



รายงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เทคนิคการตอบแชทลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ

TECHNIQUE TO RESPOND TO CUSTOMER EFFECTIVELY

โดย

นาย ชิชณพวงศ์ ยอดวงศ์ 6004320005

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานวิชา สหกิจศึกษา

ภาควิชาการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ เทคนิคการตอบแชทลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ

รายชื่อผู้จัดทำ นาย ชัชฌพงษ์ ยอดวงศ์ 6004320005

ภาควิชา การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.สมพร ปานยินดี

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการจัดการทั่วไป
ประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561



ผู้ช่วยอธิการบดี และผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ.2562

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน ดร.สมพร ปานยินดี อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาภาควิชาการจัดการทั่วไป

ตามที่นาย ชัยณพพงศ์ ยอดวงศ์ ผู้จัดทำโครงการงานสหกิจ นักศึกษาภาควิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ.2562 ในตำแหน่งพนักงาน Social Media Marketing ณ AIS Advance Contact Center และได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง “เทคนิคการตอบแชทลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ”

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว นาย ชัยณพพงศ์ ยอดวงศ์ ผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่มและ CD จำนวน 1 แผ่น เพื่อขอรับการปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นาย ชัยณพพงศ์ ยอดวงศ์

นักศึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชาการจัดการทั่วไป

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษาที่บริษัท AIS Advance Contact Center ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ.2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตำแหน่ง Social Media Marketing ณ AIS Advance Contact Center สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพในอนาคต โดยได้รับความร่วมมือจาก AIS Advance Contact Center ได้สอน ได้เรียนรู้ งาน และปัญหาที่พบในการทำงานในแผนกต่างๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. ดร.สมพร ปานยินดี อาจารย์ที่ปรึกษา
2. ธนาภรณ์ ราชวงษา Supervisor social media contact center

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลสอนงานใน ด้านต่าง ๆ และให้ความรู้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ
นาย ชัยณุพงศ์ ยอดวงศ์

ชื่อโครงการ: เทคนิคการตอบแชทลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ

หน่วยกิต: 5

ผู้จัดทำ: นาย ชัยณพพงศ์ ยอดวงศ์ 6004320005

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สมพร ปานยินดี

ระดับการศึกษา: บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา: การจัดการทั่วไป

คณะวิชา: บริหารธุรกิจ

ภาคการศึกษา/ ปีการศึกษา: 3/2561

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้างนี้ 1) เพื่อศึกษาวิธีการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment 2) เพื่อศึกษาเทคนิคในการตอบ Inbox และ Comment อย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาเกิดจากลูกค้าแจ้งปัญหาในการใช้งาน และสอบถามรายละเอียดโปรแกรมผ่านช่องทางเพจ AIS พนักงานที่ทำหน้าที่ตอบ Inbox และ Comment ให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ใช้เวลานานในการตอบ ไม่รู้เทคนิคการตอบลูกค้าที่ถูกต้อง ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ ดังนั้นจึงจัดทำคู่มือเทคนิคการตอบลูกค้าทาง Inbox และ Comment ขึ้น หลังจากใช้คู่มือเทคนิคการตอบลูกค้าพบว่าสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ถูกต้อง ข้อร้องเรียนของลูกค้าลดลง มีความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังช่วยลดระยะเวลาในการเรียนรู้งานของพนักงานใหม่ได้อีกด้วย

คำสำคัญ : เทคนิคการตอบแชทลูกค้า /บริษัท แอดวานซ์ คอนแทค เซ็นเตอร์ จำกัด / ความพึงพอใจของลูกค้า

Project Title: Technique To Respond To Customers Effectively

Credit: 5

By: Mr. Chissanuphong Yodwong 6004320005

Advisor: Dr.Somporn Panyindee

Degree: Bachelor of Business Administration

Major: General Management

Faculty: Business Administration

Semester / Academic Year: 3/2018



Abstract

The objectives of this study were: 1) To study the process of company responses to the customer via inbox and comment; 2) To learn efficiency techniques to reply the customer through inbox and comment. The current problem is that customers are unsatisfied with incorrect responses, delay and improper in the responses. Therefore, the manual for techniques to respond to customers via inbox and comment was created, results found a decrease in complaints and an increase in customers satisfaction. In addition, the manual will help to reduce the training process of new employees as well.

Keywords: Customer Efficiency Response Technique / Advanced Contact Center Co., Ltd. /

The customer satisfaction

Approved by:.....

สารบัญ

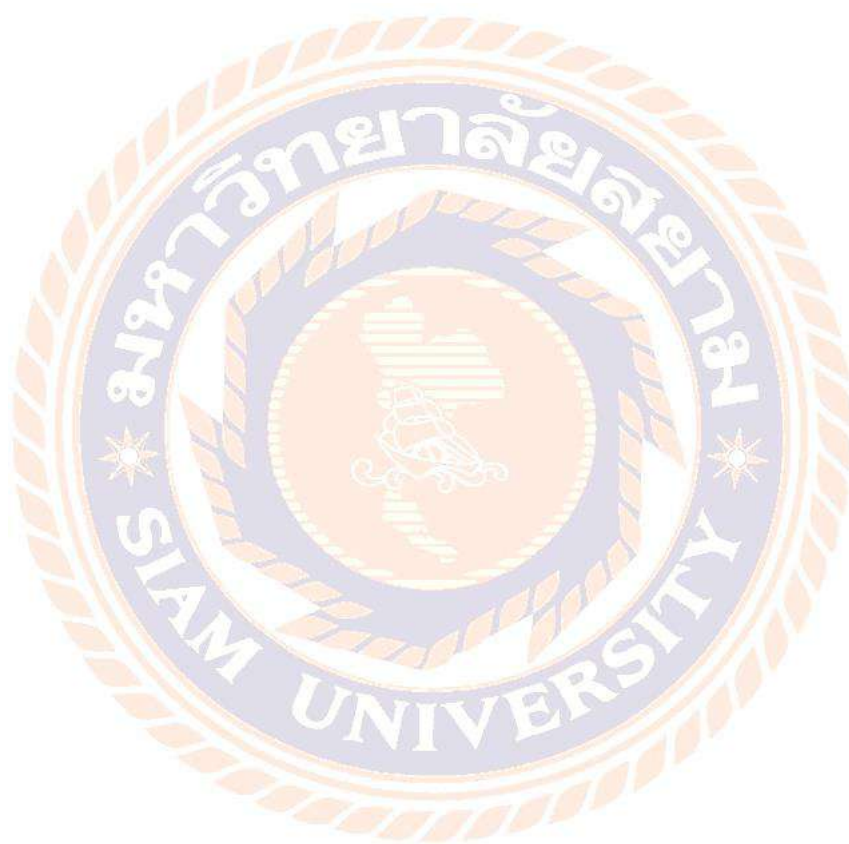
	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการ โครงการ.....	2
ขอบเขตของ โครงการ	2
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
2 ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	3
แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์.....	3
องค์ประกอบหลักและการเข้าถึงของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	4
ความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์.....	5
3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน.....	6
ชื่อและสถานที่ประกอบการ	6
ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร.....	7
รูปแบบองค์กร.....	9
ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	10
ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	10
ระยะเวลาปฏิบัติงาน.....	10
ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	10
อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	11

4	ผลการปฏิบัติงานตาม โครงการ.....	12
	กระบวนการของการรับเรื่องราว ปัญหา ข้อเสนอ จากลูกค้า.....	13
	ตัวอย่างข้อร้องเรียน และคำถามจากลูกค้า.....	14
	เทคนิคในการตอบ Comment ผ่าน Facebook Page.....	16
5	สรุปผลการปฏิบัติงาน	17
	สรุปผลโครงการ.....	17
	สรุปผลการปฏิบัติงานเสร็จ.....	18
	บรรณานุกรม	20
	ภาคผนวก	21
	ภาคผนวก ก บทความวิชาการ	21
	ภาคผนวก ข ข้อมูลไวนิต.....	25
	ประวัติผู้จัดทำ.....	27



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	10



สารบัญรูปภาพ

รูปที่		หน้า
3.1	แผนที่ บริษัท แอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด.....	6
3.2	โลโก้ บริษัทแอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด.....	7
3.3	แผนผังองค์กร บริษัทแอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด.....	9
4.1	Flowchart ขั้นตอนในการรับเรื่องราว ตอบลูกค้า ผ่านช่องทาง Facebook Page.....	13



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท แอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด (Advanced Contact Center Co., Ltd. หรือ ACC) เป็นหนึ่งในเครือบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (Advanced Info Service Plc. หรือ AIS) ซึ่งเป็นผู้นำธุรกิจในการสื่อสารโทรคมนาคมแบบไร้สายในประเทศไทย ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดในเชิงรายได้ที่สูงกว่าร้อยละ 52 และนำเสนอบริการที่มีคุณภาพทั้งบนคลื่นความถี่ 900 และ 2100 เมกะเฮิรตซ์ให้ลูกค้ากว่า 40 ล้านเลขหมาย หรือร้อยละ 43 ของจำนวนผู้ใช้บริการในประเทศไทย ACC ประกอบธุรกิจการให้บริการข้อมูลและดูแลผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอส และเครือข่ายเอไอเอส สามจี ของบริษัท แอดวานซ์ ไร้เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (Advanced Wireless Network Co., Ltd. หรือ AWN) ACC เปิดให้บริการในนาม AIS Call Center ตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2002 ภายใต้งบประมาณ 272 ล้านบาท ถือหุ้นโดยเอไอเอส 100% บริษัทมีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีพนักงานกว่า 2,700 คน ให้บริการลูกค้ากว่า 3 ล้านสายต่อเดือน AIS Call Center มีบทบาทสำคัญในการดูแลลูกค้าเอไอเอสและเอไอเอส สามจี ทุกกลุ่ม การบริหารจัดการเน้นสร้างความสัมพันธ์และมอบประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า การนำเสนอสินค้าและบริการ หรือกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละท่าน เพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ความโดดเด่นในการสร้างความแตกต่างด้านบริการที่เหนือกว่า บนพื้นฐานของเทคโนโลยีที่ทันสมัย ภายใต้มาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพ ทำให้ เอไอเอส เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับหนึ่งของประเทศไทย

จากการที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่ง Social Media Contact Center ช่องทางของการติดต่อสื่อสารทางโซเชียลต่างๆ มีช่องทางที่หลากหลายในแผนก คือ Facebook, Pantip, Twitter, E-Mail, Call Center ในส่วนของผู้จัดทำได้เริ่มทำในส่วนของ ทางเพจ AIS Facebook ได้มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก และลูกค้าสามารถใช้ช่องทางเพจ AIS แจ้งปัญหาในการใช้งาน สอบถามรายละเอียดโปรโมชั่นต่าง และสามารถสอบถามเรื่องอื่นๆ และข้อมูลทั่วไปได้ ในการรับเรื่องของลูกค้า นั้น จะมีทั้ง Comment และ Inbox ซึ่งปัญหาต่าง ๆ ที่ลูกค้าสอบถามผ่าน Inbox และ Comment นั้น มีความหลากหลายในข้อคำถาม คำตอบ และหากไม่สามารถตอบได้ บริษัทจะให้ส่งต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังต้องอาศัยความรวดเร็วในการตอบคำถาม หากตอบช้าเกินไป ส่งผลให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ เกิดการร้องเรียน ซึ่งจะส่งผลเสียต่อบริษัทได้ ดังนั้นจะเห็นได้ชัดเจนว่าการตอบคำถามลูกค้าทาง Inbox มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน และเป็นงานที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการเรียนรู้เทคนิค

การตอบคำถามใน Inbox ลูกค้า โดยเฉพาะพนักงานใหม่จะต้องใช้เวลาในการสอนงานค่อนข้างนานกว่าจะเกิดความชำนาญในการตอบคำถามลูกค้า

ด้วยเหตุนี้ผู้จัดทำจึงเลือกจัดทำโครงการสหกิจศึกษาเรื่อง เทคนิคการตอบคำถามลูกค้าทาง Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นเทคนิคที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ และกลั่นกรองจนมาเป็นเทคนิคที่สามารถนำไปใช้ได้ทันที ช่วยให้บริษัทไม่เสียเวลาในการสอนงานพนักงานใหม่ และพนักงานใหม่ เรียนรู้และนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที ทำให้สามารถตอบคำถามลูกค้าได้รวดเร็วมากขึ้น แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ย่อมส่งผลต่อผลประกอบการ และภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษากระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment

1.2.2 เพื่อศึกษาเทคนิคในการตอบ Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเทคนิคการตอบ Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพ

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะบริษัท แอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด สาขา พหลโยธิน

1.3.3 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ลูกค้าที่ส่งข้อความใน Comment และ Inbox

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 – 30 สิงหาคม 2562 รวมเป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 ทำให้รู้เทคนิคในการตอบลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า

1.4.2 ลูกค้าได้รับการตอบคำถามที่รวดเร็ว และถูกต้องมากขึ้น

1.4.3 พนักงานใหม่สามารถเรียนรู้เทคนิคการตอบคำถามใน Inbox และ Comment ได้อย่างรวดเร็ว

บทที่ 2

ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โครงการสหกิจศึกษาเรื่อง เทคนิคการตอบแชทลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ ได้มีการนำเอาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มาใช้ในการปฏิบัติงานซึ่งมีขอบเขตเนื้อหาที่ เกี่ยวข้องในหัวข้อต่อไปนี้

2.1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์: CRM (Customer Relationship Management)

2.1.1 ความหมายของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

กนกนาล รัตนทวี (2552) กล่าวว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไว้ว่า คือ กระบวนการที่สร้าง คุณค่าให้กับลูกค้า จนเกิดความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยการวางแผนกลยุทธ์ เพิ่ม ประสิทธิภาพ การท างาน การบริหารจัดการให้เป็นระบบ มีการวิเคราะห์ภายใน วิเคราะห์ภายนอก ธุรกิจ โดยมีพื้นฐานของ ข้อมูลที่มีคุณภาพ และมีเทคโนโลยีสนับสนุน

สรภัส ดิยภรณ์พิพัฒน์ (2556) กล่าวว่า การบริการลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือ กิจกรรมใดๆ ที่นำมาสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าการสร้าง ความพึงพอใจให้กับตัวสินค้าและบริการ ให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้าง ความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (win-win strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนาน

กิตติยา ปลื้มจิตไพบุลย์ (2557) กล่าวว่า การพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิภาพมีสิ่งสำคัญที่เป็นหลักของการ บริหาร คือ การตระหนักถึงความ สาคัญของลูกค้าแต่ละ ราย ว่าลูกค้าแต่ละรายนั้นมีความสำคัญไม่เท่ากัน การที่องค์กรสามารถทำให้ลูกค้าจงรักภักดีต่อ องค์กรได้นั้น เป็นหัวใจหลักในการนำองค์กร ไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจระยะยาว

2.1.2 องค์ประกอบหลักและการเข้าถึงของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

เมธาวี สุริย์พงษ์ (2551) องค์ประกอบของ CRM จะประกอบไปด้วย 1) ด้านข้อมูลข้อมูลที่ใช้ เตรียมวิเคราะห์ในการทำ CRM 2) ด้านกระบวนการทำงาน()เป็นขั้นตอนในการทำสินค้าและบริการ ออกมา โดยแบ่งออกเป็น4หน่วยงาน 3)ด้านเทคโนโลยี เป็นกลไกที่ทำให้ CRM สามารถทำงานได้ โดย ดูได้จากเครื่องมือในการจัดการและวิเคราะห์ ด้านระบบเครือข่าย ที่รวมการทำงานทุกฝ่ายเข้าไว้ด้วยกัน 4) ด้านบุคลากรพนักงานในองค์กรทุกหน่วยงานมีส่วนร่วมในการทำ CRM ให้เกิดขึ้น โดยมีการกำหนด หน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน

ปิยะนารถ สิงห์ชู (2555) กล่าวว่า องค์ประกอบหลักของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือการจัดระบบลำดับเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ประกอบด้วย

1. การติดตามลูกค้า (Customer Prospecting) คือการเสาะแสวงหาศึกษาความต้องการ ความจำเป็นของลูกค้าใหม่ และได้มีการทำการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อเตรียมผลิตภัณฑ์ และสิ่งที่ดีงุดใจสำหรับลูกค้า

2. สัมพันธภาพกับลูกค้า (Relations with Customers) คือ การเริ่มต้น การพัฒนาการรักษา และการสร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อรองรับลูกค้าให้รู้สึกดียิ่งขึ้นไป

3. การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน (Interactive Management) คือ การมีการติดต่อ ได้ตอบเชื่อมโยง แลกเปลี่ยนข้อเสนอเทศ การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับองค์กร

4. การเข้าใจความ คาดหวัง ของลูกค้า (Understanding Customer Expectations) คือ กระบวนการทางธุรกิจที่สร้างมวลความรู้เกี่ยวกับความคาดหวังความจำเป็นของลูกค้า เตรียมผลิตภัณฑ์ การบริการที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า

5. การให้อำนาจ (Empowerment) หมายถึง กระบวนการนำเอาการสนับสนุนส่งเสริมและการให้รางวัลแก่พนักงานที่ได้รับเริ่มและมีส่วนในการสร้างสรรค์คุณค่าและช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้

6. การเป็นหุ้นส่วน (Partnerships) หมายถึง การส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินการต่างๆ แก่ผู้จัดหาสินค้า คู่ค้าที่ได้มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์กับลูกค้าเพิ่มแรงปรารถนาการบริการสู่ผลิตภัณฑ์

7. การทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล (Personalization) คือ การมอบหมายให้แต่ละสายงานธุรกิจ นำเสนอลูกค้าและพัฒนาหรือเตรียมผลิตภัณฑ์เฉพาะให้พิเศษสำหรับลูกค้าเป็นการเฉพาะเจาะจง

2.1.3 ความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

เมธาวี สุริย์พงษ์ (2551) แนวคิดของการบริหารลูกค้าคิดของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์นั้น ได้รับการพัฒนาขึ้นในปี 1997 โดย Thomas Watson, Sr., ผู้ก่อตั้งบริษัท IBM เป็นแนวคิดในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่ต่างไปจากแนวคิดทางการตลาดในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบ mass marketing แต่แนวคิดของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์นั้น จะมุ่งเน้นการดำเนินงานเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า เฉพาะกลุ่ม หรือเป็นรายบุคคล เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดโดยอาศัยข้อมูลทางการตลาด นำมาวิเคราะห์หากลวิธีการดำเนินงาน ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้ลูกค้าในทุกๆระดับ

ศตพล วรกำแหง (2557) กล่าวว่าจากแนวความคิดการตลาดสัมพันธ์จะเห็นได้ว่าการนำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ ในการแก้ปัญหาในกรณีอำนาจซื้อของผู้บริโภคลดลง การหาลูกค้าก่อนข้าง

ขาด การตลาดอ้อมตัว มีการหากลยุทธ์ใหม่ๆ มาใช้นั้นก็คือ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีบทบาทในการเพิ่มอำนาจการซื้อ ของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้นแทนที่จะหาแต่ลูกค้าใหม่ๆ ขายสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าใหม่อย่างเดียวนั้น มีการสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าเก่าซึ่งรักษาลูกค้าเก่าไว้เนื่องจากกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นการหาลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าด้วย อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ทางธุรกิจการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือกลยุทธ์ในการดำเนินซึ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการภายในองค์กร และเน้นไปที่ กระบวนการต่างๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กรหรือเป็นกระบวนการที่องค์กรใช้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าซึ่งจุดสำคัญที่สุดในการเริ่มต้นของกระบวนการการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ นั้นคือการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามมูลค่าของลูกค้าที่มีต่อองค์กร



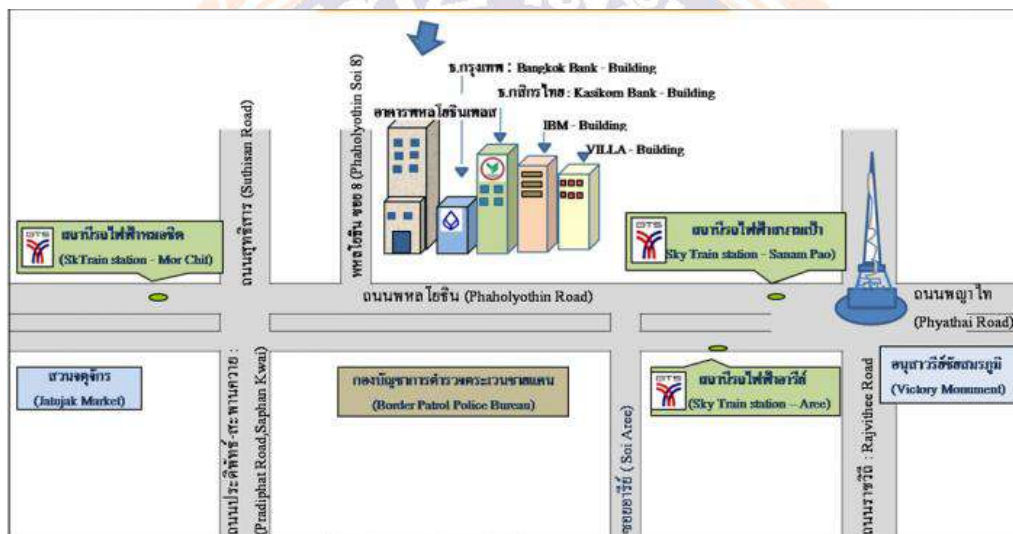
บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ : บริษัท แอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด (Advanced Contact Center Ltd)

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ : 414 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10400 หมายเลขโทรศัพท์ : 02-029-2562 , 089-056-8685



รูปที่ 3.1 แผนที่ บริษัท แอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด (Advanced Contact Center Ltd)

(ที่มา: บริษัทแอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด)

3.2 ลักษณะการประกอบกิจการ



รูปที่ 3.2 รูป โลโก้ บริษัทแอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด
(ที่มา: บริษัทแอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด)

บริษัท แอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด (Advanced Contact Center Co., Ltd. หรือ ACC)

เป็นหนึ่งในเครือบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (Advanced Info Service Plc. หรือ AIS) ซึ่งเป็นผู้นำธุรกิจในการสื่อสารโทรคมนาคมแบบไร้สายในประเทศไทย ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดในเชิงรายได้ที่สูงกว่าร้อยละ 52 และนำเสนอบริการที่มีคุณภาพทั้งบนคลื่นความถี่ 900 และ 2100 เมกะเฮิรตซ์ให้ลูกค้ากว่า 40 ล้านเลขหมาย หรือร้อยละ 43 ของจำนวนผู้ใช้บริการในประเทศไทย

ACC ประกอบธุรกิจการให้บริการข้อมูลและดูแลผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอส และเครือข่ายเอไอเอส สามจี ของบริษัท แอดวานซ์ ไร้เลส เน็ตเวอร์ค จำกัด (Advanced Wireless Network Co., Ltd. หรือ AWN) ACC เปิดให้บริการในนาม AIS Call Center ตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2002 ภายใต้ทุนจดทะเบียน 272 ล้านบาท ถือหุ้นโดยเอไอเอส 100% บริษัทมีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีพนักงานกว่า 2,700 คน ให้บริการลูกค้ากว่า 3 ล้านสายต่อเดือน และมอบประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า การนำเสนอสินค้าและบริการ หรือกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละท่าน เพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ชูความโดดเด่นในการสร้างความแตกต่างด้านบริการที่เหนือกว่า บนพื้นฐานของเทคโนโลยีที่ทันสมัย ภายใต้มาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพ ทำให้เอไอเอส เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับหนึ่งของประเทศไทย ทั้งส่วนแบ่งการตลาด และทางด้านรายได้ สิ่งที่ยืนยันถึงความมุ่งมั่นและตั้งใจจริงในการทำงานอย่างมืออาชีพของ AIS Call Center เพื่อส่งมอบบริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องคือ รางวัลที่ได้รับจากหลายสถาบันที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในวงการธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ" ตลอดจนรางวัลเกียรติยศสำหรับกิจกรรมตอบแทนสังคม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งบทบาทที่เราไม่เคยลืม ในการเป็นพลเมืองที่ดีของประเทศ และอีกหลายองค์กรที่มาเยี่ยมชม AIS Call Center

อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2009 ความสำเร็จที่ได้รับเกิดจากการสร้างพนักงานที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุดขององค์กร ตั้งแต่การคัดสรร การอบรม ฝึกฝนทักษะกันคว้าข้อมูลที่มีบน Online ด้วยตนเอง ได้ตลอดเวลา ฝึกฝนสร้างกระบวนการคิดต่อยอด คู่มือการฝึกฝนสอนงานกับรุ่นพี่ที่มากประสบการณ์ จนเกิดความรู้ ทักษะนำไปใช้ในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เอซีซี และ เอไอเอส เห็นคุณค่าของพนักงาน พร้อมให้พนักงานที่มีความรู้ ความสามารถของเราทุกคนเติบโตก้าวหน้าไปพร้อมกับองค์กร และเรายินดีต้อนรับทุกท่านที่ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรแห่งความภาคภูมิใจนี้ เพื่อก้าวสู่ความสำเร็จร่วมกัน

วิสัยทัศน์ ACC พัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการบริการของ AIS Call Center ให้เป็นที่ยอมรับในระดับ World Class โดยมุ่งมั่นก้าวสู่ความมเป็นเลิศใน 5 ด้านคือ

1. ด้านการพัฒนาองค์กร (Organization Excellence)
2. ด้านการปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย (Performance Excellence)
3. ด้านคุณภาพในงานบริการ (Service Excellence)
4. ด้านเทคโนโลยี (Technology Excellence)
5. ด้านบุคลากร (People Excellence)

และส่งมอบบริการที่ตรงใจ เพื่อเป็น Contact Center ที่อยู่กลางใจลูกค้า

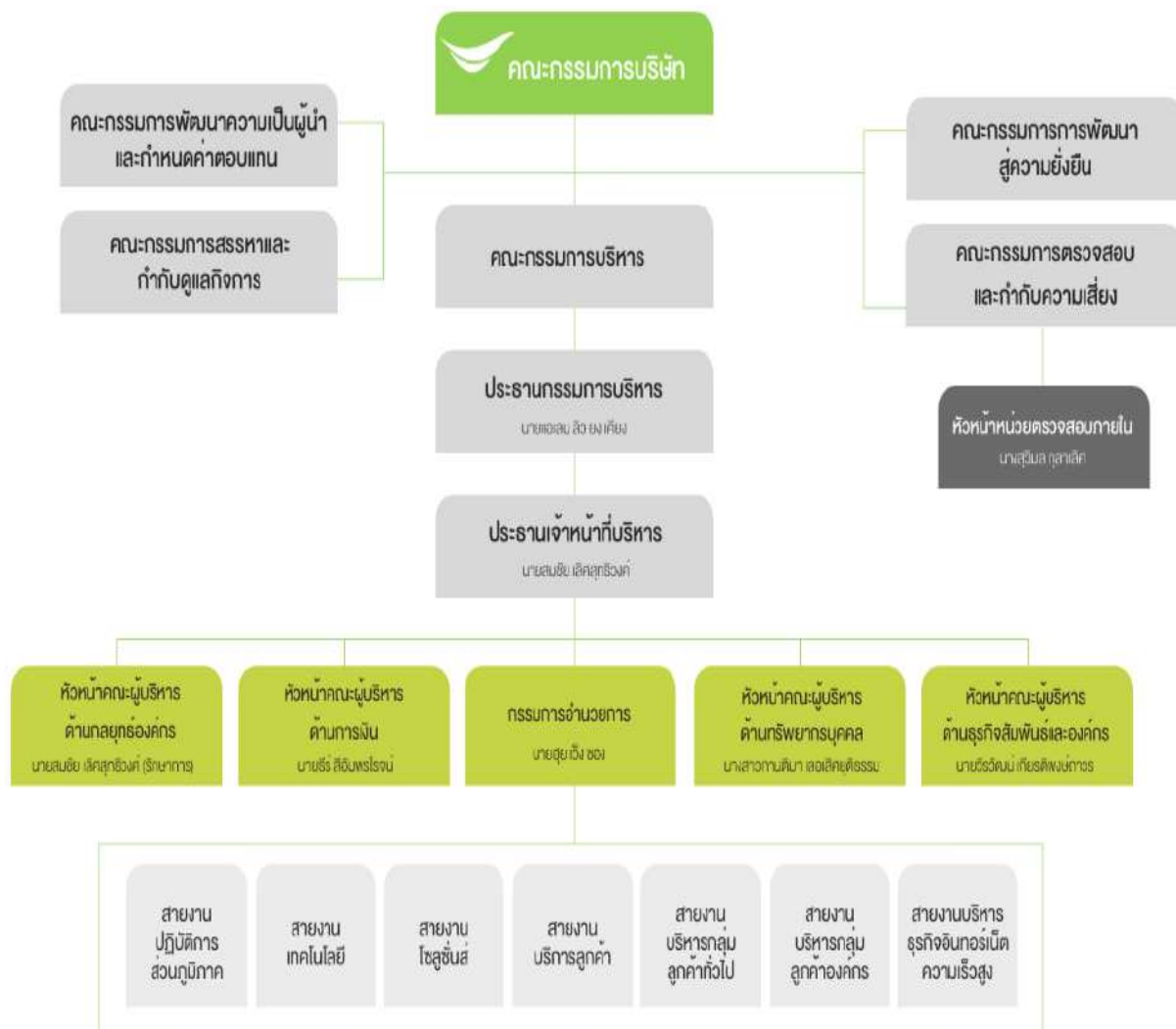
คุณสมบัติ

- สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ในทุกสาขา เกรดเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.00 สามารถปฏิบัติงานเป็นกะได้
- มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต สนใจเทคโนโลยีใหม่อยู่เสมอ
- มีบุคลิกภาพ และมนุษยสัมพันธ์ดี รักรงานบริการ
- สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจากการติดต่อของลูกค้าเพื่อนำมาแก้ไขปัญหา นำเสนอสินค้า หรือการบริการที่เหมาะสม กับความต้องการของลูกค้า
- หากมีหลักฐานการอบรม หรือมีประสบการณ์ด้านการนำเสนอสินค้า หรือการบริการ พูดยุทธศาสตร์ภาษาท้องถิ่นได้ จะพิจารณาเป็นพิเศษ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

เป็นผู้ให้บริการลูกค้าด้านข้อมูล นำเสนอสินค้าและบริการของ AIS รวมทั้งแจ้งผลดีที่ลูกค้าจะได้รับ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหาร



รูปที่ 3.3 แผนผังองค์กร บริษัทแอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด
(ที่มา: บริษัทแอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด)

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 นักศึกษาฝึกงาน แผนก Social Media Contact Center

3.4.2 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย ให้บริการลูกค้า ตอบคำถามลูกค้าผ่านทาง Facebook, Twitter, Pantip ของเพจ AIS และบันทึกข้อมูลเก็บไว้เป็นประวัติการทำงาน ทำ Report การทำงานในแต่ละเดือนเสนอผู้บริหาร

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 คุณ ธนากรณ์ ราชวงษา ตำแหน่ง Supervisor social media contact center

โทรศัพท์ 089-0091789 E-mail: Thanakoa@ais.co.th

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาที่ดำเนินงาน วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 – 30 สิงหาคม 2562

3.6.2 วันเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจ วันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา 09.00 – 18.00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. กำหนดโครงเรื่องที่หลังจากที่ได้ปฏิบัติงานจริงมาระยะหนึ่งใน แผนก Social Contact Center
2. รวบรวมข้อมูลที่ได้รับและที่ได้ศึกษาไว้ในการตอบลูกค้าให้พึงพอใจ
3. ค้นหาเทคนิคการตอบลูกค้าให้รวดเร็วและจับประเด็นให้ลูกค้าเข้าใจง่าย
4. ดำเนินการนำเทคนิคที่ศึกษามาใช้ในการตอบลูกค้าให้ครบถ้วน และรวดเร็ว
5. สรุปผลการดำเนินงานของโครงการและเก็บรวบรวมตัวอย่างในการตอบลูกค้า

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	2562				
	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	
1. กำหนดโครงเรื่อง	←	→			
2. เก็บรวบรวมข้อมูล		←	→		
3. ค้นหาเทคนิคการตอบ			←	→	
4. ดำเนินการแก้ปัญหา			←	→	
5. สรุปผลโครงการ				←	→

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

1.คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต



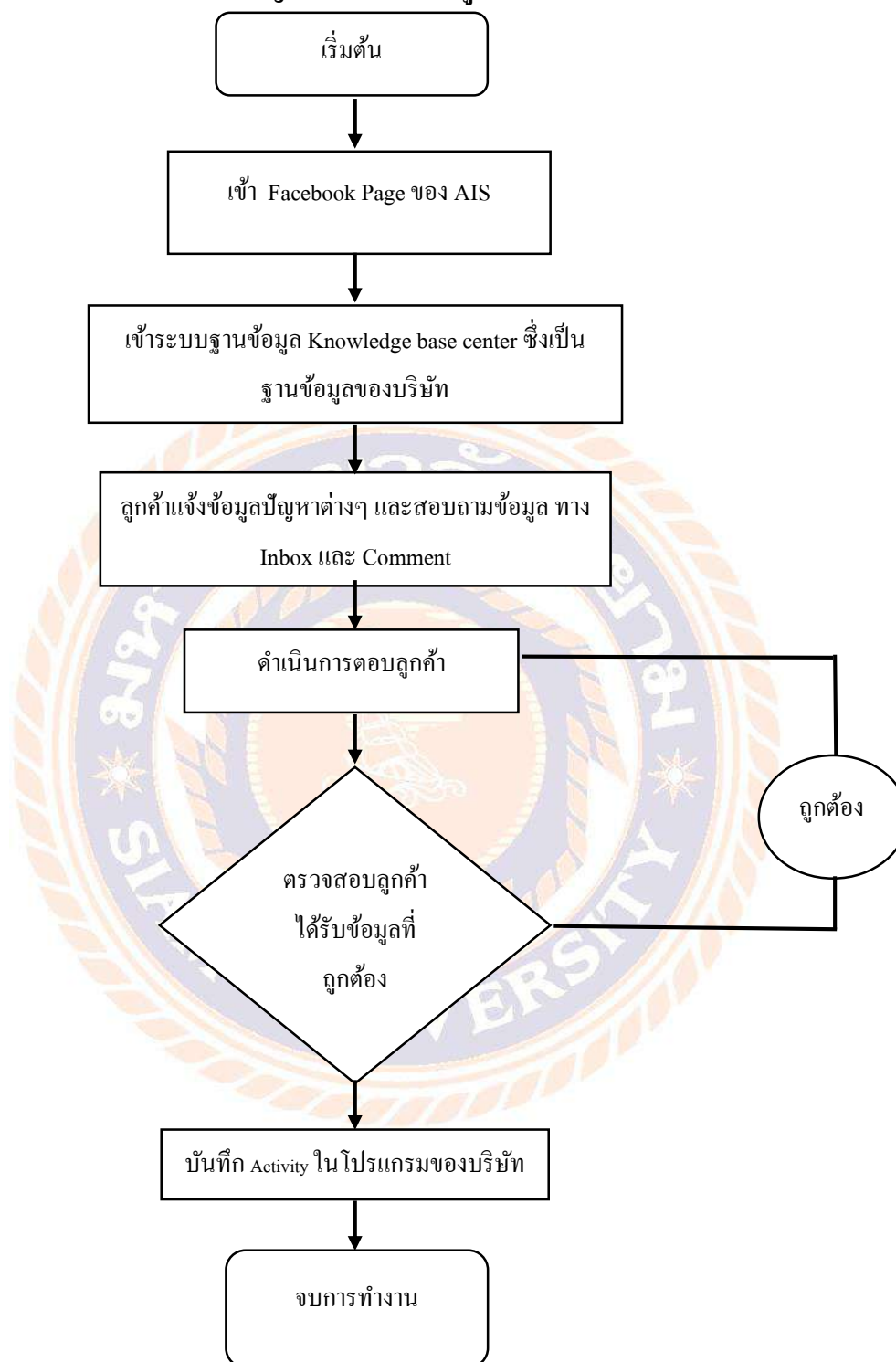
บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

จากการที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่ง Social Media Marketing ช่องทางของการติดต่อสื่อสารทางโซเชียลต่างๆ มีช่องทางที่หลากหลายในแผนก คือ Facebook, Pantip, Twitter, E-Mail, Call Center ในส่วนของผู้จัดทำได้เริ่มทำในส่วนของ ทางเพจ AIS Facebook ได้มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก และลูกค้าสามารถใช้ช่องทางเพจ AIS แจ้งปัญหาในการใช้งาน แจ้งสอบถามรายละเอียด โปรโมชันต่าง และสามารถสอบถามเรื่องอื่นๆ และข้อมูลทั่วไปได้ ในการรับเรื่องของลูกค้า นั้น จะมีทั้ง Comment และ Inbox ซึ่งปัญหาต่าง ๆ ที่ลูกค้าสอบถามผ่าน Inbox และ Comment นั้น มีความหลากหลายในข้อคำถาม คำตอบ และหากไม่สามารถตอบได้ บริษัทจะให้ส่งต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังต้องอาศัยความรวดเร็วในการตอบคำถาม หากตอบช้าเกินไป ส่งผลให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ เกิดการร้องเรียน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อบริษัทได้ ดังนั้นจะเห็นได้ชัดเจนว่าการตอบคำถามลูกค้าทาง Inbox มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน และเป็นงานที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการเรียนรู้เทคนิคการตอบคำถามใน Inbox ลูกค้า โดยเฉพาะพนักงานใหม่จะต้องใช้เวลาในการสอนงานก่อนข้างนานกว่าจะเกิดความชำนาญในการตอบคำถามลูกค้า

ด้วยเหตุนี้ผู้จัดทำจึงเลือกจัดทำโครงการงานสหกิจศึกษาเรื่อง เทคนิคการตอบคำถามลูกค้าทาง Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นเทคนิคที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ และกลั่นกรองจนมาเป็นเทคนิคที่สามารถนำไปใช้ได้ทันที ช่วยให้อบริษัทไม่เสียเวลาในการสอนงานพนักงานใหม่ และพนักงานใหม่ เรียนรู้และนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที ทำให้สามารถตอบคำถามลูกค้าได้รวดเร็วมากขึ้น แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ย่อมส่งผลต่อผลประกอบการ และภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทต่อไป

4.1 กระบวนการของการรับเรื่องราว ปัญหา ข้อสงสัย จากลูกค้า ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้



รูปที่ 4.1 Flowchart ขั้นตอนในการรับเรื่องราว ปัญหา ข้อสงสัย และการตอบลูกค้า ผ่านช่องทาง Facebook Page

4.2 ตัวอย่างข้อร้องเรียน และคำถามจากลูกค้า ที่มักจะสอบถามเป็นประจำ ผ่าน Facebook Page ในช่องทาง Comment และ Inbox

1. สถานการณ์ที่ 1

ลูกค้า : แล้วยังไม่มีสัญญาณเลย น่าเบื่อมากช่วยมาทำให้แล้วยังมีสัญญาณหน่อยสิ
พนักงาน: คุณ.....สามารถแจ้งหมายเลขการใช้งานพร้อมพื้นที่การใช้งานโดยละเอียด เช่น ชื่อหมู่บ้าน ซอย ถนน ตำบล อำเภอ จังหวัด จุดสังเกต 500 เมตร และรายละเอียดอีกครั้งทาง Inbox สามารถยินดีติดต่อประสานงานให้ครับ

สถานการณ์ที่ 2

ลูกค้า: Internet ช้ามาก ๆ โหลดไม่ไปเลย เมื่อช้าสุด ๆ กากมาก ๆ
พนักงาน: คุณ.....สามารถแจ้งหมายเลขการใช้งานพร้อมทำการ test speed internet ผ่านทาง >> <http://www.speedtest.net/> และทำการแคปหน้าจอความเร็วที่ได้รับ พร้อมแจ้งรายละเอียดอีกครั้งกลับมาทาง Inbox ทางสามารถยินดีประสานงานตรวจสอบให้ครับ

สถานการณ์ที่ 3

ลูกค้า: เมื่อเข้าเติมเงิน 50 บาท แต่หักค่าอะไรก็ไม่รู้ เย่มากๆ
พนักงาน: คุณ.....สามารถตรวจสอบรายละเอียดผ่าน My AIS Web ตาม Link <https://www.ais.co.th/myais/> หรือ สามารถแจ้งรายละเอียดยอดเงินที่หายเข้ามาอีกครั้งทาง In box สามารถยินดีตรวจสอบให้ครับ

สถานการณ์ที่ 4

ลูกค้า: เน็ตอืดมาก โหลดบิทไม่ไปเลย นี่เน็ตสายใยแก้วนำแสงหรือด้านแสงกันแน่ ช้าอะไรเบอร์นี้
พนักงาน: คุณ.... แจ้งหมายเลข AIS Fiber หรือ ชื่อ-นามสกุลผู้จดทะเบียน และเลขที่สะดวกติดต่อกลับ พร้อมแจ้งรายละเอียดกลับมาทาง Inbox สามารถยินดีตรวจสอบและประสานงานให้ครับ

สถานการณ์ที่ 5

ลูกค้า: อยากย้ายค่ายแหละ ห่วย เนตก็ช้า

พนักงาน: ขอโอกาสให้สมาร์ทได้ดูแลคุณก่อนนะครับ สามารถแจ้งหมายเลขการใช้งาน พร้อมพื้นที่การใช้งานโดยละเอียด เช่น ชื่อหมู่บ้าน/ซอย/ถนน/ตำบล/จังหวัด หรือ จุดที่สามารถสังเกต ระยะ 500 เมตร และรายละเอียดกลับมาอีกครั้งที่ Inbox สมาร์ทจะรีบตรวจสอบและประสานงานให้ครับ

สถานการณ์ที่ 6

ลูกค้า: ย้ายค่ายดีกว่า

พนักงาน: ขอโอกาสให้สมาร์ทได้ดูแลคุณก่อนนะครับ คุณสามารถแจ้งรายละเอียดทาง Inbox ถ้าได้รับข้อมูลแล้วสมาร์ทจะรีบตรวจสอบและประสานงานให้คุณ.....ทันทีเลยครับ

4.3.เทคนิคของการตอบลูกค้าเพื่อให้มีประสิทธิภาพ

สภาวะปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่อสารทาง Social Media อย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เข้ามา การร้องเรียนหรือเรียกร้องของลูกค้าเพื่อให้ได้สิ่งต่าง ๆ ผ่านช่องทาง Social Media จึงมีมากขึ้น และเป็นการต่อรองที่ได้รับการตอบสนองสูงขึ้นกว่าเดิม ความสำคัญของการสื่อสารทาง Social Media ที่มีต่อลูกค้า มีหลายเหตุผล อาทิ เป็นการส่งเสริมการขาย และเพิ่มยอดขาย เพิ่มการรับรู้ในสินค้า และ เพื่อรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า รวมถึงข้อร้องเรียนต่างๆ ลูกค้า Social Media สามารถแสดงความคิดเห็นและโต้ตอบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ในขณะเดียวกัน Social Media ขยายข้อร้องเรียนที่มีการตรวจสอบแล้ว หรือบางครั้งยังไม่ได้มีการสอบสวนใด ๆ เป็นวงกว้าง และพูดต่อ ๆ กันไปอย่างรวดเร็วทำให้การตอบ comment ผ่านทาง social media จะต้องกระทำอย่างรอบคอบ

เทคนิคในการตอบ Comment ผ่าน Facebook Page

1. อ่านจับประเด็นของลูกค้ำว่า ลูกค้ำมาด้วยเรื่องอะไร และจับจุดสำคัญที่ลูกค้ำต้องการคำตอบ

2. ตอบกลับอย่างรวดเร็วที่สุด การตอบคำถามทันที แสดงให้เห็นถึงการบริการลูกค้ำที่ยอดเยี่ยม แสดงให้เห็นว่าเราใส่ใจกับลูกค้ำและสามารถเชื่อมต่อกับลูกค้ำได้จริง ๆ ไม่ควรนั่งเฉยต่อ comment โดยเฉพาะถ้าเป็นด้านลบ ต้องรีบตอบกลับหรือชี้แจงเบื้องต้น ขอเวลาตรวจสอบ และเป็นการแสดงให้เห็นว่ามีการรับทราบเรื่องแล้ว เพื่อป้องกันการเกิดอคติกับลูกค้ำ และการ comment ซ้ำที่รุนแรงมากขึ้น

3. ขอบคุณ และกล่าวถึงชื่อลูกค้ำ การตอบข้อความ comment ของลูกค้ำทาง Facebook page ว่าจะจะเป็นความคิดเห็นในเชิงบวก หรือลบก็ตาม ต้องตอบด้วยความสุภาพ แสดงถึงความยินดีที่จะพูดคุยกับลูกค้ำผ่าน Social Media และทุกครั้งที่ต้องตอบกลับหาลูกค้ำ ต้องอย่าลืมกล่าวคำขอบคุณยินดี และกล่าวชื่อลูกค้ำด้วย ซึ่งจะทำให้ลูกค้ำได้รับความรู้สึกที่ดีจากบริการของเรา

4. เปิดใจรับฟังทั้ง comment ทั้งด้านบวก และด้านลบ ทุกครั้งที่มี comment เข้ามา ต้องตั้งใจอ่านข้อความนั้นอย่างระมัดระวัง อย่าใช้อารมณ์เป็นที่ตั้ง บาง comment ที่เป็นด้านลบ จำเป็นต้องตรวจสอบต้นเหตุของการเกิดปัญหา ว่าเกิดจากอะไร บกพร่องตรงไหน พยายามหาคำตอบในเชิงแก้ปัญหา ต้องมีการตรวจสอบคำตอบให้ถูกต้อง เหมาะสม ทุกครั้งก่อนลงโพสต์ เนื่องจากการตอบ comment ต่อสาธารณะ และถ้าไม่สามารถตอบได้ควรส่งต่อให้ผู้เชี่ยวชาญดำเนินการต่อ ผู้ให้บริการที่รับผิดชอบการติดต่อผ่านช่องทางนี้ ควรคำนึงไว้เสมอว่า comment ในด้านลบของลูกค้ำ เปรียบเสมือนเสียงสะท้อนที่สำคัญที่จะช่วยให้ทราบถึงความต้องการ หรือความไม่พอใจของลูกค้ำ หรือผู้รับบริการ ทำให้มีโอกาสนำสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นมาปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการ และจงทำให้ลูกค้ำรู้สึกได้ว่า สิ่งที่ต้องการนั้นได้รับการใส่ใจ หรือตอบสนองความรู้สึกของลูกค้ำ ทำให้ลูกค้ำมั่นใจได้ว่า เรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ จะได้รับการดูแลช่วยเหลือ

5. การที่ลูกค้ำเข้ามาติชม เป็นเรื่องที่น่ายินดีมาก บางเรื่องที่ลูกค้ำเข้ามาถาม สามารถตอบได้โดยทันที บางเรื่องที่ลูกค้ำเข้ามาถามโดยไม่ได้ระบุชัดเจน อาจมองได้หลายแง่มุมเราต้องตั้งใจจับประเด็นให้ดี เช่น การที่ลูกค้ำ comment โดยระบุชมว่าการบริการดีมาก แต่กลับว่า การที่ลูกค้ำบอกนั้น กลายเป็นว่าลูกค้ำประชดการบริการ ซึ่งในกรณีนี้ เราต้องจับประเด็นหลาย ๆ อย่างประกอบโดย ที่เราต้องตอบแบบอ้อม ๆ ไม่ได้ระบุเฉพาะเจาะจงว่ายินดีในคำติชมของลูกค้ำ

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 หลังจากที่ได้มีการดำเนินงานจัดทำเทคนิคการตอบคำถาม ข้อร้องเรียนจากลูกค้าใน Comment และ Inbox ผ่านช่องทาง Facebook Page ซึ่งสรุปผลโครงการได้ดังนี้

1) เพื่อศึกษากระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment โดยหลังจากดำเนินโครงการสหกิจศึกษาแล้วพบว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ กล่าวคือ กระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment ประกอบด้วย เข้า Facebook Page ของ AIS, เข้าระบบฐานข้อมูล Knowledge base center ซึ่งเป็นฐานข้อมูลของบริษัท, ลูกค้าแจ้งข้อมูลปัญหาต่างๆ และสอบถามข้อมูล ทาง Inbox และ Comment, ดำเนินการตอบลูกค้า, ตรวจสอบลูกค้าที่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง, บันทึก Activity ในโปรแกรมของบริษัท, จบการทำงาน

2) เพื่อศึกษาเทคนิคในการตอบ Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพโดยหลังจากดำเนินโครงการสหกิจศึกษาแล้วพบว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ กล่าวคือ ในการตอบ Inbox และ Comment ได้มีเทคนิคในการตอบเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในเรื่องที่ถาม และอธิบายข้อมูลได้อย่างครบถ้วน บางคำถามและคำติชม ต้องมีเทคนิคการตอบที่ลูกค้าเข้ามาด้วยอารมณ์ การตอบคำถามลูกค้ามีความรวดเร็วในการตอบลูกค้า สามารถจับประเด็นในเรื่องที่ลูกค้าถามได้อย่างเข้าใจและตรวจสอบคำตอบให้ถูกต้องในเรื่องที่ตอบ

5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ

1. ข้อจำกัดของการตอบคำถามลูกค้า ทางผู้จัดทำไม่สามารถตอบได้ทุกช่องทาง โดยสามารถตอบกลับผ่านทางที่บริษัทได้รับมอบหมายให้เท่านั้น

2. ลูกค้าไม่ให้ความร่วมมือหรือข้อมูลที่เพียงพอในการรับบริการ โดยไม่ได้ระบุปัญหาที่ชัดเจน ทำให้เกิดความล่าช้าในการรับเรื่อง เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกค้า

5.1.3 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้อื่น

1. ควรมีการเพิ่มหน้าที่รับผิดชอบผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น และสามารถทำได้หลายอย่างสามารถจบเรื่องได้ที่เราได้เลย ปัจจุบันมีแค่การรับเรื่องเบื้องต้นไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกที่จะดูแลลูกค้าได้

2. ควรจับประเด็นของลูกค้าให้ถูกต้องตามที่ลูกค้าได้แจ้งมา และดูแลปัญหาของลูกค้าให้

เสมือนเป็นปัญหาของตัวเอง ให้ลู่วงเกินความคาดหมายของลูกค้า ควรติดตามและดูแลอยู่เสมอทำให้ลูกค้าให้ความร่วมมือในการแก้ปัญหาของตัวเอง

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ฝึกทักษะในการจับประเด็นเกี่ยวกับการแจ้งปัญหาของลูกค้าที่แจ้งเข้ามาและมีการตอบกลับอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด
2. ได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีมเพราะ ในการทำงานต้องมีการประสานงานซึ่งกันและกันตลอดเวลาและต้องมีการอัปเดต ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของแต่ละวันภายในองค์กร
3. การทำงานในแต่ละวันต้องมีการกระตือรือร้น ในการขวนขวายข้อมูลใหม่ๆ ที่มีการอัปเดตในแต่ละวันขององค์กร ซึ่งองค์กรมีกิจกรรม และ โปรโมชันใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง
4. ในองค์กรได้มีการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดเวลาซึ่งเราต้องอ่านข้อมูลและข่าวสารทุกวันเพื่อเป็นแนวทางในการตอบลูกค้าให้ในการทำให้ลูกค้าเข้าใจในเรื่องที่สอบถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีการบริการใหม่ๆ
5. การทำงานในแต่ละวันต้องมีการรับอารมณ์กับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อสอบถาม และต้องมีความอดทนในการให้บริการกับลูกค้าเพราะต้องรักษาลูกค้าไว้
6. การทำงานในแต่ละวันต้องมีเป้าหมายในการทำงาน เพราะบริษัทมีการตั้งจำนวนเป้าหมายในการดูแลลูกค้าในแต่ละวัน ซึ่งต้องมีความอดทนในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ในการปฏิบัติงานนักศึกษาพบว่าลูกค้าไม่ให้ความร่วมมือในการแจ้งปัญหา ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการตรวจสอบและติดตามผล
2. ในการทำงานบริษัทกำหนดเป้าหมายการตอบในแต่ละวัน ว่าคนต้องทำงานให้ถึงยอดที่กำหนด แต่ในการทำงานยังใช้โปรแกรมได้ไม่ไต่มา และใช้แค่โปรแกรมเดียวซึ่งเป็นปัญหาในทำเป้าหมาย
3. การจับประเด็นในการตอบลูกค้าซึ่งยังจับประเด็นได้ไม่ชัดเจนและตอบไม่ได้ตรงประเด็น ส่งผลให้ล่าช้าในการประสานงาน

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

1. ต้องฝึกทักษะทางด้านภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการใช้คำพูดที่ถูกต้อง
2. ต้องฝึกการอ่านในการจับประเด็นให้เข้าใจและรวดเร็วเพราะจะได้แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้รวดเร็ว และถูกต้อง

3. ควรศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลภายในองค์กร เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความตั้งใจและใส่ใจในการทำงานและเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะไปปฏิบัติงานจริง



บรรณานุกรม

- กิตติยา ปลื้มจิตไพบุลย์. (2557). *แนวทางในการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สำหรับลูกค้าองค์กร ของ ธุรกิจอินเทอร์เน็ต*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- กนกนาถ รัตนทวี. (2552). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้การบริการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจ SMEs ประเภทอุตสาหกรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช*. เข้าถึงได้จาก www.doi.nrct.go.th.
- ปิยะนารถ สิงห์ชู. (2555). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก www.gotoknow.org.
- เมธาวิ สุริย์พงษ์. (2551). *แนวทางบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษา บริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่*. (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศตพล วรกำแหง. (2557). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์นี้เวียที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ต่อร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- สรภัส ดิยภรณ์พิพัฒน์. (2556). *การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.



ภาคผนวก ก

บทความวิชาการ

เทคนิคการตอบแชทลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ

Technique To Respond To Customers Effectively

ชัชณพพงศ์ ยอดวงศ์

ภาควิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

Email:i.golf@live.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาวิธีการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment 2) เพื่อศึกษาเทคนิคในการตอบ Inbox และ Comment อย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาเกิดจากลูกค้าแจ้งปัญหาในการใช้งาน และสอบถามรายละเอียดโปรแกรมผ่านช่องทางเพจ AIS พนักงานที่ทำหน้าที่ตอบ Inbox และ Comment ให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ใช้เวลานานในการตอบ ไม่รู้เทคนิคการตอบลูกค้าที่ถูกต้อง ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ ดังนั้นจึงจัดทำคู่มือเทคนิคการตอบลูกค้าทาง Inbox และ Comment ขึ้น หลังจากใช้คู่มือเทคนิคการตอบลูกค้าพบว่าสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ถูกต้อง ข้อร้องเรียนของลูกค้าลดลง มีความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังช่วยลดระยะเวลาในการเรียนรู้งานของพนักงานใหม่ได้อีกด้วย

Abstract

The objectives of this study were: 1) To study the process of company responses to the customer via inbox and comment; 2) To learn efficiency techniques to reply the customer through inbox and comment. The current problem is that customers are unsatisfied with incorrect responses, delay and improper in the responses. Therefore, the manual for techniques to respond to customers via inbox and comment was created, results found a decrease in complaints and an increase in customers satisfaction. In addition, the manual will help to reduce the training process of new employees as well.

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษากระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment

2. เพื่อศึกษาเทคนิคในการตอบ Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพ

ขอบเขตโครงการ

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเทคนิคการตอบ Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะบริษัท แอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด สาขา พหลโยธิน

3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ลูกค้าที่ส่งข้อความใน Comment และ Inbox

4. ขอบเขตด้านเวลา ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 – 30 สิงหาคม 2562 รวมเป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้รู้เทคนิคในการตอบลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า

2. ลูกค้าได้รับการตอบคำถามที่รวดเร็ว และถูกต้องมากขึ้น

3. พนักงานใหม่สามารถเรียนรู้เทคนิคการตอบคำถามใน Inbox และ Comment ได้อย่างรวดเร็ว

ขั้นตอนและวิธีในการดำเนินงาน โครงการสหกิจศึกษา

1. กำหนด โครงเรื่อง ที่ หลังจากที่ได้ปฏิบัติงานจริงมาระยะหนึ่งใน แผนก Social Contact Center

2. รวบรวมข้อมูลที่ได้รับและที่ได้ศึกษาไว้ในการตอบลูกค้าให้พึงพอใจ

3. ค้นหาเทคนิคการตอบลูกค้าให้รวดเร็วและจับประเด็นให้ลูกค้าเข้าใจง่าย

4. ดำเนินการนำเทคนิคที่ศึกษามาใช้ในการตอบลูกค้าให้ครบถ้วน และรวดเร็ว

5. สรุปผลการดำเนินงานของโครงการและเก็บรวบรวมตัวอย่างในการตอบลูกค้า

ผลการปฏิบัติตามโครงการ

จากการที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่ง Social Media Marketing ช่องทางของการติดต่อสื่อสารทางโซเชียลต่างๆ มีช่องทางที่หลากหลายในแผนก คือ

Facebook, Pantip, Twitter, E-Mail, Call Center ใน

ส่วนของผู้จัดทำได้เริ่มทำในส่วนของ ทางเพจ AIS Facebook ได้มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก และลูกค้า

สามารถใช้ช่องทางเพจ AIS แจ้งปัญหาในการใช้งาน

แจ้งสอบถามรายละเอียดโปรแกรมชั้นต่าง และสามารถสอบถามเรื่องอื่นๆ และข้อมูลทั่วไปได้ ในการรับเรื่อง

สรุปผล

1) เพื่อศึกษากระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment

โดยหลังจากดำเนินโครงการสหกิจศึกษาแล้วพบว่า

บรรลุตามวัตถุประสงค์ กล่าวคือ กระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ

Comment ประกอบด้วย เข้า Facebook Page ของ AIS, เข้าระบบฐานข้อมูล Knowledge base center ซึ่งเป็น

ฐานข้อมูลของบริษัท ,ลูกค้าแจ้งข้อมูลปัญหาต่างๆ และสอบถามข้อมูล ทาง Inbox และ Comment ,ดำเนินการ

ตอบลูกค้า ,ตรวจสอบลูกค้าได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ,บันทึก Activity ในโปรแกรมของบริษัท ,จบการทำงาน

2) เพื่อศึกษาเทคนิคในการตอบ Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพ โดยหลังจากดำเนิน

โครงการสหกิจศึกษาแล้วพบว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ กล่าวคือ ในการตอบ Inbox และ Comment ได้มีเทคนิค

ในการตอบเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในเรื่องที่ถาม และอธิบายข้อมูลได้อย่างครบถ้วน บางคำถามและคำติชม

ต้องมีเทคนิคการตอบที่ลูกค้าเข้ามาด้วยอารมณ์ การตอบคำถามลูกค้ามีความรวดเร็วในการตอบลูกค้า และตรวจสอบคำพูดให้ถูกต้องในเรื่องที่ตอบ

กิตติกรรมประกาศ

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษาที่บริษัท AIS Advance Contact Center ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ.2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตำแหน่ง Social Media Marketing ณ AIS Advance Contact Center สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพในอนาคต โดยได้รับความร่วมมือจาก AIS Advance Contact Center ได้สอน ได้เรียนรู้งาน และปัญหาที่พบในการทำงานในแผนกต่างๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และการสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. ดร.สมพร ปานยินดี อาจารย์ที่ปรึกษา
2. ธนากรณ์ ราชวง Supervisor social media

contact center

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นທີ່ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลสอนงานใน ด้านต่าง ๆ และให้ความรู้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

บรรณานุกรม

กิตติยา ปลื้มจิตไพบูรณ์. (2557). *แนวทางในการ*

พัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สำหรับลูกค้า

องค์กร ของธุรกิจอินเทอร์เน็ต .การค้นคว้า
อิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

กนกนาถ รัตนทวี. (2552). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการ*
ประยุกต์ใช้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ
ธุรกิจ SMEs ประเภทอุตสาหกรรมในจังหวัด
นครศรีธรรมราช. เข้าถึงได้จาก

www.doi.nrct.go.th.

ปิยะนารถ สิงห์ชู. (2555). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ .*

เข้าถึงได้จากwww.gotoknow.org.

เมธาวี สุริย์พงษ์. (2551). *แนวทางบริหารลูกค้า*
สัมพันธ์ กรณีศึกษา บริษัทผู้ให้บริการ
เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่. การค้นคว้าอิสระ
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศตพล วรกำแหง. (2557). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ*
ผลิตภัณฑ์นี้เวียที่มีผลต่อคุณภาพการ
ให้บริการ ต่อร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา .การค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

สรภัส ดิยภรณ์พิพัฒน์. (2556). *การบริหาร*

ความสัมพันธ์กับลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์
อิน โพรเซอรัวิสจำกัด. (มหาชน). การค้นคว้า
อิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ภาคผนวก ข

ข้อมูลไวนิต





โครงการสหกิจเรื่อง : เทคนิคการตอบแชทลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ

Project Title: Technique To Respond To Customers Effectively

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้างนี้ 1) เพื่อศึกษาวิธีการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment 2) เพื่อศึกษาเทคนิคในการตอบ Inbox และ Comment อย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาเกิดจากลูกค้าแจ้งปัญหาในการใช้งาน และสอบถามรายละเอียดโปรแกรมผ่านช่องทางเพจ AIS พนักงานที่ทำหน้าที่ตอบ Inbox และ Comment ให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ใช้เวลานานในการตอบ ไม่รู้เทคนิคการตอบลูกค้าที่ถูกต้อง ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ ดังนั้นจึงจัดทำคู่มือเทคนิคการตอบลูกค้าทาง Inbox และ Comment ขึ้น หลังจากใช้คู่มือเทคนิคการตอบลูกค้าพบว่าสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ถูกต้อง ข้อร้องเรียนของลูกค้าลดลง มีความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังช่วยลดระยะเวลาในการเรียนรู้งานของพนักงานใหม่ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษากระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบคำถามลูกค้าผ่าน Inbox และ Comment
2. เพื่อศึกษาเทคนิคในการตอบ Inbox และ Comment ที่มีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้รู้เทคนิคในการตอบลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า
2. ลูกค้าได้รับการตอบคำถามที่รวดเร็ว และถูกต้องมากขึ้น
3. พนักงานใหม่สามารถเรียนรู้เทคนิคการตอบคำถามใน Inbox และ Comment ได้อย่างรวดเร็ว



ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-นามสกุล : นาย ชัยณูพงศ์ ยอดวงศ์

รหัสนักศึกษา : 6004320005

คณะ : บริหารธุรกิจ

สาขาวิชา : การจัดการทั่วไป

ที่อยู่ : 798/30 เคอระริเงินโฮม บางซ้อน ซอย

กรุงเทพ-นนทบุรี 23/1 เขต บางซ้อ แขวง บางซ้อ

กรุงเทพ 10800

เบอร์โทร : 082 - 4978958

E- Mail : i.golf@live.com