



รายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การศึกษาขั้นตอนการประสานงานลูกค้าในตำแหน่ง Project Manager

ของบริษัท เดอะ เว็บไฟล์ท์ จำกัด ปี พ.ศ.2562

กรณีศึกษาการประสานงาน บริษัท เดอะ เว็บไฟล์ท์ จำกัด

โดย

นางสาวเจนจิรา สายเนตร 5904600134

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อรายงาน การศึกษาขั้นตอนการประสานงานในตำแหน่ง Project Manager

Project Coordination Process in the Project Manager Position at
The Web Flight Company Limited

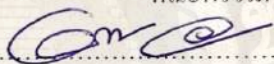
รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวเจนจิรา สายเนตร รหัสนักศึกษา 5904600134

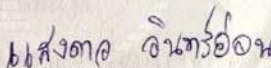
ภาควิชา การโฆษณา

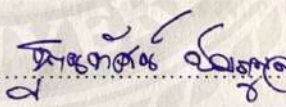
อาจารย์ที่ปรึกษา เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

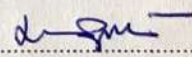
อนุมัติให้รายงานฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการ
โฆษณาประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการการสอบรายงาน

 อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์)

 พนักงานที่ปรึกษา
(นางสาวแสงดาว อินทร์อ่อน)

 ประธานกรรมการ
(อาจารย์ฐานทัศน์ ชมภูพล)

 ผู้ช่วยอธิการบดี

และผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ	:	การศึกษาขั้นตอนการประสานงานลูกค้าในตำแหน่ง Project Manager ของบริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด
ชื่อนักศึกษา	:	นางสาวเจนจิรา สายเนตร
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์
ระดับการศึกษา	:	ปริญญาตรี
ภาควิชา	:	โฆษณา
คณะ	:	นิเทศศาสตร์
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา	:	3/2561

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา เรื่อง “การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าของบริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด” มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการประสานงานในตำแหน่ง Project Manager 2. เพื่อศึกษาขั้นตอนการทำงานและประสานงานภายในบริษัทเพื่อให้ได้การทำงานอย่างเป็นระบบภายในองค์กร

ซึ่งบริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด ได้ประกอบธุรกิจ Digital Agency โฆษณาออนไลน์และผลิตสื่อออนไลน์ ทางผู้จัดทำนั้นได้ปฏิบัติงานในตำแหน่ง Project Manager โดยมีหน้าที่รับผิดชอบงานทางด้านการติดต่อประสานงานกับลูกค้าและประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

จากการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษานั้นได้ประสบปัญหาในเรื่องของการทำงานภายในบริษัทเนื่องจากบุคลากรมีจำนวนลดน้อยลง จึงทำให้ตัวผู้ปฏิบัตินั้นต้องรับหน้าที่ในการทำงานที่หลายส่วนมากยิ่งขึ้น แต่ก็สามารถทำงานในสิ่งที่ได้รับมอบหมายนั้นได้อย่างสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษานั้นเป็นเวลาทั้งสิ้น 16 สัปดาห์ ทำให้ได้เรียนรู้วิธีการและขั้นตอนการทำงาน อีกทั้งยังได้ปฏิบัติงานตามสภาพสถานการณ์จริงและได้นำองค์ความรู้จากการศึกษามานำมาบูรณาการเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่การทำงานในสถานประกอบการที่ได้มาฝึกปฏิบัติ ซึ่งเป็นการฝึกฝนและเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเองอีกด้วย

คำสำคัญ : ประสานงาน / ลูกค้า

Project Title : Coordination Process in the Project Manager
Position at
The Web Flight Company Limited

Student Name : Ms. Jenjira Sainet

Adviser : Mr. Ekkasit Auychiwat

Degree : Bachelor of Communication Arts

Major : Advertising

Faculty : Communication Arts

Semester / academic year : 3/2018

ABSTRACT

This cooperative report is entitled “Coordination Process in the Project Manager Position”. The main objectives were to study the process of coordination and self-development in the project manager position and to study the work process and coordinate within the company to achieve systematic work within the organization.

As an intern, the student was working at The Web Flight Company Limited and assigned to work as Project Manager under the Department of Project Manager. During this internship, the student was assigned to work as an account executive and had responsibilities to contact and coordinate with customers and the company’s team members.

The results found the company’s employees caused difficulty of work and that the student had to work in a wide variety of functions to get all work accomplished. Throughout the project, the student could enhance more knowledge and skill for self-development.

Upon the completion of this cooperative program, the student had a chance to learn more about working processes / working according to the actual situation, solving the problem yourself and bring the knowledge from the study to integrate in order to benefit work in the workplace. Through this cooperative study, the student was able to practice and learn skills to improve one's potential, as well as developed various working skills, which are beneficially for future career profession.

Keyword : **coordinate / the customer**

Approved by
.....

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

จากการที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษาที่ บริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม ถึง 30 สิงหาคม พ.ศ.2562 เป็นเวลาทั้งสิ้น 16 สัปดาห์ ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษาลงฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความ ร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์
2. นางสาว เสาวลักษณ์ พินิจนันทกุล ตำแหน่ง Project Manager
3. นางสาว แสงดาว อินทร์อ่อน ตำแหน่ง Project Manager

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.....	3
1.3 ขอบเขตของรายงาน.....	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	3
บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย.....	4
2.1.1 ความหมายของการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย.....	4
2.1.2 การโฆษณาบน Facebook.....	5
2.2 หลักการและทฤษฎีการสื่อสารและการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร.....	13
2.2.1 ความหมายของการสื่อสารและการสื่อสารภายในองค์กร.....	13
2.2.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร.....	13

สารบัญ

หน้า

2.2.3 ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร.....	14
2.2.4 ประเภทของการสื่อสารภายในองค์กร.....	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน.....	15
2.3.1 องค์ประกอบของการประสานงาน.....	16
2.3.2 วัตถุประสงค์ของการประสานงาน.....	16
2.4 ขั้นตอนการติดต่อและประสานงานกับลูกค้า.....	17
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน.....	19
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	19
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	20
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร.....	21
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	22
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	22
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	22
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	23
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	25

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน.....	26
4.1 ขั้นตอนก่อนการดำเนินงานเพื่อจัดทำโครงการโฆษณาและการตลาดให้กับบริษัทต่างๆ...	26
4.1.1 ติดต่อประสานงานและรับข้อมูลจากลูกค้าก่อนการดำเนินงาน.....	26
4.1.2 ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน.....	26
4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานในการประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท.....	28
4.2.1 การประสานงานกับฝ่าย Graphic Design, content, creative content.....	29
4.3 ขั้นตอนการนำเสนองานให้ลูกค้า.....	32
4.4 ตรวจสอบชิ้นงานโฆษณาก่อนทำการลงโฆษณา.....	32
4.5 ขั้นตอนการสรุปผลการดำเนินงาน.....	34
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	35
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	35
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจ.....	36
บรรณานุกรม.....	37
ภาคผนวก.....	38
ประวัติผู้จัดทำ.....	40

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	23
ตารางที่ 3.2 การเขียนขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับการจัดทำรายงานสหกิจศึกษา.....	24



สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบที่ 2.1 ขั้นตอนการสร้างโฆษณา.....	6
ภาพประกอบที่ 2.2 ขั้นตอนการรับรู้.....	6
ภาพประกอบที่ 2.3 ขั้นตอนการพิจารณา.....	7
ภาพประกอบที่ 2.4 ขั้นตอนคอนเวอร์ชัน.....	7
ภาพประกอบที่ 2.5 ขั้นตอนตั้งค่าบัญชีผู้ใช้โฆษณา.....	8
ภาพประกอบที่ 2.6 ขั้นตอนการดำเนินการ.....	8
ภาพประกอบที่ 2.7 ขั้นตอนการเลือกกลุ่มเป้าหมาย.....	9
ภาพประกอบที่ 2.8 ขั้นตอนการเลือกตำแหน่งการจัดวาง.....	9
ภาพประกอบที่ 2.9 ขั้นตอนการการกำหนดงบประมาณและกำหนดเวลา.....	10
ภาพประกอบที่ 2.10 ขั้นตอนการเลือกขนาดของกลุ่มเป้าหมาย.....	11
ภาพประกอบที่ 2.11 ขั้นตอนการเลือกรูปแบบโฆษณาและรูปภาพที่ใช้ทำการโฆษณา.....	11
ภาพประกอบที่ 2.12 ขั้นตอนการระบุข้อความที่จะแสดง.....	12
ภาพประกอบที่ 2.13 ขั้นตอนการเลือกโพสต์ที่มีอยู่แล้วทำการโฆษณา.....	12
ภาพประกอบที่ 2.14 ขั้นตอนการกดยืนยันเพื่อทำการโฆษณา.....	12
ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด.....	19
ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่รูปภาพ บริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด.....	19

สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบที่ 3.3 บริษัทที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	20
ภาพประกอบที่ 3.4 Milestones ของบริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด.....	21
ภาพประกอบที่ 3.5 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร.....	21
ภาพประกอบที่ 4.1 รายละเอียดความต้องการของลูกค้าตลอดระยะเวลา 1 ปี.....	26
ภาพประกอบที่ 4.2 การประชุมการประชุมรับฟังจากลูกค้าเพื่อนำเสนอข้อมูลลูกค้า.....	27
ภาพประกอบที่ 4.3 สรุปบริบทการประชุมเพื่อนำเสนอข้อมูลลูกค้า.....	27
ภาพประกอบที่ 4.4 ตัวอย่างแบบฟอร์มข้อเสนอเรื่องราคา.....	28
ภาพประกอบที่ 4.5 การสรุปงานให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องรับทราบ.....	29
ภาพประกอบที่ 4.6 การประสานงานกับฝ่าย content.....	30
ภาพประกอบที่ 4.7 การประสานงานกับฝ่าย Graphic Designer.....	30
ภาพประกอบที่ 4.8 content ที่ลูกค้า Approved แล้ว.....	31
ภาพประกอบที่ 4.9 Artwork ที่ลูกค้า Approved แล้ว.....	31
ภาพประกอบที่ 4.10 การนำเสนองานลูกค้าผ่าน E-mail.....	32
ภาพประกอบที่ 4.11 ภาพงานโฆษณาที่แก้ไขแล้ว.....	33
ภาพประกอบที่ 4.12 ภาพงานโฆษณาที่แก้ไขสมบูรณ์.....	33
ภาพประกอบที่ 4.13 content ที่เตรียมลง Facebook Fan page (Baby Love).....	34
ภาพประกอบที่ 4.14 Facebook Fan page (Baby Love).....	34

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

เนื่องจากปัจจุบันคนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดาย ด้วยมือถือสมาร์ทโฟนที่ตอนนี้มีราคาถูกลง รวมถึงรุ่นให้เลือกใช้หลากหลายขึ้น เหล่านี้ทำให้สถิติการรับสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ทุกสิ่งทุกอย่างถูกล้อมรอบไปด้วยเทคโนโลยีความทันสมัยเมื่อความก้าวหน้าเพิ่มมากขึ้นมากเท่าไร ก็ยิ่งส่งผลทำให้ผู้คนในสังคมส่วนใหญ่นั้นเกิดความต้องการที่มากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจต่างๆเกิดการขยายตัวสูงขึ้น เพื่อตอบสนองกับความต้องการของคนในสังคมเมือง ให้ได้รับความสะดวกสบาย และทำทุกอย่างเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มคนในแต่ละกลุ่มอย่างการทำโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ในปัจจุบันนี้ เนื่องจากสื่อออนไลน์นั้นเป็นสื่อที่มีความหลากหลายและยังสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับสินค้าได้ตามความต้องการ อันแพร่หลายไปยังกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจได้ไวที่สุดกว่าสื่ออื่น อาทิ Website, Facebook, Instagram ซึ่งสื่อดังกล่าวเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นสื่อที่มีการเข้าถึงได้รวดเร็วและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากในเวลาเดียวกัน สามารถควบคุมและกำหนดงบประมาณในการทำการโฆษณาได้ด้วยต้นทุนที่เฉลี่ยแล้วถูกกว่าสื่อออฟไลน์ และพร้อมที่จะแข่งขันภายในระยะเวลาในอีกไม่กี่ปีจากนี้ ซึ่งในประเทศไทยเองมีทั้ง YouTube, Facebook และเว็บไซต์ต่างๆล้วนแต่เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็วเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาแค่เพียงมีอินเทอร์เน็ตก็สามารถเข้าถึงได้ ทำให้แย่งฐานลูกค้าที่เงินตัวเลขของผู้ชมรายการต่างๆผ่านสื่อโทรทัศน์ลดลง ทำให้ช่องต้องปรับกลยุทธ์ใหม่ด้วยการยอมเผยแพร่คอนเทนต์สดๆผ่านสองช่องทางพร้อมกัน คือ ทีวีและสื่อออนไลน์ในช่องทางของตัวเอง ขณะเดียวกันตัวเลขของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก และแท็บเล็ตต่างๆก็มีส่วนที่ใกล้เคียงกับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือแล้ว แน่นอนว่าเม็ดเงินโฆษณาหลังจากนี้จึงมีโอกาสโยกย้ายมาทำ สื่อโฆษณาออนไลน์ การตลาดออนไลน์ แบบครั้งต่อครั้ง จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดธุรกิจออนไลน์ที่มากขึ้นทุกปี

ปัจจุบันในโลกยุคดิจิทัล สื่อใหม่อย่าง ดิจิทัลทีวี โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ออนไลน์ คือเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลมากขึ้นเรื่อยๆในการตลาดและโฆษณา เพราะมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้คนในทุกวันนี้ที่ใช้เวลาอยู่กับโลกออนไลน์นานขึ้นเรื่อยๆ เอเจนซี่โฆษณาต่างๆจึงหันมาบริการรับลงโฆษณา ทำการตลาดออนไลน์จากแบรนด์สินค้าต่างๆ ทั้งนี้ สื่อโฆษณาออนไลน์ในทุกประเทศไม่ได้เข้าถึงเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่เหมือนกับเมื่อ 4-5 ปี ก่อนอีกต่อไป

สื่อดิจิทัล สามารถให้ข้อมูลการตลาด ผลิตภัณฑ์ และธุรกิจได้อย่างละเอียด การจัดกิจกรรมร่วมสนุก ส่งเสริมการขาย มีวิธีที่ง่ายดาย สะดวก ไม่ยุ่งยาก รวมถึงสร้างชุมชนออนไลน์หรือแฟนคลับของแบรนด์สินค้าตัวเองได้ด้วย ทำให้มีฐานข้อมูลบริโภค เป็นช่องทางในการรับทราบข้อคิดเห็น สามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงได้และได้รับfeedbackโดยตรง ทำให้ทราบความต้องการทางการตลาดของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันว่ากำลังชื่นชอบอะไรและเรื่องอะไรที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับผู้ประกอบการทางธุรกิจและส่งผลประโยชน์กลับไปยังผู้บริโภคได้จึงต้องมีการตั้งกลุ่มเป้าหมายเพราะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำโฆษณา เพราะในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย แต่ละกลุ่มลูกค้ามีลักษณะแตกต่างกันออกไปในหลายช่วงวัยความหลากหลายในความต้องการจึงแตกต่างกันออกไป เอเจนซี่สามารถวิเคราะห์และจัดการเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ออกมามีประสิทธิภาพ ด้วยประสิทธิภาพการทำงานอาจจะ Mix and Match ด้วยฐานข้อมูลที่มีอยู่และกรณีตัวอย่างจาก Campaign อื่นมาช่วยได้ ซึ่งเอเจนซี่จะช่วยซัพพอร์ตปัญหาภายในองค์กรไม่ต้องเสียงบประมาณในการเซ็คทีมขึ้นมาใหม่ หรือเสียงบประมาณไปกับการทำการตลาดที่เปล่าประโยชน์ไม่ได้อะไรกลับคืนมา เพราะเอเจนซี่มีทีมที่ครบถ้วนมากกว่าต่อให้แบรนด์ตั้งทีมขึ้นมาเองก็ยังไม่สามารถ Full Team ได้เท่ากับเอเจนซี่ ฉะนั้นหากให้เอเจนซี่ช่วยในการทำงาน จะทำให้ลูกค้ามีเวลาในการโฟกัสกับธุรกิจมากขึ้น แบ่งการทำงานตามความถนัด จะสามารถช่วยแบ่งเบาแบรนด์ได้มากกว่าที่แบรนด์จะต้องเสียเวลาสร้างทีมมาร์เก็ตติ้งออนไลน์เพื่อมาจัดการกับปัญหบนออนไลน์ด้วยตัวเอง ถ้าหากวันหนึ่งบุคลากรคนนั้นลาออกจากแบรนด์ไป ก็ต้องเสียเวลาหาคนใหม่เทรนนิ่งใหม่เท่ากับว่าต้องลงทุนใหม่ ซึ่งบุคลากรทางด้านดิจิทัลนั้นหายาก

ดังนั้นจากสิ่งที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้จัดทำรายงานนั้นได้มีความตั้งใจที่จะมุ่งฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาในด้านการติดต่อประสานงานลูกค้าที่เกี่ยวกับ Digital Agency เนื่องจากในด้านการประสานงานกับลูกค้าเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรขาดไม่ได้เพราะเป็นผู้ที่ทำการติดต่อประสานงานกับลูกค้าหรือผู้ที่ทำหน้าที่รับข้อมูลมาจากลูกค้าตามที่คุณค้าต้องการมาสรุปให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท ยิ่งฝ่ายประสานงานกับลูกค้ามีประสิทธิภาพในการทำงานมากเท่าไรก็ยิ่งทำให้ทางบริษัทได้ทราบข้อมูลเนื้อหาจากลูกค้าได้มากที่สุด อันเนื่องมาจากฝ่ายประสานงานลูกค้า นั้น เปรียบเสมือน"กาว"ที่ช่วยประสาน เสรจ และแก้ไขปัญหาด่างๆ ตั้งแต่ปัญหาจาก Internal ไปยังลูกค้าเพื่อให้งานทุกอย่างบรรลุเป้าหมายได้อย่างราบรื่น เป็นตัวกลางระหว่างลูกค้าและทุกคนในบริษัทโดยฝ่ายประสานงานกับลูกค้า นั้นจะต้องเข้าไปติดต่อกับหน่วยงานหรือองค์กรที่กำลังต้องการนำเสนอผลงาน หรือโฆษณาสินค้าโดยจะต้องเข้าไปเจรจากับผู้ที่มี

อำนาจตัดสินใจและสามารถอนุมัติงานขึ้นนั้น ต้องอาศัยการทำงานเป็นทีมซึ่งต้องใช้การติดต่อประสานงาน ใช้การสื่อสารที่ต้องมีความชัดเจน ความเอาใจใส่และความถูกต้องให้มากที่สุด อาศัยการทำงานร่วมกันแบบที่เรียกว่าทีมเวิร์คเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายนั้นสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ขอบริษัทและ สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายงานที่ลูกค้าต้องการนั่นเอง

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการประสานงานในตำแหน่ง Project Manager ของบริษัท เดอะ เว็บบไพลท์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาขั้นตอนการทำงานและประสานงานภายในบริษัทเพื่อให้ได้การทำงานอย่างเป็นระบบภายในองค์กร

1.3 ขอบเขตการทำรายงาน

การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่ง Project Manager ของบริษัท เดอะ เว็บบไพลท์ จำกัด จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาขั้นตอนการติดต่อประสานงานกับลูกค้าในการทำโฆษณา และการตลาดให้กับบริษัทต่างๆ โดยการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษามีระยะเวลา ในการฝึกปฏิบัติตั้งแต่ วันที่ 14 พฤษภาคม - 30 สิงหาคม 2562 รวมทั้งสิ้นระยะเวลาทั้งสิ้น 16 สัปดาห์

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงขั้นตอนการติดต่อประสานงานกับลูกค้าในตำแหน่ง Project Manager
2. ได้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานและประสานงานภายในบริษัทเพื่อให้ได้การทำงานอย่างเป็นระบบภายในองค์กร

บทที่ 2

ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลการดำเนินงานสหกิจศึกษา เรื่อง การศึกษาขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการทำโฆษณาและการตลาดให้กับบริษัทต่างๆของบริษัท เดอะ เว็บบไพลท์ จำกัด

เพื่อมุ่งศึกษาขั้นตอนการติดต่อประสานงานกับลูกค้าและประสานงานภายในองค์กรเพื่อร่วมจัดทำงานโฆษณาและการตลาดให้กับบริษัทต่างๆ

ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำรายงานฉบับนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาในเรื่องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย

2.1.1 ความหมายของการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย

2.1.2 การโฆษณาบน Facebook

2.2 หลักการและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร

2.2.1 ความหมายของการสื่อสารและการสื่อสารภายในองค์กร

2.2.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร

2.2.3 ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

2.2.4 ประเภทของการสื่อสารภายในองค์กร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน

2.3.1 องค์ประกอบของการประสานงาน

2.3.2 วัตถุประสงค์ของการประสานงาน

2.4 วิธีการติดต่อและประสานงานกับลูกค้า

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย

2.1.1 ความหมายของการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย

โซเชียลมีเดียคือ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายรูปแบบ **Facebook, Line, Twitter, YouTube, Instagram** และอื่นๆอีกมากมาย และการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย หมายถึง การตลาดบนสื่อออนไลน์ เพราะนอกจากคนส่วนใหญ่จะเข้าถึงได้ง่ายแล้ว ยังพบสถิติการใช้ที่สูงเกือบจะตลอด 24 ชั่วโมงเลยทีเดียว ทำให้เกิดข้อดีของการทำ Social Media Marketing นั่นคือการเข้าถึงกลุ่มบุคคลที่สนใจในตัวสินค้าหรือบริการแบบตัวต่อตัวโดยที่เจ้าของกิจการสามารถพูดคุยหรือสอบถามข้อมูลผ่านทาง Social Media ได้เหมือนผู้ซื้อได้พูดคุยสอบถามข้อมูลกับเจ้าของร้าน

โดยตรง การโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง เพื่อติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ใช้ทั้งหลักการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขาย ผ่านผู้ให้บริการด้านโซเชียล โดยเจ้าของธุรกิจสามารถค้นหา วางแผนกิจกรรม เพื่อนำบริการเหล่านี้มาเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจของตัวเอง

การใช้ “โซเชียล มีเดีย” เป็นสื่อกลางนั้นเปิดโอกาสให้แบรนด์เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการสนทนาของผู้บริโภคผ่าน **Social Media Platform** ที่หลากหลาย แบรนด์สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมา Like และ Share เนื้อหาเหล่านั้นกับเพื่อนๆของเขา นอกจากนี้ยังเป็นการทำให้แบรนด์สามารถสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคและแก้ไขปัญหาต่างๆ หรือตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนและทันเวลา

2.1.2 การโฆษณาบน Facebook

การลงโฆษณาบน Facebook เป็นวิธีการทำโฆษณาที่หลากหลาย เพจได้ให้ความสนใจ หรือเลือกใช้ในการทำโฆษณาเพื่อโปรโมทเพจของตัวเอง ที่ถือว่าเป็นวิธีการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างตรงจุด เนื่องจากผู้ลงโฆษณาสามารถทำการกำหนดขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายขึ้นมาเองได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ ที่อยู่อาศัย การศึกษา หรือแม้กระทั่งลักษณะพฤติกรรมเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายคุณก็สามารถกำหนดได้เช่นกัน

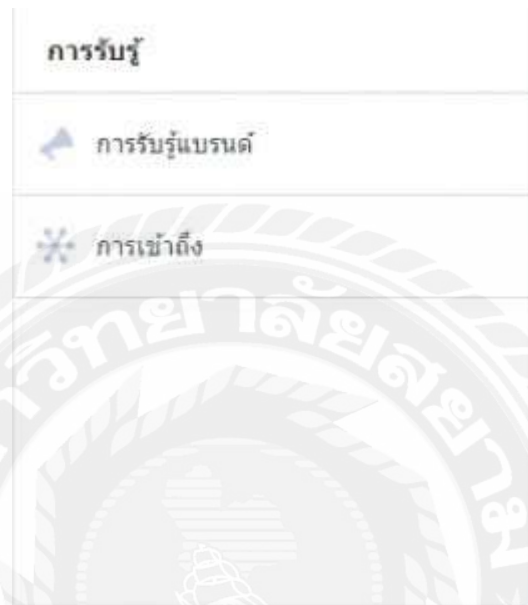
7 ขั้นตอนการ ลงโฆษณา Facebook

1. เริ่มต้นกันที่ให้คุณเข้ามาที่แอปพลิเคชัน Facebook แล้วคลิกที่ไอคอนสามเหลี่ยมหัวคว่ำ ที่อยู่มุมขวาของหน้า Facebook หลังจากคลิกแล้วจะปรากฏเป็นแถบเมนูขึ้นมา ให้คุณเลือกคลิกไปที่คำว่า “สร้างโฆษณา”



ภาพประกอบที่2.1 ขั้นตอนการสร้างโฆษณา

2. เมื่อคลิกเข้ามาแล้วก็จะปรากฏหน้าใหม่ขึ้นมา ในหน้านี้จะให้คุณเลือกวัตถุประสงค์ของการทำโฆษณา หรือแคมเปญ โดยมีสามหัวข้อใหญ่ คือ“การรับรู้” ที่เหมาะสำหรับการทำโฆษณาเพื่อแนะนำสินค้า หรือแบรนด์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด



ภาพประกอบที่2.2 ขั้นตอนการรับรู้

“การพิจารณา” เป็นการทำโฆษณาโดยพิจารณาจากการมีส่วนร่วมต่างๆ ที่เกิดขึ้นเมื่อมีผู้พบเห็นโฆษณา



ภาพประกอบที่2.3 ขั้นตอนการพิจารณา

“คอนเวอร์ชัน” ที่เป็นการจัดตั้งโฆษณาเพื่อดูว่าลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมอะไรบ้างบนหน้าเพจของคุณ



ภาพประกอบที่ 2.4 ขั้นตอนคอนเวอร์ชัน

ซึ่งข้อมูลทั้งสามส่วนนี้คุณสามารถทำการเลือกได้ตามจุดประสงค์ของการทำโฆษณาที่คุณได้ตั้งไว้ หรือการทำโฆษณาให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจคุณได้เลย

3. หากเลือกวัตถุประสงค์ในการทำโฆษณาเรียบร้อยแล้ว คุณสามารถตั้งชื่อโฆษณาได้เองโดยเลือกที่คำว่า “ชื่อแคมเปญ” และทำการเปลี่ยนชื่อได้ตามต้องการ เมื่อทำการเปลี่ยนชื่อแคมเปญเสร็จเรียบร้อยแล้วให้คลิกที่ “ตั้งคำบัญชีผู้ใช้โฆษณา”



ภาพประกอบที่ 2.5 ขั้นตอนตั้งคำบัญชีผู้ใช้โฆษณา

4. ต่อมาก็ให้คุณระบุข้อมูลบัญชีผู้ใช้ลงไป โดยถูกแบ่งออกเป็นสามหัวข้อคือ ประเทศของบัญชี สกุลเงิน โชนเวลา และคลิกที่คำว่า “ดำเนินการต่อ”



ภาพประกอบที่2.6 ขั้นตอนการดำเนินการ

5. ในส่วนนี้จะป็นขั้นตอนของการสร้างชุดโฆษณา โดยในขั้นตอนนี้จะมีรายละเอียดที่ต้องใส่เยอะพอสมควร เพราะฉะนั้นจะขอแบ่งออกมาเป็นสี่ส่วน

ส่วนแรกคือ “กลุ่มเป้าหมาย” ซึ่งเป็นการกำหนดว่าใครที่จะสามารถมองเห็นโฆษณาของคุณได้บ้าง โดยการระบุข้อความในส่วนนี้ หากคุณสามารถใส่รายละเอียดเข้าไปได้มากเท่าไร กลุ่มเป้าหมายของคุณก็จะแคบลง ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ดีในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ตรงจุด



ภาพประกอบที่2.7 ขั้นตอนการเลือกกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่สอง “ตำแหน่งการจัดวาง” ในส่วนนี้จะบอกเคล็ดลับให้กับคุณว่า คุณควรเลือกระบุตำแหน่งการแสดงผลโฆษณาเอง ด้วยการเลือกคลิกที่ “แก้ไขตำแหน่งการจัดวาง” เพื่อทำการระบุประเภทอุปกรณ์ที่จะทำการแสดงผลโฆษณา และแพลตฟอร์มที่จะให้โฆษณาแสดง ที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายแคบลงอีก



ภาพประกอบที่ 2.8 ขั้นตอนการเลือกตำแหน่งการจัดวาง

ส่วนที่สาม “งบประมาณและกำหนดเวลา” หากคุณกำลังเริ่มต้นการลงโฆษณาในช่วงแรกๆ ขอแนะนำให้คุณใช้งบประมาณเพียงวันละ 100 บาท เพื่อทดสอบรับที่ได้จากการโฆษณาในครั้งนี้ก่อน นอกจากการกำหนดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแล้ว คุณยังสามารถทำการกำหนดระยะเวลาในการทำโฆษณาได้อีกด้วย



ภาพประกอบที่ 2.9 ขั้นตอนการการกำหนดงบประมาณและกำหนดเวลา

ส่วนที่สี่คือ “ขนาดกลุ่มเป้าหมาย” ที่อยู่ด้านขวาสุดของหน้าเว็บ ที่จะแสดงถึงจำนวนของกลุ่มเป้าหมายหลังจากที่ได้กำหนดข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายลงไปก่อนหน้านี้แล้ว โดยขนาดของกลุ่มเป้าหมายในการเริ่มต้นทำโฆษณาไม่ควรเกินหลักแสน เพราะจะทำให้การทำโฆษณานั้น มีขอบเขตที่กว้างจนเกินไป และมีค่าใช้จ่ายที่สูงตามมา

เมื่อระบุข้อมูลครบหมดทั้งสี่ส่วนแล้วให้คุณคลิกที่คำว่า “ดำเนินการต่อ” เพื่อไปสู่ขั้นตอนต่อไป

ขนาดกลุ่มเป้าหมาย

การเลือกกลุ่มเป้าหมายของคุณกว้างพอสมควร

การเข้าถึงที่เป็นไปได้: 670,000 คน

ผลลัพธ์ต่อวันโดยประมาณ

การเข้าถึง: 25,000 - 160,000 (จาก 620,000)

ผลลัพธ์ต่อการแสดงผลการประมาณการจะมีความยืดหยุ่น เช่น ข้อความโฆษณาแบบใหม่ในอัตราราคาที่เหมาะสมจะได้รับการแสดงผลและเชื่อมต่อการตลาด จะมีการแสดงจำนวนผู้เข้าชมเพื่อให้คุณเห็นภาพของโฆษณาที่แสดงตามประมาณการของคุณ ทั้งนี้เป็นเพียงการประมาณการเท่านั้นและไม่สามารถรับประกันผลลัพธ์

การประมาณเหล่านี้มีประโยชน์หรือไม่

ภาพประกอบที่ 2.10 ขั้นตอนการเลือกขนาดของกลุ่มเป้าหมาย

6. ขั้นตอนนี้จะเป็นตอนของการสร้างโฆษณา ซึ่งในส่วนนี้จะมีอยู่สองตัวเลือกเพื่อทำการโฆษณา ตัวเลือกแรกคือ “สร้างโฆษณาใหม่” ที่จะให้คุณระบุข้อมูลของโฆษณาลงไป เช่น

สร้างโฆษณาใหม่ - วิดีโอ Facebook

ประเภท

Video Facebook

หรือคุณสามารถเลือกโฆษณาประเภท Facebook หรือไปยังเว็บไซต์ Instagram ของคุณ

+ สร้าง Facebook

ไปยังเว็บไซต์ Instagram, IG

เป็นโฆษณา Facebook ที่แสดงร่วมกับ Instagram

การเลือกรูปแบบโฆษณา

รูปแบบ

เลือก 1 รูปแบบสำหรับการโฆษณาของคุณที่มีประสิทธิภาพ

ภาพสี่เหลี่ยม

สร้างโฆษณาแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส (อัตราส่วน 1:1) หรืออัตราส่วน 4:5

ภาพแนวตั้ง

สร้างโฆษณาแนวตั้ง (อัตราส่วน 9:16) จากภาพหรือวิดีโอที่มีอัตราส่วนแนวตั้ง

วิดีโอแนวตั้ง

สร้างโฆษณาวิดีโอแนวตั้ง (อัตราส่วน 9:16) จากวิดีโอที่มีอัตราส่วนแนวตั้ง

สไลด์โชว์

สร้างโฆษณาที่แสดงรูปภาพและข้อความในรูปแบบสไลด์ (อัตราส่วน 1:1 หรือ 4:5)

การเลือกรูปภาพที่จะใช้ในการทำโฆษณา

รูปภาพ

คุณสามารถอัปโหลดรูปภาพหลายรูปได้สำหรับโฆษณาวิดีโอที่มีพื้นที่แสดง 6 วินาทีขึ้นไป

เลือกจากคลังภาพ

ภาพที่อัปโหลด

อัปโหลดภาพ

รูปแบบของภาพที่แนะนำ

- ขนาดภาพที่แนะนำ: 1,200 x 1,200 พิกเซล
- อัตราส่วนภาพ: 1:1 หรือ 4:5
- ขนาดไฟล์ภาพ: ไม่เกิน 5 MB

หากต้องการเพิ่มขนาดของภาพให้ใหญ่กว่า 5 MB ให้อัปโหลดเป็นไฟล์ภาพที่บีบอัดแล้ว

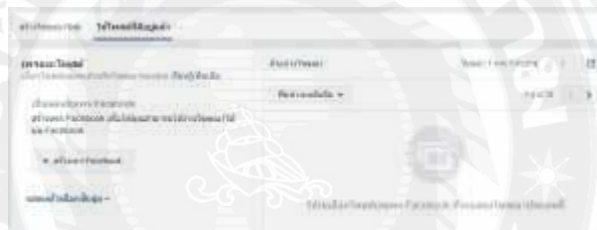
ภาพประกอบที่ 2.11 ขั้นตอนการเลือกรูปแบบโฆษณาและรูปภาพที่ใช้ทำการโฆษณา

การระบุข้อความที่จะแสดงในการโฆษณา และสามารถเพิ่ม URL ของเว็บไซต์ หรือลิงก์ที่จะพาผู้ชมโฆษณาไปในส่วนต่างๆ ที่คุณต้องการ โดยตัว URL นี้ จะถูกนำไปแสดงในโฆษณาที่คุณได้ทำ แต่คุณก็สามารถเลือกที่จะไม่ระบุ URL ลงไปได้หากคุณไม่ต้องการ



ภาพประกอบที่ 2.12 ขั้นตอนการระบุข้อความที่จะแสดง

ตัวเลือกที่สองคือ “ใช้โพสต์ที่มีอยู่แล้ว” ในส่วนนี้คุณสามารถทำการเลือกโพสต์ภายในเพจของคุณขึ้นมาทำโฆษณาได้เลย



ภาพประกอบที่ 2.13 ขั้นตอนการเลือกโพสต์ที่มีอยู่แล้วทำการโฆษณา

- เมื่อทำทุกขั้นตอนเสร็จแล้วก่อนทำการกดยืนยันเพื่อทำโฆษณา คุณสามารถคลิกที่คำว่า “**ตรวจสอบพิจารณา**” เพื่อดูผลรวมทั้งหมดในการทำโฆษณาที่คุณได้ระบุไว้ หากเป็นทีพอใจก็ให้คลิกที่คำว่า “**ยืนยัน**” เท่านั้นถือว่าป็นอันเสร็จสิ้นสำหรับการทำโฆษณาในครั้งนี้ของคุณแล้ว



ภาพประกอบที่ 2.14 ขั้นตอนการกดยืนยันเพื่อทำการโฆษณา

ในการทำโฆษณาบน Facebook ยิ่งคุณสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายแคบลงได้มากเท่าไร การทำโฆษณาผ่าน Facebook ของคุณก็จะยิ่งมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น และ

ถ้าหากว่าคุณไม่พอใจหรืออยากยกเลิกการทำโฆษณา คุณก็สามารถทำการยกเลิกได้ด้วยการเข้าไปที่ “ตัวจัดการโฆษณา” เพื่อทำการปิดโฆษณาได้เลย

2.2 หลักการและทฤษฎีการสื่อสารและการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

2.2.1 ความหมายของการสื่อสารและการสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารเป็นหัวใจของการทำความเข้าใจระหว่างกันของมนุษย์ในสังคมมนุษย์จะทำความเข้าใจกันได้ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล ถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน จึงมีการนิยามและความหมายของคำว่า “การสื่อสาร (communication)” ไว้ดังนี้

เสนาะ ดิยาว. 2538: 33) ให้ความหมายไว้ว่า “การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการส่งและรับสัญลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความหมายขึ้น ในใจของผู้เกี่ยวข้อง โดยบุคคลเหล่านั้นมีประสบการณ์อย่างเดียวกัน”

ความหมายการสื่อสารภายในองค์กร

ศุภมน อนุศาสนนันท์ (2549) ให้ความหมายของการสื่อสารในองค์กรไว้ว่า คือการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารต่างๆรวมทั้งกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กันระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กรผ่านรูปแบบวิธีการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติงานซึ่งจะเป็นผลให้องค์กรและ บุคลากรในองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

สรุปได้ว่า “การสื่อสาร” คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังอีกบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อโดยวิธีการใดวิธีการหนึ่งในสภาพแวดล้อมหนึ่งจนเกิดการเรียนรู้ความหมายในสิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกันและตอบสนองต่อกันได้ตรงตามเจตนาของ ทั้งสองฝ่าย ส่วน

“การสื่อสารภายในองค์กร” คือ การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างสมาชิกภายในองค์กรภายใต้รูปแบบและวิธีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการปฏิบัติของคนในองค์กร

2.2.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารนั้นจะต้องประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๆ 4 ส่วน ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดขององค์ประกอบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารมีนักวิชาการได้ให้คำนิยามของผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่มีความคิดความตั้งใจที่จะส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และความเชื่อต่างๆ ไปยังผู้รับสารเพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบอื่นๆทั้งในแง่ของการเป็นผู้เลือกข้อมูลข่าวสารที่จะถ่ายทอดการเลือกวิธีการและช่องทางที่จะทำให้สาร

ไปถึงผู้รับสารรวมทั้งการกำหนดตัวผู้ที่จะเป็นผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่เป็นผู้รับสาร

2. สาร (Message) สารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร

สาร หมายถึง เรื่องราวอันมีความหมายและถูกแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้น และต้องการจะส่งหรือถ่ายทอดความคิดนั้นไปสู่การรับรู้ของผู้อื่น (ผู้รับสาร) การส่งสารนั้น ก็โดยการที่ผู้ส่งสารแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างเพื่อแทนความคิดที่เกิดขึ้น พฤติกรรมที่ว่านี้ก็คือ เช่น การพูด การเขียน การวาดการแสดงอาการ หรือกริยาอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ และพฤติกรรมในการแสดงออกซึ่งความคิดนี้ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใด ๆ ก็ตาม ย่อมขึ้นอยู่กับทักษะของผู้กระทำทั้งสิ้น

3. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or Media) หมายถึง พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารจึงอาจหมายถึงประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่างๆ ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส หรือนอกจากนี้ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ อาจหมายถึงคลื่นเสียงและอากาศที่อยู่รอบๆ ตัวคนด้วย

4. ผู้รับสาร (Receiver) นับเป็นสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งเนื่องจากการสื่อสารจะมีความหมายอย่างไรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่าจะเลือกรับสารหรือเลือกที่จะตีความ และเข้าใจต่อข่าวสารที่ตนเองได้รับนั้นอย่างไร

2.2.3 ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

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 การพบปะตัวต่อตัว การสนทนาทางโทรศัพท์ และการบอกต่อ เป็นต้น

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

2.2.4 ประเภทของการสื่อสารภายในองค์กร

(เรวัตร์ สมบัติทิพย์, 2543:23) ได้ทำการแบ่งประเภทของการสื่อสารภายในองค์กรตามทิศทางการสื่อสารออกเป็น 2 แบบ คือ

1. การสื่อสารทางเดียว (One – Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่ง ผู้รับสาร มีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสารซึ่งการสื่อสารแบบนี้จะมีลักษณะเป็นไปในรูปของนโยบาย คำสั่งของผู้บริหารระดับสูงผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ส่งสารมีบทบาทในฐานะเป็นผู้กระทำ (active) การถ่ายทอดสารและความคิดไปยังผู้รับสารโดยมีความตั้งใจที่จะกระทำการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคิดบางอย่างของผู้รับสารให้เป็นไปตามความต้องการของตน

2. การสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถส่งข่าวสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน การสื่อสารสองทาง ผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกิริยาโต้กลับของผู้รับสาร (Feedback) ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก

จากความหมายของแนวคิดเบื้องต้นสรุปได้ว่าการติดต่อสื่อสารนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดไม่ที่จะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล รวมทั้งการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรในแต่ละแห่ง เนื่องจากการสื่อสารนั้นช่วยให้แต่ละบุคคลนั้น สามารถเข้าใจร่วมกันกับสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการจะสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร ทางใดก็ตาม

ช่วยส่งเสริมให้การดำเนินการทำงานตามขั้นตอนได้อย่างเป็นระบบ ถ้าได้รับสื่อสารซึ่งกันและกันได้ถูกต้องครบองค์ประกอบทำให้เกิดความเข้าใจ และสามารถดำเนินการทำงานตามขั้นตอนที่ได้รับมอบหมายจากการติดต่อสื่อสารจากอีกฝ่ายจนประสบผลสำเร็จ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน

การประสานงาน เป็นการจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้ฝ่ายต่างๆ มีความร่วมมือในการปฏิบัติงาน จัดความขัดแย้ง เพื่อให้งานเป็นไปอย่างราบรื่น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างสมานฉันท์และมีประสิทธิภาพ งานสำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนดมีนักวิชาการได้อธิบายถึงลักษณะสำคัญของการประสานงาน (สุริยสุทธิสมบุรณ์และสมานรังสี โยกฤษฎ์, 2542, หน้า 72) ไว้ดังนี้ คือ

1. การประสานงานจะเป็นเรื่องที่ เกี่ยวกับความร่วมมือไม่ว่าจะเกี่ยวกับการจัดเพื่อให้งานประสานกันได้ เท่านั้น แต่จะเป็นความร่วมมือของผู้ปฏิบัติงานในทุกฝ่ายเพื่อให้งานบรรลุจุดหมายในรูปของทีมงาน (Team Work) อีกด้วย

2. การประสานงานจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเทคนิคการบริหารโดยมีลักษณะเป็นส่วนที่ใส่เข้าไป (Input) กับส่วนที่เป็นผลออกมาหรือผลผลิต (Output) โดยส่วนที่ใส่เข้าไปนั้นเป็นปัจจัยต่างๆ ในการบริหารได้แก่ คน เงิน และวัสดุสิ่งของ ตลอดจนอำนาจหน้าที่เวลาความตั้งใจในการทำงานและความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นการประสานงานที่ดี จะต้องอาศัยการใช้เทคนิคทางการบริหารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การวางแผนที่ดีการจัดให้ มีแผนผัง ขององค์กรเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบ การกระจายงาน ความเคลื่อนไหวของงาน และการ แสดงสถานที่ทำงาน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นเครื่องช่วยให้ การดำเนินงานนั้นเป็นไปตามระเบียบแบบแผนทำให้การจัดแย้งลดน้อยลงและในขณะเดียวกันกับการประสานงานก็ดีขึ้นด้วย

2.3.1 องค์ประกอบของการประสานงาน

พิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญ ได้ดังนี้

1. ความร่วมมือ จะต้องสร้างสัมพันธภาพในการทำงานร่วมกันของทุกฝ่ายโดยอาศัยความ เข้าใจ หรือการตกลงร่วมกัน มีการรวบรวมกำลังความคิด วิธีการ เทคนิคและระดม ทรัพยากรมาสนับสนุน งานร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเต็มใจที่จะ ทำงานร่วมกัน
2. จังหวะเวลาจะต้องปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคน ตาม กำหนดเวลาที่ได้ตกลงกันไว้
3. ความสอดคล้องจะต้องพิจารณาความเหมาะสมพอดีไม่ทำงานซ้อนกัน
4. ระบบการสื่อสารจะต้องมีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันอย่างรวดเร็วและราบรื่น
5. ผู้ประสานงาน จะต้องสามารถดึงทุกฝ่ายเข้าร่วมทำงาน เพื่อมุ่งไปสู่จุดหมายเดียวกัน ตามที่กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของงาน
6. คน ในการปฏิบัติงาน ผู้ปฏิบัติต้องทำงานเกี่ยวข้องกับคนซึ่งต้องประสานงานกับบุคคล ทั้งในองค์กรและภายนอกองค์กร

2.3.2 วัตถุประสงค์ของการประสานงาน

การประสานงานเกิดจากความต้องการที่จะทำให้งานที่ทำ เกิดผลสำเร็จโดยปฏิบัติอย่างสอดคล้องในจังหวะเวลาเดียวกัน ได้ผลงานที่มีคุณภาพเป็นไปตาม ข้อกำหนดเพื่อประหยัดเวลาและทรัพยากรในการปฏิบัติงานก่อนการประสานงานควรกำหนดความ ต้องการให้แน่ชัดว่าจะประสานงานให้เกิดอะไรหรือจะทำให้ได้ผลรับอย่างไร เพราะหากว่า ไม่มี วัตถุประสงค์ที่ชัดเจน อาจจะประสานงานผิดพลาดจากที่ควรจะเป็นได้ โดยทั่วไปเราประสานงาน เพื่อให้การดำเนินงานมีความสะดวกราบรื่นไม่เกิดปัญหาข้อขัดแย้ง แต่ในการประสานงานในแต่ละ ครั้งหรือในแต่ละกรณี มีการประสานงาน โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์เฉพาะตามที่ได้ฝึกปฏิบัติมา ดังนี้

1. เพื่อแจ้งให้ผู้ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องทราบรายละเอียดของการทำงาน
2. เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร
3. เพื่อขอความยินยอมหรือความเห็นชอบจากบุคคลที่ทำงานร่วมกันภายในองค์กร
4. เพื่อขอความช่วยเหลือจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ร่วมงาน

5. เพื่อสร้างสรรคงานให้ได้ตรงตามความต้องการที่ลูกค้าต้องการไว้และตรงตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

2.4 ขั้นตอนการติดต่อและประสานงานกับลูกค้า

1. ประชุมแผนการดำเนินงานการหาข้อมูลลูกค้าที่ต้องการเชิญมาร่วมในเว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์
 2. ติดต่อประสานงานกับลูกค้า เพื่อชี้แจงรายละเอียดกับการทำโฆษณาและการตลาดผ่านทางดิจิทัล มีเดีย และส่งเงื่อนไข ข้อตกลงต่างๆผ่านทาง E-Mail
 3. เมื่อลูกค้ายินยอม จิงระบุวันและกำหนด สถานที่ วัน และเวลา เพื่อนัดพบเจรจา ชี้แจงกำหนดรายละเอียด เงื่อนไขความต้องการต่างๆอย่างละเอียด
 4. ประชุมงานเตรียมแผนงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับProject เพื่อรับทราบรายละเอียดต่างๆ ที่จะนำไปเสนอลูกค้าในวันทีนัดพบ
 5. นำรายละเอียดต่างๆของทางบริษัทเสนอแก่ลูกค้า ตามวัน และเวลาที่กำหนด เพื่อชี้แจงให้ทราบและรับข้อตกลงดังกล่าวที่ได้นำเสนอและตกลงราคาร่วมกัน
 6. ประสานงานกับทางผู้บริหารที่เป็นเจ้าของโครงการ และประชุมงานนำข้อมูลรายละเอียดทั้งหมด ตามที่ลูกค้าต้องการ มาชี้แจงให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในองค์กรได้รับทราบร่วมกันเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการดำเนินงานตามที่ลูกค้าต้องการ
 7. ประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายรายละเอียดงานตามความต้องการของลูกค้าที่ลูกค้าต้องการอย่างละเอียดเพื่อให้เกิดการสร้างงานที่ตรงตามที่ได้รับปริมมาในครั้งแรกเอง
 8. ตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน ก่อนนำไปเสนอลูกค้าและเมื่อลูกค้ายังมีพอใจกับสิ่งนั้น ก็ต้องนำข้อผิดพลาดดังกล่าวมาสรุปให้แก่ ตำแหน่ง Graphic Design ได้ปรับปรุงแก้ไขตามที่ลูกค้าต้องการอีกครั้งจนสำเร็จพร้อมนำชิ้นงานนั้นลงขายลงบนสื่อออนไลน์ได้อย่างเสร็จสมบูรณ์
- ดังนั้น ขั้นตอนทุกขั้นดังกล่าวล้วนแล้วแต่จะต้องมีการประสานงานอยู่ในทุกระดับขั้นของการทำงานร่วมกันกับทุกฝ่ายจนกระทั่งงานนั้นสำเร็จ

“การประสานงาน” จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญที่สุดต่อการบริหารงานและการทำงาน ประการหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้เป็นสิ่งที่ต้องทำต่อเนื่องและสอดคล้องกันไปของบุคคลหรือทุกฝ่ายภายในองค์กร เพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุประสิทธิผลสูงสุด เพราะหากว่ามีการประสานงานที่ผิดพลาดแล้ว งานนั้นก็จะไม่สามารถที่จะดำเนินต่อไปได้

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ บริษัท เดอะ เวิร์บ์ไฟท์ จำกัด

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ ชั้น 8 ตึก Capital Work Place 1 ซอย ทองหล่อ 20 แขวง คลองตันเหนือ

เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

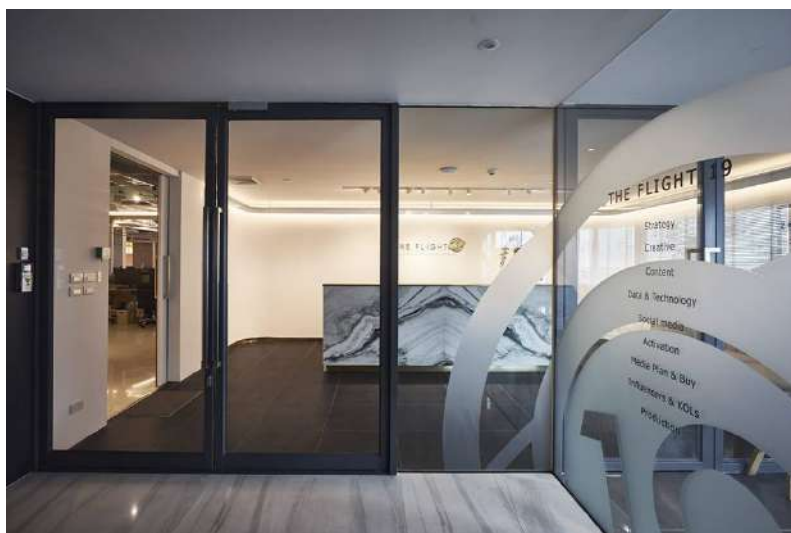
หมายเลขโทรศัพท์ 02 024 9759



ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท เดอะ เวิร์บ์ไฟท์ จำกัด



ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่รูปภาพ บริษัท เดอะ เวิร์บ์ไฟท์ จำกัด



ภาพประกอบที่ 3.3 บริษัทที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา บริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

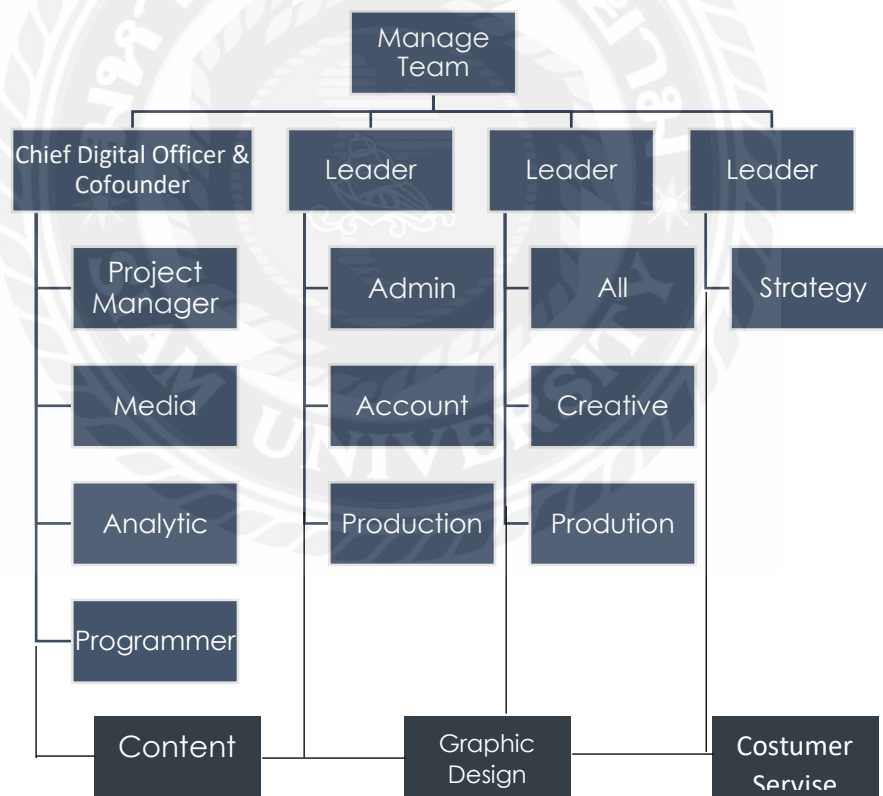
บริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด เริ่มก่อตั้งโดยคุณเบิ้ล – ณรงค์ศ มหิทธิวาณิชชา ดำรงตำแหน่ง Chief Digital Officer และ Co-founder ของ บริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด เริ่มจากช่วงแรกคุณเบิ้ลเป็นพนักงานประจำ (เขียนโปรแกรม) ระยะเวลา 1 ปี พอถึงจุดหนึ่งอยากสร้างชิ้นงานออกมาเป็นภาพ เลยเลือกเรียนคอร์สสั้นๆ แล้วยังทำงาน เมื่อเกิดความชอบ จึงหาที่เรียนต่อเป็นปริญญาโทที่ต่างประเทศด้าน Multimedia จากนั้นก็กลับมาทำงานที่เดิม จนกระทั่งเกิดความคิดที่รู้สึกอยากทำงานจริงๆ แบบต่างประเทศอยากจะทำอะไรเอง จึงปรึกษากับลูกพี่ลูกน้อง คือ คุณเหม่ม อาชีพ Marketing ที่กำลังอยากจะเปลี่ยนงานหาที่ใหม่ อยู่พอดีเลยจับมือกันเริ่มธุรกิจ ในช่วงแรกปี ค.ศ.2006 เริ่มทำบริษัท เว็บไซต์เอ็นเอเจนซี่ ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับ แฟลชเว็บไซต์ ซึ่งช่วงแรกที่มีแค่คุณเบิ้ล-คุณเหม่ม และ Designer อีก 1 คน โชคดีที่ตอนนั้นมีคู่แข่งไม่มากและต่อมา ช่วงปี ค.ศ. 2010 เป็นยุคที่ iPad เริ่มเข้ามาในประเทศไทย แต่ไอแพดไม่รองรับแฟลช เนื่องจากกิน Resource ของเครื่อง พอ iPad เริ่มบูม Demand งานแฟลชอยู่ในช่วงขาลง ซึ่งในขณะเดียวกันนั้น Facebook ก็เริ่มเข้ามาในประเทศไทย เริ่มมีการทำการตลาดบน Facebook และจุดๆนี้ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ เลยหันมาลองทำ Facebook Marketing จากนั้นและเริ่มมีพนักงานและตำแหน่งงานมากขึ้น อาทิเช่น Strategy, Media, Content จนกระทั่งร่วมมือกับ Partner อีก 2 คน คือ คุณหลิน คุณกอล์ฟ ทำให้มีคนช่วยคุยและสามารถตัดสินใจเมื่อเวลาคุยกับลูกค้าได้โดยทันทีจนกลายมาเป็นบริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด ที่ทำเกี่ยวกับ โฆษณาดิจิทัล ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ แต่หลักๆจะเน้นไปทางออนไลน์ ปัจจุบัน มีฝ่าย Project Manager, Media, Analytic, Programmer, , Content, Graphic Designer,

Costumer Services, Admin, Account, Production, Creative, Strategy จนเรียกได้ว่าเป็น Digital Agency หรือบริษัทโฆษณาครบวงจร



ภาพประกอบที่ 3.4 Milestones ของบริษัท เดอะ เว็บไฟลท์ จำกัด

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและบริหารงานขององค์กร



ภาพประกอบที่ 3.5 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายดำเนิน

นางสาวเจนจิรา สายเนตร ตำแหน่ง Project Manager (PM)

3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายดำเนินงาน

ได้รับมอบหมายดำเนินงานฝ่าย Project Manager (PM) ของบริษัท เดอะ เว็บบไพลท์ จำกัด

โดยดำเนินรายงานในเรื่องดังต่อไปนี้

- ติดต่อประสานงานกับลูกค้าทางโทรศัพท์และ E-mail
- ออกนอกสถานที่ไปคุยงานประสานงานกับทางลูกค้า
- การวางแผนการทำงานลงใน Timeline
- ประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท
- ทำ Presentation (เงื่อนไข ราคา Content) นำเสนอลูกค้า ทาง E-mail
- สรุปข้อมูลเนื้อหาในแต่ละงานลงใน Microsoft Excel, PowerPoint

3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ สกุล พนักงานที่ปรึกษา

นางสาว เสาวลักษณ์ พินิจนันท์กุล

3.5.2 ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

Project Manager (PM)

3.5.3 ลักษณะงานของพนักงานที่ปรึกษา

ติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับองค์กร

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 – 31 สิงหาคม 2562 (รวม 16 สัปดาห์)

3.6.2 ระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจ

วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 10.00 – 18.00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานเพื่อนำเสนอผลงานและพัฒนาการของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ทั้ง 16 สัปดาห์ และรายงานพัฒนาการของนักศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงาน
สัปดาห์ที่ 1	ทำความเข้าใจกับทุกแผนกในบริษัท / ออกนอกสถานที่พบลูกค้า
สัปดาห์ที่ 2	รับปริิงานจากลูกค้า / วิเคราะห์แบรนด์คู่แข่ง / ติดต่อประสานงานกับลูกค้า และเข้าประชุมของบริษัท
สัปดาห์ที่ 3	ติดต่อประสานงานกับลูกค้า / ทำสไลด์สรุปงานส่งให้แต่ละฝ่าย / เข้าประชุมของบริษัท
สัปดาห์ที่ 4	หาข้อมูลและหา Analysis ของแบรนด์คู่แข่ง / ตรวจสอบรายชื่อผู้โชคดีลุ้นรับรางวัล
สัปดาห์ที่ 5	ทำสไลด์เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องเบบ์เลิฟให้กับพีในแผนก
สัปดาห์ที่ 6	ประชุมคุยงานเบบ์เลิฟกับพีในแผนก เพื่อวางแผนการดำเนินงาน
สัปดาห์ที่ 7	ติดต่อประสานงานกับลูกค้า / ตรวจสอบข้อมูลในExcel
สัปดาห์ที่ 8	แก้ไขปัญหาให้กับทีม Cs ในการตอบลูกค้า / คัดเลือกรายชื่อผู้โชคดี เพื่อส่งของรางวัล / ตรวจสอบข้อมูลที่ลูกค้าส่งมา
สัปดาห์ที่ 9	แก้ไขปัญหาให้กับทีม Cs ในการตอบลูกค้า เข้าประชุมของเบบ์เลิฟ / ประชุมโปรเจกของบริษัท
สัปดาห์ที่ 10	ตรวจสอบคำผิดในword ก่อนส่งให้ลูกค้า / สรุป Data ข้อมูลลงในExcelพร้อมส่งให้ทีม
สัปดาห์ที่ 11	แก้ไขปัญหาให้กับทีม Cs ในการตอบลูกค้า / ประสานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องในทีม / สรุปข้อมูลลง Excel
สัปดาห์ที่ 12	ติดต่อประสานงานกับลูกค้า / สรุป content ส่งให้ลูกค้า / ตรวจสอบเช็คPlatform ในเว็บไซต์เบบ์เลิฟตามที่ลูกค้าบริฟ
สัปดาห์ที่ 13	แก้ไขปัญหาให้กับทีม Cs ในการตอบลูกค้า / ตรวจสอบเช็คงาน Excel / ตรวจสอบเช็คPlatform ในเว็บไซต์เบบ์เลิฟตามที่ลูกค้าบริฟ
สัปดาห์ที่ 14	แก้ไขปัญหาให้กับทีม Cs ในการตอบลูกค้า / ตรวจสอบรายชื่อExcel / ตรวจสอบเช็คPlatform ในเว็บไซต์เบบ์เลิฟตามที่ลูกค้าบริฟ

สัปดาห์ที่ 15	ติดต่อประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง / ประชุม / ออกนอกสถานที่คุมงานProduction
สัปดาห์ที่ 16	เสนองานลูกค้า / โพสต์งานลง Facebook Fan page / ประชุม สรุปงานทั้ง16 สัปดาห์ กับพี่เลี้ยงในแผนก

รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม 62				มิถุนายน 62				กรกฎาคม 62				สิงหาคม 62			
ศึกษารายงานข้อมูลเบื้องต้นจากสถานประกอบการ				←→												
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน, คุยงาน, ประสานงานกับลูกค้า				←												→
คิดและนำเสนอหัวข้อรายงาน					←→											
ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลสำหรับจัดทำรายงาน					←→											
เสนอโครงเล่มรายงานให้อาจารย์ที่ปรึกษา												←→				
จัดทำเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์												←→				→
สรุปผลการปฏิบัติงาน														←→		
นำเสนอเล่มรายงาน																↔

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

Notebook ASUS 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

จากการศึกษาเรื่องการศึกษาขั้นตอนการประสานงานลูกค้าในตำแหน่ง Project Manager ของบริษัท เดอะ เว็บบ์ จำกัด ผู้ศึกษาได้เรียนรู้และมุ่งศึกษา

กระบวนการขั้นตอนการประสานงานลูกค้า ตำแหน่ง Project Manager ปฏิบัติงานในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อการทำโฆษณาและการตลาดให้กับบริษัทต่างๆ ปฏิบัติโดยผลปฏิบัติงานในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานในตำแหน่งบริหารงานลูกค้าเพื่อทำการโฆษณาดังนี้

4.1 ขั้นตอนก่อนการดำเนินงานเพื่อร่วมจัดทำโฆษณาและการตลาดให้กับบริษัทต่างๆ

4.1.1 ติดต่อประสานงานและรับข้อมูลจากลูกค้าก่อนการดำเนินงาน

เนื่องจากแบรนด์ BabyLove เป็นลูกค้าที่ทางบริษัทดูแลอยู่แล้ว และจะมีการทำ content ให้ทุกๆ เดือน โดยเริ่มจากศึกษาคุณภาพรวมใน Facebook fan page ของ BabyLove ว่า Content ที่ผ่านมานี้ในแต่ละเดือนมีผลตอบรับอย่างไร และศึกษาดูแบรนด์คู่แข่งว่าเขาใช้ content อะไรมีผลตอบรับอย่างไร รวมทั้งกระแสที่สามารถปรับใช้กับ Content จากนั้นจะประชุมกับทีม Content ว่าเดือนต่อไป จะมีหัวข้ออะไรและต้องการพูดถึงผลิตภัณฑ์ตัวไหนในแบรนด์ BabyLove เมื่อประชุมเสร็จจะมีการ Assign งานให้กับทีม content เพื่อขอหัวข้อ content ในเดือนถัดไป



Content contribution

Brand	Like	Type	Total Post	Product Content from online media / Presener testimonial			Promotion/ Sales	Engagement Activity	Spedal content		
				Product (RTB)	Prasener	testimonial			Tie-in Diaper	Own Content	Share Other media Content
BabyLove	1,143,768	Always-on	17	2	3	3	3	3	2	3	0
Percent Contribution				12%	6%	18%	18%	18%	12%	18%	0%
								- Topic for mom - Activity Supportive quote	- Pants Retention - Diaper Expert		

- Lead by BabyLove Premium Gold
- Keep role as parents supporter



ภาพประกอบที่ 4.1 รายละเอียดความต้องการของลูกค้าตลอดระยะเวลา 1 ปี

4.1.2 ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน

หลังจากที่ได้รับหัวข้อแล้ว ทำการนัดประชุมรับบริฟงานจากลูกค้า เนื่องจากลูกค้ามีline Product หลากหลาย ทำให้มีบางตัวที่ลูกค้าอยากจะทำการตลาดเป็นพิเศษ ดังนั้นลูกค้าจะเลือก Product ที่ต้องการมาให้ทางบริษัทเพื่อทำการโฆษณาและการตลาดของ Product ตัวนั้นๆ เมื่อทำการรับบริฟจากลูกค้าเสร็จ ฝ่าย Project Manager จึงทำการสรุปบริฟให้แต่ละฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ และได้มีการวางแผนการดำเนินงานร่วมกันว่าในแต่ละเดือน ว่าใน 1 เดือนนั้นต้องทำ Content แบบใดที่จะตอบโจทย์ Product ที่ลูกค้าส่งมา จากนั้นสรุปแผนการดำเนินงานลงใน timeline และเสนอราคาลูกค้าทาง E-mail



ภาพประกอบที่ 4.2 การประชุมการประชุมรับบริฟงานจากลูกค้าเพื่อนำเสนอข้อมูลลูกค้า

BABYLOVE DIGITAL ESTIMATED BUDGET 2019												
CONTENT	2019											
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Specialists Content [doctor(6), nutritionist(3), yoga(3)]												
- New content development by specialist												
- Photo purchased from shutterstock												
- Adapt AW for facebook post												
New AW Design for Specialist Content (Yoga)												
Supportive Quote	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pant Retention & Expert Diapers												
> Static Photo												
- New content development												
- Photo purchased from shutterstock	2		1	1		1		1	1	1		1
> Story Telling within 8 photos												
- New content development		1	1	1					1		1	
- Photo purchased from shutterstock												
> Infographic design					1			1		1		1
- New content development												
- Photo purchased from shutterstock												
> GIF Animation												
- New content development						1	1				1	
- Photo purchased from shutterstock*												
> Motion VDO												
- New content development		1			1		1					
- Artwork design and video production												

ภาพประกอบที่ 4.3 สรุปบริฟการประชุมเพื่อนำเสนอข้อมูลลูกค้า

to Chantamas, me, Narongyod

คุณจอยคะ

ตารางสรุปค่าใช้จ่ายรายเดือน ของ Facebook, Instagram, Website และ Content มาตามข้อมูลด้านล่าง และ update rate card ตามไฟล์แนบค่ะ

Monthly		Budget / unit (inc. fee)
Facebook Management		11
Instagram Management		9
Website Management		4
Content		
Specialists Content - Doctor Content, Yoga, Nutritionist (1)	2	
Supportive Quote (1)	1	
New AW Design for Specialist Content (Yoga) (1)*		7
Pants Retention (1) *	1	
Expert Diaper Content (1) *	2	
Topic for mom to discuss , Funny Clip (1)	always on	
Sampling (1)	always on	
บทความผ้าอ้อม (1)	always on	
บทความน้ำเลิฟ (1)	always on	
Product (1)	always on	
Promotion (2)	always on	
TOTAL		24

ภาพประกอบที่ 4.4 ตัวอย่างแบบฟอร์มข้อเสนอเรื่องราคา

เมื่อรับทราบความต้องการและเสนอเงื่อนไขข้อตกลงร่วมกันทั้งหมดแล้ว ทางฝ่าย Project manager ของทางบริษัทที่ได้ไปทำการเจรจากับลูกค้าสำเร็จจึงนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับจากลูกค้ามาทำการวางแผนและทำการประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับ Project นี้ เพื่อปฏิบัติการทำงานในขั้นตอนต่อไป

4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานในการประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

เมื่อทำการสรุปข้อมูลที่ได้รับบริพมาจากลูกค้าแล้วจึงนำสิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นมาสรุปให้กับฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการทำ content ดังกล่าวนี้ อาทิ ฝ่ายออกแบบและสร้างสรรค์งาน (Graphic Design), (creative content ในกรณีนี้ที่ content เป็น motion หรือวิดีโอ) ฝ่ายคิดคำโฆษณา content (Topic, what to say, Objective)

พี่แอม พี่จาวคะ

จำขอหัวข้อ content เดือนสิงหาคม หน่อยคะ

- Supportive Quote
- Topic for mom
- Expert Diapers (Brand : Premium Gold Pants) ขอเป็น Single Post
- Pants Retention (Brand : DayNight Pants +) ขอเป็น Infographic
- Article รบกวนคิดแคปชั่นให้หน่อยคะ จากลิงก์นี้ <https://babylove.co.th/บทความเกี่ยวกับลูก/rsvไวรัสที่ควรระวังในช่วงหน้าฝน> โดยข้อ 1 และ 2 ขอให้เข้ากับเทศกาลวันแม่คะ

ส่วน content สำหรับ instagram
จำทำใส่ powerpoint ให้แล้วว่า แต่ละวันจะไปบ้าง โดยอันที่เป็น BMP สามารถดึงของเดือนที่แล้วมาใช้ได้ และในส่วน GIF อันนี้เว้นไว้ก่อน

ติดขัดในส่วนไหน แจ้งได้เลยคะ

กำหนดส่ง 18 สิงหาคม

ภาพประกอบที่ 4.5 การสรุปงานให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องรับทราบ

4.2.1 การประสานงานกับฝ่าย Graphic Design, content, creative content (ในกรณีที่มี content เป็น motion หรือวิดีโอ)

การประสานงานเพื่อชี้แจง การทำงานอย่างละเอียดตามที่ลูกค้าต้องการในการจัดทำองค์ประกอบต่างๆ ในการจัดทำ content และจัดการทำการผลิตชิ้นงาน เพื่อใช้ในการทำ Content Marketing ให้แบรนด์ Baby Love ทาง Facebook Fan page ผู้จัดทำรายงานนั้นมีหน้าที่คอยประสานงานทำงานต่างๆ กับทางฝ่าย Graphic Designer, content, creative ตั้งแต่การนำความต้องการจากทางลูกค้า ชี้แจงให้กับฝ่าย Graphic Design, content, creative ทราบอย่างละเอียดเพื่อนำไปสู่การคิดเนื้อหา Content (Topic, what to say, Objective) และถ้าช่วงนั้นมีกระแสใหม่ๆ ก็จะมีการนำคำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับกระแสในช่วงนั้นๆ ที่ใช้ในการจัดการลง Content ผ่านทาง Facebook Fan page เมื่อฝ่าย content คิดคำ Caption ดังกล่าวต่างๆ นั้นสำเร็จแล้ว จึงนำข้อความโฆษณาเหล่านั้นส่งต่อไปที่ฝ่าย Designer เพื่อทำ Artwork แต่ในกรณี motion Video หรือ Video Content ฝ่าย Creative จะเข้ามาช่วยคิด



ภาพประกอบที่ 4.6 การประสานงานกับฝ่าย content



ภาพประกอบที่ 4.7 การประสานงานกับฝ่าย Graphic Designer

ฝ่าย content จึงเริ่มจัดทำ mock up หรือ หารูปให้เหมาะกับ content นั้นๆ พอหารูปได้แล้ว จึงเริ่มทำการพูดคุยเพื่อให้ทำงานได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ในส่วนของทีม Graphic Designer จะคุยในเรื่อง Artwork ว่าโอเคหรือเปล่า หรือ ทำได้หรือไม่ จากนั้นส่งข้อมูลทาง E-mail เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบหัวข้อ และรายละเอียดใน slide หากมีการปรับแก้หัวข้อ จะต้องทำการส่งให้ ทีม Content ปรับแก้ / หากไม่มี feedback สามารถส่งให้ทีม content เริ่มเขียน content ได้เลย (เช่นเดียวกันกับทางทีม Graphic Design)



ภาพประกอบที่ 4.8 content ที่ลูกค้า Approved แล้ว



ภาพประกอบที่4.9 Artwork ที่ลูกค้าApprovedแล้ว

เมื่อทีมContent เขียน content (Topic, what to say, Objective) เสร็จ และทีม Graphic Design จัดทำ artwork เสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ถึงขั้นตอนที่ฝ่าย Project Manager จะต้องตรวจสอบความถูกต้อง ว่าตรงตามความต้องการของลูกค้าตรงที่ brief ไปหรือไม่ จากนั้นรวบรวมส่งให้ลูกค้าอีกครั้ง

4.3 การนำเสนองานให้ลูกค้า

เมื่อประสานงานกับทาง Content กับ Graphic Design ให้ดำเนินขั้นตอนการผลิตชิ้นงานโฆษณา (Content) ตามความต้องการของลูกค้าหลังจากเสร็จขั้นตอนการผลิตชิ้นงานเหล่านั้นแล้ว ซึ่งการที่จะนำเสนอส่งให้ลูกค้า จะส่งทีละส่วน เช่น ถ้าฝ่ายContent คิด Content (Topic, what to say, Objective) เสร็จแล้วจะทำการส่งให้ลูกค้าว่าตอบสนองความต้องการหรือไม่ เมื่อถูกต้องตามความต้องการแล้วจึงส่ง Content ให้ฝ่าย Graphic Design ออกแบบ Artwork เมื่อเสร็จแล้วจะทำการส่งให้ลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่ โดยการทำติดต่อประสานงานกับลูกค้าผ่านทาง E-mail / ติดต่อผ่านทาง Application Line หรือ โทรศัพท์ เพื่อเสนอชิ้นงานที่จะใช้ในการทำ Content Marketing โพสต์ลง Facebook Fan page นั้น สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือไม่ หรือต้องการให้แก้ไขในส่วนไหนบ้าง ลูกค้าก็จะทำการติดต่อกลับทาง E-mail / ติดต่อผ่านทาง Application Line หรือ โทรศัพท์ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป



ภาพประกอบที่ 4.10 การนำเสนองานลูกค้าผ่านE-mail

4.4 ตรวจสอบชิ้นงานโฆษณาก่อนทำการลงโฆษณา

หลังจากแก้ไขชิ้นงานที่ลูกค้าประสงค์แล้วขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญคือการตรวจสอบชิ้นงานของทุกฝ่ายเพราะในขั้นตอนนี้เป็นการสรุปการทำงานควบคู่ไปกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ฝ่ายProject Manager ต้องทำหน้าที่ ตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน Content Caption ต่างๆ ก่อนที่จะนำ content เหล่านั้น ลงโพสต์ ใน Facebook Fan page เพื่อทำการโปรโมท เพราะการทำ Content ผ่านสื่อออนไลน์ อย่าง Facebook Fan page นั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความละเอียดในการตรวจสอบ เนื่องจากเป็นสื่อที่กว้าง คนเข้าถึงได้ง่าย มีฐาน Fan page เป็นจำนวนมาก ถ้าเกิดความผิดพลาดในตัว Content หรือ ลงโพสต์ต่างๆ จะทำให้แบรนด์ไม่มีความน่าเชื่อถือ และลูกค้าจะไม่วางใจในการทำงานของบริษัท แต่ถ้ารูปแบบเนื้อหาใน content ถูกต้อง, น่าสนใจ, ตอบปัญหาผ่าน Content จะสร้างความน่าดึงดูดและเกิด Engagements และผลตอบแทนที่ดี



ภาพประกอบที่4.11 ภาพงานโฆษณา ก่อนแก้ไข



ภาพประกอบที่4.12 ภาพงานโฆษณาที่แก้ไขสมบูรณ์

4.5 การสรุปผลการดำเนินงานและเตรียมรายละเอียดชิ้นงานโพสต์ใน Facebook Fan page

ขั้นตอนนี้เป็นตอนสุดท้ายของการดำเนินงาน โดยการทำ Content (Artwork + caption) จะถูกโพสต์โดยฝ่าย Project Manager ซึ่งเป็นฝ่ายที่ดูแลภาพรวมของ Facebook Fan page ยกเว้นการตอบ inbox ของลูกค้า



ภาพประกอบที่ 4.13 content ที่เตรียมลง Facebook Fan page (Baby Love)



ภาพประกอบที่ 4.14 Facebook Fan page (Baby Love)

บทที่ ๕

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การสรุปผลและข้อเสนอแนะได้กำหนดส่วนประกอบดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา

การปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัท เดอะ เว็บบไพลท์ จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึง 31 สิงหาคม 2562 โดยงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำ ส่วนใหญ่นั้นเกี่ยวข้องกับด้านการติดต่อประสานงานกับลูกค้าของทางบริษัท โดยตัวผู้จัดทำรายงานนั้นได้เข้ามาฝึกปฏิบัติสหกิจในช่วงที่ทางบริษัทนั้นกำลังดำเนินการในการทำ Content Marketing ให้กับแบรนด์ BabyLove บน Facebook

เนื่องจากแบรนด์ BabyLove เป็นลูกค้าที่ทางบริษัทดูแลมาอยู่แล้ว และจะมีการทำ content เป็นรายปี โดยที่ในทุกๆเดือนจะมีการคิด Content ใหม่ๆและนำcontent มาปรับใช้กับเทรนด์ปัจจุบัน ตัวผู้จัดทำนั้นจึงได้มีหน้าที่หลักๆในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าและฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในบริษัทและได้มีโอกาสได้ออกไปนัดเจอลูกค้าภายนอกสถานที่ด้วยแต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นการติดต่อประสานงานกับลูกค้ารับเรื่องจากลูกค้าผ่านทางติดต่อทางE-mailและเป็นการประชุมติดต่อประสานงานภายในบริษัทมากกว่าการได้ออกนอกสถานที่ นอกจากนี้ตัวผู้จัดทำยังมีหน้าที่ในการประสานงานงานสรุปงานให้กับฝ่ายที่เกี่ยวข้องของภายในบริษัทให้ได้รับทราบข้อมูลที่ได้รับมาจากลูกค้าร่วมกันและยังได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝึกการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในสถานการณ์จริงจากการฝึกสหกิจศึกษาที่ บริษัท เดอะ เว็บบไพลท์ จำกัด ทำให้ตัวผู้จัดทำรายงานนั้นได้เรียนรู้การทำงานจริงภายในบริษัทโฆษณาเรียนรู้ระบบการทำงานร่วมกันกับทุกฝ่าย ซึ่งภายในบริษัทนั้นจะขาดฝ่ายบริหารงานลูกค้ามิได้เลยเพราะฝ่ายประสานงานลูกค้ามันเปรียบเสมือนตัวกลางที่คอยรับเรื่อง ทำการสื่อสารถ่ายทอดงานไปยังฝ่ายต่างๆได้จากการทำงานจริงทำให้ผู้จัดทำนั้นสามารถพัฒนาศักยภาพตัวเองได้มากขึ้น

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษานั้นทำให้ได้ใช้ความรู้ความสามารถในการติดต่อประสานงาน การสื่อสารที่ตนเองชอบและมีความถนัดได้อย่างเต็มที่โดยใช้ความรู้พื้นฐานจากประสบการณ์ในการศึกษามาปฏิบัติใช้งานจริงซึ่งในการทำงานตามที่ได้รับมอบหมายนั้น ผู้จัดทำรายงานนั้น ได้รับคำติชมจากผู้มอบหมายงานอยู่บ้าง เมื่อมีคำชมก็ย่อมมีคำติในบางครั้งแต่สิ่งเหล่านั้นไม่ได้เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อตนเองแม้แต่อย่างใด แต่ยังคงเป็นแรงผลักดันให้พยายามทำงานที่ได้รับมอบหมาย

เหล่านั้น ให้ดียิ่งขึ้นไปตามที่ผู้มอบหมายงานนั้นได้คาดหวังไว้และตัวผู้จัดทำนั้นจะเก็บทุกคำติและคำชมจากลูกค้าและบุคคลภายในบริษัทมาเป็นประสบการณ์ชีวิตและพัฒนาศักยภาพตนเองให้มีประสิทธิภาพในการทำงานต่อไปในอนาคตภายภาคหน้าอีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติสหกิจศึกษา

5.2.1 การประสานงานกับลูกค้านั้นเป็นฝ่ายที่ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาที่จะเข้ามาจริงโดยที่ตัวเราเองนั้นไม่สามารถคาดคิดหรือรู้ล่วงหน้าได้ว่าลูกค้าจะทำการสื่อสารหรือแสดงปฏิกิริยาอะไรโต้ตอบกลับมาบ้าง ข้อเสนอแนะคือควรเตรียมความพร้อมในการหาข้อมูลให้พร้อมมีสมุดจดประจำตัวอยู่เสมอเตรียมสิ่งที่เราจะสื่อสารกับลูกค้าไว้ให้พร้อมเมื่อถึงสถานการณ์จริงแล้วจะได้ไม่ตื่นตระหนกกับเหตุการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่และจะทำให้เรากล้าเผชิญกับเหตุการณ์ในตอนนี้และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีเนื่องจากการเตรียมความพร้อมในการหาข้อมูลให้กับลูกค้าล่วงหน้าแล้ว

5.2.2 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความระมัดระวังเป็นอย่างมากในการพูดเพราะลูกค้าจะเก็บรายละเอียดทุกคำพูดของเราไว้หมดตั้งแต่การเริ่มสนทนากัน ฉะนั้นสิ่งที่อยากจะเสนอแนะคือการระวังเรื่องคำพูดให้มากที่สุดควรระวังอารมณ์และสีหน้าของตนเองเมื่อไม่พอใจหรือเมื่อลูกค้าพูดขัดแย้งกับที่ตนเองเสนอไปแล้วนั้นก็ควรจะน้อมรับแล้วฟังและพูดเสนอด้วยน้ำเสียงที่ใจเย็นไม่ใส่อารมณ์เพื่อให้การติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับตนเองนั้นเป็นประสบผลสำเร็จ

5.2.3 การทำงานในบริษัท โฆษณานั้น ย่อมมีคำศัพท์เฉพาะทางการสื่อสารกันภายในบริษัทเช่น Artwork, Assign, Specialists Content, Supportive Quote, internal meeting, topic, static Photo, Deadline ซึ่งในบางคำผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจเองนั้นไม่เข้าใจ แต่ก็มิได้เป็นปัญหาในการทำงานมากนักเพราะพื้นฐานก็พอทราบคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสื่อสารภายในบริษัทโฆษณาเบื้องต้นมาบ้างแล้วแต่สำหรับคำไหนที่ไม่เข้าใจในความหมายนั้นๆ ก็จะทำการจดคำศัพท์นั้นใส่สมุดบันทึกแล้วนำไปค้นหาความหมาย ซึ่งการจดจะทำให้เราจดจำคำเหล่านั้นได้ตลอด รวมไปถึงเนื้อหาที่ทำถ้าบางขั้นตอนที่ไม่เข้าใจหรือไม่รู้อย่างแน่ชัด ควรจะถามพี่เลี้ยงหรือพี่ๆ ในแผนกโดยตรง ซึ่งจะทำให้การทำงานดำเนินไปอย่างราบรื่นและถูกต้อง สิ่งที่ต้องการจะเสนอคือควรเป็นคนที่ใฝ่รู้และช่างสังเกต สงสัยส่วนใดให้ถามพี่ในแผนก และควรจะทำการศึกษาและเรียนรู้คำศัพท์เฉพาะเบื้องต้นภายในบริษัทโฆษณามาพอประมาณจึงจะทำให้การทำงานในแต่ละวันนั้นดำเนินการไปได้อย่างราบรื่นเอง

บรรณานุกรม

- กานต์มณี แสงศรีจิราภัทร. (2550). การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตรรัตน์ นุ่มน้อย. (2555). การสื่อสารเพื่อการจัดการ การเปลี่ยนแปลงในองค์กร. (การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เรวัตร สมบัติทิพย์. (2543). การติดต่อสื่อสารในองค์กร:กรณีศึกษา บริษัท ซีเกท เทคโนโลยี. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริระ ศรีโยธิน. (2560). การสื่อสารภายในองค์กรจากแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร. เข้าถึงได้จาก http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS01/PDF02/609_20190614_j_58_1.pdf
- สิทธิชัย จิงสกุลรุจิเวช. (2543). การติดต่อประสานงานกับลูกค้า. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุธี สุทธิสมบูรณ์. (2542). แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- HOOKITUPZ. (2561). วิดีโอโฆษณาบน Facebook อย่างละเอียดทุกขั้นตอน. เข้าถึงได้จาก <https://www.hookitupz.com/>

ภาคผนวก





ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ	นางสาว เจนจิรา สายเนตร
รหัสนักศึกษา	5904600134
เบอร์ติดต่อ	063-3874428
E-mail	jenjiraa.sai@gmail.com
ที่อยู่ปัจจุบัน	87/61 หมู่ 7 ต.ท่าจีน อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000
ประวัติการศึกษา	วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี (ตอนต้น) โรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัย (ตอนปลาย)
ปัจจุบันกำลังศึกษา	ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา	ฝ่ายบริหารงานลูกค้า Project Manager (PM)
สถานประกอบการ	บริษัท เดอะ เวบไพลท์ จำกัด
ทักษะและความสามารถพิเศษ	ว่ายน้ำ, รำไทย