกด้วย

5.2ข้อเสนอแนะการปฏิบัติสหกิจศึกษา

5.2.1 การประสานงานกับลูกค้านั้นเป็นฝ่ายที่ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาที่จะเข้ามาจริงโดยที่ตัวเราเองนั้นไม่สามารถคาดคิดหรือรู้ล่วงหน้าได้ว่า ลูกค้าจะทำการสื่อสารหรือแสดงปฏิกิริยาอะไรโต้ตอบกลับมาบ้าง ข้อเสนอแนะคือ ควรเตรียมความพร้อมในการหาข้อมูลให้พร้อมมีสมุดจดประจำตัวอยู่เสมอ เตรียมสิ่งที่จะพูดจะสื่อสารกับลูกค้าไว้ให้พร้อมเมื่อถึงสถานการณ์จริงแล้วจะได้ไม่ตื่นตระหนกกับเหตุการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่และจะทำให้เรากล้าเผชิญกับเหตุการณ์ในตอนนั้นและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีเนื่องจากมีการเตรียมความพร้อมในการหาข้อมูลให้กับลูกค้ามาล่วงหน้าแล้ว

5.2.2 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความระมัดระวังเป็นอย่างมากในการพูด เพราะลูกค้าจะเก็บรายละเอียดทุกคำพูดของเราไว้หมดตั้งแต่การเริ่มสนทนากัน ฉะนั้น สิ่งที่อยากจะเสนอแนะคือการระวังเรื่องคำพูดให้มากที่สุด ควรระงับอารมณ์และสีหน้าของตนเองเมื่อไม่พอใจหรือ เมื่อลูกค้าพูดขัดแย้งกับที่ตนเองเสนอไปแล้วนั้นก็ควรจะน้อมรับแล้วฟัง และพูดเสนอด้วยน้ำเสียงที่ใจเย็นไม่ใส่อารมณ์เพื่อให้การติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับตนเองนั้นเป็นประสบผลสำเร็จ

5.2.3 การทำงานในบริษัทโฆษณานั้น ย่อมมีคำศัพท์เฉพาะทางการสื่อสารกันภายในบริษัท เช่น คำเฉพาะทาง หรือตัวย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ที่ใช่พิมพ์ส่งหากันทางกลุ่มงานของทางบริษัท อาทิ Artwork , potential,Brand Identity,Strategy และ Cpc& Cpm ซึ่งในบางคำผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจเองนั้นไม่เข้าใจ แต่ก็มิได้เป็นปัญหากับการทำงานมากนัก เพราะพื้นฐานก็พอทราบคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสื่อสารภายในบริษัทโฆษณาเบื้องต้น มาบ้างแล้ว แต่สำหรับคำไหนที่ไม่เข้าใจในความหมายนั้นๆ ก็จะทำการจดคำศัพท์นั้นใส่สมุดบันทึก แล้วนำไปค้นหาความหมาย ซึ่งการจดจะทำให้เราจดจำคำเหล่านั้นได้ตลอด สิ่งที่อยากจะเสนอคือ ควรจะทำการศึกษาและเรียนรู้คำศัพท์เฉพาะเบื้องต้นภายในบริษัทโฆษณามาพอประมาณ จึงจะทำให้การทำงานในแต่ละวันนั้นดำเนินการไปได้อย่างราบรื่นเอง

บรรณานุกรม

กานต์มณี แสงศรีจิราภัทร. (2550). *การสื่อสารภายในองค์กร ของบริษัท กสท.โทรคมนาคม จำกัด.* การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โชคอุมา ศรีตะพัสโส. (2557). *ความสัมพันธ์ของการโฆษณาผ่านระบบ ออนไลน์กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.* การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารบัณฑิตธุรกิจ เอกระบบสาระสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญญบุรี.

ฐิติรัตน์ นุ่มน้อย. (2555). *การสื่อสารเพื่อการจัดการการเปลี่ยนแปลงในองค์กร.* การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารประยุกต์ คณะภาษาและการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เรวัตร สมบัติทิพย์. (2543). *การติดต่อสื่อสารในองคก์าร: กรณีศึกษา บริษัท ซีเกท เทคโนโลยี.* การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบัณฑิต,คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิระ ศรีโยธิน. (1พฤษภาคม 2560). *การสื่อสารภายในองค์กรจากแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร.* 10(2), 8-10.

สิทธิชัย จึงสกุลรุจิเวช. (2543). *การติดต่อประสานงานกับลูกค้า.* การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุธี สุทธิสมบูรณ์. (2542*). แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน.* กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ	นางสาว สุนิษา นาดี
รหัสนักศึกษา	5804600280
เบอร์ติดต่อ	085-554-7149
E-mail	Snooksunisa3@gmail.com
ที่อยู่ปัจจุบัน	274/3 ถนน เจริญกรุง 79 แขวงวัดพระยาไกร เขตบางคอแหลม กรุงเทพ 10120
ประวัติการศึกษา	โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย (ตอนต้น-ตอนปลาย)
ปัจจุบันกาลังศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาควิชาการโฆษณา
ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา	ฝ่ายบริหารงานลูกค้า Account Executive (AE)
สถานประกอบการ	บริษัท Ovia Three จำกัด
ทักษะและความสามารถพิเศษ	มีทักษะการพูดและการเขียนโน้มน้าวใจได้เป็นอย่างดี ใช้โปรแกรมExcel ได้ดี เล่นดนตรีสากลได้ (เบสไฟฟ้า)