

ความรู้เกี่ยวกับ CRM

CRM : Customer Relationship Management ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญในการตลาดสมัยใหม่ เป็นกลยุทธ์ที่ต้องคิด แต่วันนี้จะคุยเรื่องเทคโนโลยีซึ่งเป็น ส่วนสำคัญของ CRM ที่จะขับเคลื่อนให้ดำเนินการได้ ซึ่งเทคโนโลยีเราต้องอาศัย outsource ขับเคลื่อนเราต้องเข้าไปจัดการกระบวนการทำงานอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระบวนการของ CRM เป็นการนำเอาข้อมูลที่มีในกระบวนการมาใช้กำหนด แต่สิ่งที่ขาดจากมีความคิด มีการวิเคราะห์ ขาด Operational CRM คือการขับเคลื่อน CRM ผู้การทำงานที่ได้เปรียบอย่างไร ตัวนี้คือองค์ประกอบที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีมากมาย บริษัทมีไอทีอยู่แล้วแต่การขับเคลื่อนต้องอาศัย outsource มาช่วยซึ่งในแต่ละองค์ประกอบการของ CRM การจัดการด้าน Operational CRM คือ การขับเคลื่อน CRM ในองค์กร คือ การจะอย่างไรให้ลูกค้าอยู่ได้นาน ต่อไปคือการสร้างคุณค่าตลอดเวลาที่ลูกค้าอยู่กับเรา และลูกค้าปัจจุบัน ความหมายคือ ตั้งแต่ลูกค้าเดินมาหาเราจะมีกระบวนการกำหนดลูกค้าอย่างไร คนทุกคนหรือลูกค้าที่เข้ามาหาทุกรายไม่ใช่ Value หกบางคนเป็น Low Value บางคนเป็น High Valueแล้วจะอย่างไร จัดกลุ่มอย่างไร

หากลูกค้าเป็น Low Value ถามใจก่อนว่ารักเค้าไหม ถ้ารักก็เอาเข้ามาอยู่แล้วขยับขึ้น ถ้าไม่รัก ก็เอาออกเป็นสิ่งสำคัญมากคนดูแล CRM จะบอกว่า กว่าจะเอาเข้ามาแทบตายเอาออกซะแล้ว การที่เอาออกเป็นสิ่งที่ต้องมีกลยุทธ์ด้วย application คือ ระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหลาย เป้าของ CRM คือ สิ่งที่ต้องผสมผสานทั้งเทคโนโลยีกับคน เพราะใช้คนทำ CRM ไม่ได้ใช้เครื่องจักรมีหลายครั้งที่ผู้บริหารเห็นใช้ CRM ก็ไปซื้อระบบมา แต่ขาดเรื่องที่จะนำเทคโนโลยีไปใช้อย่างถูกต้อง การมองตรงนี้ คือ HR คนที่ดูแลมีความเข้าใจหรือไม่ สามารถขับเคลื่อนเทคโนโลยีไปตามเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ เป้าหมายคือ ต้องการ Value Customer ในการตลาด ปัจจุบันมักมองว่าดึงลูกค้าเข้ามามากๆ แต่ขาดลูกค้าที่เป็น Value จริงๆ ก็คือจะทำอะไรต้อง Provide ตามที่ลูกค้าต้องการจริงๆ หนีไม่พ้นเรื่องบริการ CRM เป้าหมายคือบริการ แต่ไม่ใช่บริการทุกอย่างที่ลูกค้าต้องการ แต่ต้องบริการตามที่บริษัทสามารถทำได้ very customization จะไม่เกิดขึ้น แนวคิดต้องเปลี่ยนมีวิธีการอย่างไรให้ลูกค้า มี Value เพิ่มขึ้น สิ่งที่ต้องเปลี่ยนอย่างไรให้พนักงานในบริษัทมีแนวคิดในการเพิ่มการซื้อของลูกค้า ด้วยทุกวิถีทางลูกค้าติดต่อมาถามว่า ใช้ของบริษัทเป็นอย่างไร ลองอันนี้ดีไหมนำเสนอก่อน สร้างประสบการณ์ลูกค้า เช่น ซื้อชალาเปาเพิ่มไหม นั่นคือเพิ่มประสบการณ์ลูกค้า

การบริหารจัดการ CRM อย่างเดียวโดยไม่มีการขายเลยจะไม่ประสบความสำเร็จ เพราะไม่สามารถทำให้สินค้าเกิดความแตกต่างชัดเจน Supply Management จึงเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นเรื่อง Cost selling การที่ขายข้ามกันคือการที่คุณทำพันธมิตรระหว่างบริษัทต่างๆ ให้ Value ลูกค้าสูงขึ้น คุณเข้าอินเทอร์เน็ตเฉพาะรายนี้ตลอดเวลา เพราะอันนี้ง่ายสุดเพราะ link ไปยังเจ้าอื่นๆ ได้ นั่นคือ Cost Sellingไม่ต้องจำมาก มาบริษัทนี้ซื้อของเป็นชุดแล้ว แต่อยากได้กระเป๋าก็หาได้โดยทำ Cost Selling อีกส่วนหนึ่งคือ ตัวพนักงานในกระบวนการ CRM สามารถทำให้พนักงานเข้าใจรายละเอียดลูกค้ามากขึ้น โอกาสในการปิดการขายได้ง่ายขึ้น มีโอกาสในการ

ผสมแพ็คเกจต่างๆ ง่ายขึ้นก็เป็นเป้าหมายของ CRM ส่วนหนึ่ง สุดท้ายพยายามรักษาลูกค้าปัจจุบันไว้ให้มาก เพราะเราสนใจส่วนครองลูกค้ามากกว่าส่วนครองตลาด

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ Logistics หนีไม่พ้นเรื่องกระบวนการด้านการตลาด CRM เป็นส่วนหนึ่งของการตลาดแต่ไม่ใช่การตลาด 100% มีหลายคนทำงาน CRM โดยมีพื้นฐานด้านการตลาดบางคนมีพื้นฐานด้านบริการ บางบริษัทตั้ง CRM ไปอยู่ในหน่วยงานไอที ถามว่าถูกหรือผิดต้องมองที่สุดท้าย ถ้าใช้ไอทีมากไป ก็จะมีปัญหาว่าสินค้าหรือบริการไม่สนอง เพราะมองแต่ตัวที่เป็นระบบแต่มอง Customer Service ปัญหาของ Marketing คือต้องสอนลูกค้าสม่ำเสมอหน้าที่ CRM เองเหมือนคุณมีลูกแล้ว ไม่ยอมโต หรือเป็นคนแก่ก็แก่มาก ไม่รู้เรื่องอะไรเลย คนที่ดูแล CRM ต้องมองลูกค้าเป็นแบบนี้ให้ข้อมูลสม่ำเสมอ ดังนั้น Information จะต้องเกิดขึ้นตลอดเวลาในเชิงของ CRM เพราะถ้าไม่ได้กระบวนการที่จะเกิดลูกค้าที่เราต้องการลูกค้าที่เป็น Value มากๆ ประเภทที่เรื่องมากที่สุดเป็นเทวดาต้องยอมรับ แต่ก็ต้องรับเพราะเป็น Value มากดังนั้นการจะซื้อใจก็ต้องให้ความรู้สม่ำเสมอและมากขึ้น จนลูกค้าบอกว่าอย่าให้มากนักเลย วันนี้เค้าเป็นลูกค้าเรา 10 ปีเป็นลูกค้าเรา ข้อมูลที่ให้ต้องสม่ำเสมอและมากขึ้นๆ มากขึ้น จนลูกค้าบอกว่าอย่าให้มากนัก ดังนั้นลูกค้าที่มี Value คือต้องการรับข่าวสารจริงๆ ถ้ามองในเชิงการขับเคลื่อน Logistics กับ CRM ระหว่างบริษัทในฐานะผู้ผลิตไปจนคนขายของ ถึงลูกค้าจะเห็นว่ามองภายในบ้านมี ERP คือหลังบ้านเรื่องการบริหาร การ Operation ทั้งหลายและส่วนที่เป็นสิ่งสำคัญของ ERP โดยเฉพาะเรื่อง Supply Chain แต่มีการเกี่ยวข้องอย่างไร CRM เกี่ยวข้องตั้งแต่ความต้องการเรากำลังบริหารความต้องการ จัดการความต้องการของลูกค้าคือทำอย่างไรให้ลูกค้าได้ในสิ่งที่ต้องการและได้เงินด้วย

การปฏิสัมพันธ์ CRM จะต้องมองในเชิงเข้ามาเกี่ยวข้องความต้องการและการตอบสนองสมดุลกันได้พอดี คือ เข้ากันได้ดีถ้าเราตามใจลูกค้าจนเกินไปก็เกิดปัญหา ต้องพอดีทั้งคู่ กระบวนการที่จะเจอ CRM คือการที่ลูกค้ามาติดต่อได้ทุกทาง ลูกค้าเป็นคนเสนอความต้องการอยากได้หลายอย่าง ทำอย่างไรให้ลูกค้าได้ข้อมูลเดียวกัน ช่องทางที่ CRM ให้ลูกค้าต้องมีมาก ต้องมองวิธีการสร้างองค์ประกอบ สร้างข้อมูลให้ทุกส่วนสำคัญ สามารถแก้ปัญหาได้ จะเป็น Customer Knowledge คือ ระบบที่จะรู้ลักษณะของลูกค้าได้หมดแล้วทุกส่วนที่เข้าไปเกี่ยวข้อง ก็เห็นเหมือนกันสามารถตอบความต้องการ ตอบปัญหาของลูกค้าได้ เชื่อมต่อระบบระหว่างกันได้ยิ่งเปิดทางมาก ก็ยังมีข้อมูลกับลูกค้ามากขึ้น

ปัจจุบันข้อมูลอยู่บน Web Base บางคนอยู่บน Internet ของตนเอง ก็คือ การต่อเชื่อเรียนรู้ ตรงนี้บริษัททำเองไม่หมดต้องแสวงหา outsource ทุกคนไม่ว่าจะเป็น Customer Service เป็น Sale Man ไม่ว่าจะอยู่บนถนน จะมี PDA ที่ดูข้อมูลลูกค้าได้ ทุกคนต้องยอมรับอุปกรณ์สำคัญมากคือ คอมพิวเตอร์เคลื่อนที่ที่ใช้ แลนค์ ไวเลส แลนค์ เข้าถึงบริษัท ได้ ข้อมูลจาก Smart Phone ช่องทางตรงนี้สามารถติดต่อกับลูกค้าได้ไม่ว่าจะอยู่ตรงไหน 360 องศา คือ มองทุกมุมในการติดต่อกับลูกค้า เมื่อก่อนอาจมีสมุดเล่มเดียว ลูกค้าเดินเข้ามาก็จดแต่เดี๋ยวนี้ไม่ใช่แล้ว

ในเชิง Marketing คือการคิดโปรแกรมแคมเปญต่างๆ ตามกลุ่มลูกค้าให้หลากหลาย คนเดียวคิดไม่พอ เพราะตลาดเปลี่ยนเร็ว คนอยู่ในตลาด Telecom ทุกวันต้องคิดโปรแกรมขึ้นมาตลอดแต่จะเสร็จหรือเปล่าอีกเรื่อง ต้องเอามาจากโมเดล Marketing Automation ต้องใช้ข้อมูลมากขึ้น สุดท้ายเป็นเรื่อง Analogical มองการวิเคราะห์ Data ทั้งหมด ที่มีอยู่ เครื่องมือในการนำมาวิเคราะห์ ในเรื่อง sellคือการกระตุ้นการขาย มีการอ้างอิงคู่มือการขาย

เดิม เป็นอย่างไร อย่าใช้แบบเดิม จะมีคนที่ เป็นมือโปรในการขายมากขึ้น เพราะมี Data ไว้ดูก่อนเสนอลูกค้า ดูข้อมูลเบื้องต้นก่อน จึงต้องมีระบบช่วยในการขายลูกค้าติดต่อมาไม่ว่าทางใดต้องมีข้อมูลช่วยในการขายได้เป็นการทำให้การขายจบได้เร็วขึ้น หรือการใช้วิธีเสนอไปก่อน ลองดูใหม่ การสาธิต ให้ฟรีไปก่อนยึดเยียดกันแต่ต้องรู้ว่า จะยึดเยียดอะไร หลายคนได้มากก็โยนทิ้ง หรือให้คนอื่นต่อ หน้าที่ของ CRM เป็นตัวที่เลือกอะไรให้ลูกค้า ตรงที่สุดหรือระบบช่วยให้ลูกค้ามีข้อมูลมากขึ้น โทรศัพท์หาใครก็ตามระหว่างพักสายมีเสียงขายของ โฆษณาสินค้า สร้างความเชื่อถือ สุดท้ายคือ Customer Serviceที่ใช้คือ web base หรือ Call Center เพราะบางคนชอบคุยกับคน ทำไมต้องมี Service Counter เพราะบางคนชอบเจอหน้า บางคนไม่เอาทั้งคนทั้งเครื่องอยากทำเองก็มี ทำให้โอกาสบริการมีหลากหลาย

สิ่งสำคัญ ตัว CRM จะเกี่ยวกับลูกค้าเป็นหลัก จะเกี่ยวกับ Sell Automation เพราะเป็น Customer Face To Face กับลูกค้า สัมผัสลูกค้าโดยตรง ส่วนหลังบ้านที่สำคัญคือ Data Base รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นเครื่องมือสำคัญ Sell Fort Automation ถือว่าเป็นการเปลี่ยนแนวคิดในองค์กรว่า ทุกคนเป็นคนขาย Sell สามารถ Order เสนอสินค้าได้ สามารถติดตามลูกค้าได้ มีข้อมูลเบื้องต้น ลูกค้าโทรมาสามารถบอกได้ เกี่ยวกับข้อมูลลูกค้า นั่นคือวิธีการในด้าน Contract Management ใช้กรณีลูกค้าติดต่อมาหรือ บริษัทติดต่อหาลูกค้า หากกลุ่มภาคหวัง ถ้าเป็น MLM หรือเป็นธุรกิจทั่วไปก็เป็นลูกค้าเป้าหมาย ระบบนี้จะช่วย หรือการจัดการลูกค้าแต่ละกลุ่ม SME Corporate ฯลฯ จะมีส่วนหนึ่งหรืออีกส่วนหาโอกาสในการขายทุกคนในบริษัทมีโอกาสในการขายหมด การซื้อของ ลูกค้าจะถามคนในบริษัท ถ้าคนในบริษัทบอกไม่รู้ ไม่ใช่หน้าที่

ต้องมีระบบช่วยในการขายลูกค้าติดต่อมาไม่ว่าทางใดต้องมีข้อมูลช่วยในการขายได้เป็นการทำให้การขายจบได้เร็วขึ้น หรือการใช้วิธีเสนอไปก่อน ลองดูใหม่ การสาธิต ให้ฟรีไปก่อนยึดเยียดกันแต่ต้องรู้ว่า จะยึดเยียดอะไร หลายคนได้มากก็โยนทิ้ง หรือให้คนอื่นต่อ หน้าที่ของ CRM เป็นตัวที่เลือกอะไรให้ลูกค้าตรงที่สุดหรือระบบช่วยให้ลูกค้ามีข้อมูลมากขึ้น โทรศัพท์หาใครก็ตามระหว่างพักสายมีเสียงขายของ โฆษณาสินค้า สร้างความเชื่อถือ สุดท้ายคือ Customer Serviceที่ใช้คือ web base หรือ Call Center เพราะบางคนชอบคุยกับคน ทำไมต้องมี Service Counter เพราะบางคนชอบเจอหน้า บางคนไม่เอาทั้งคนทั้งเครื่องอยากทำเองก็มี ทำให้โอกาสบริการมีหลากหลาย

สิ่งสำคัญ ตัว CRM จะเกี่ยวกับลูกค้าเป็นหลัก จะเกี่ยวกับ Sell Automation เพราะเป็น Customer Face To Face กับลูกค้า สัมผัสลูกค้าโดยตรง ส่วนหลังบ้านที่สำคัญคือ Data Base รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นเครื่องมือสำคัญ Sell Fort Automation ถือว่าเป็นการเปลี่ยนแนวคิดในองค์กรว่า ทุกคนเป็นคนขาย Sell สามารถ Order เสนอสินค้าได้ สามารถติดตามลูกค้าได้ มีข้อมูลเบื้องต้น ลูกค้าโทรมาสามารถบอกได้ เกี่ยวกับข้อมูลลูกค้า นั่นคือวิธีการ ต้องมองว่าลูกค้า คนจะติดต่ออย่างไร ไม่ให้รู้สึกรำคาญ โทรมาบ่อยจัง ต้องรู้ว่าลูกค้าแบบอยากให้ติดต่อ อยากให้โทรออก หรือไม่อยากให้โทรมาบ่อย ติดต่อช่วงเวลาไหน ต้องการรับข้อมูลแบบไหน ต้องให้ลูกค้ายอมรับแล้วค่อยส่งไปให้ แบบนี้คือ Personalize Information เราจะไม่ใช้ประเภทยิงทีเดียว ใครรับก็รับไป เหมือนงานเทศกาล ไม่เอาแบบนั้นเพราะต้องเลือก เพราะต้องเลือก เช่น Direct Mail ส่งไปแล้วก็ลุ่มใจ

เพราะลูกค้าไม่ติดต่อกลับ ถ้าใช้แบบเดิมไม่ได้ โอกาสการตอบกลับประมาณ 5 % เอง หรือ 3 % เอาใหม่ส่งไปโทรตาม

ลูกค้าบางคนได้ Mail แล้ววางไว้ที่โต๊ะ เปิดเรียบร้อยแล้ว แกล้งตอบไปว่า ส่งอะไรมาไม่รู้ไม่เห็น เราต้องบอกที่ส่งไปได้ประโยชน์อะไรบ้างลูกค้าเกิดความเสียหายให้ส่งมาใหม่ บริษัทบอกส่งไปแล้วไม่มีแล้ว ก็หาที่โต๊ะใหญ่ นี่คือ ลูกค้าที่ส่งจดหมายไปแล้วอย่าส่งซ้ำ ข้อมูลที่ส่งเป็นอย่างไร ลูกค้าสนใจหรือไม่ Automation ช่วยให้เราไม่ต้องส่งซ้ำๆ เลือกลูกค้าให้ส่งแมล์ โทรไปถาม ถ้าไม่ได้ก็ใช้วิธีการส่งกลับไปอีกรอบ อธิบายอีกรอบ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่คนไทยไม่ชอบอ่านหนังสือ ชอบคุย มีที่อ่านไปแล้ว กังงว่าจะเข้าใจตามที่ส่งมาถูกหมดหรือไม่ ต้องให้เพื่อนช่วยอ่าน เสร็จแล้วถึงจะเอาไปถามว่าพนักงานเข้าใจแบบนี้ถูกไหม คนไทยเป็นแบบนี้ส่งไปแล้วโทรตามด้วย ได้โอกาสในการคุยเป็น Marketing Automation อีกส่วนคือ Customer Service Support เป็นหัวใจที่ใช้ระบบ เรา รู้จัก Customer interruption Center แก้ปัญหาตลอด รับเรื่องตลอด มีเหตุการณ์ โทรศัพท์ระบบหนึ่งใช้ไม่ได้ สรรเสริญกันใหญ่ ไม่ใช่ เลยต้องโทรหาวิธีด่ากันไว้ก่อน Customer Service เป็นระบบที่ต้องหา เวลาทำ CRM ต้องสร้างคนในบริษัทขึ้นมาให้เข้าใจและทำงานประกบกับที่ปรึกษา แล้วต้องมีตัววัด ทำอย่างไรให้ลดต้นทุนการทำงานลงทำงานเร็วขึ้น ประโยชน์ของบริษัทมากขึ้นสามารถวัดได้ รักษาลูกค้าไว้ ทำ Cost Selling ถ้าเป็นบริษัทรถยนต์ เรื่องการสร้างพาร์ทเนอร์ชิพ คือ Supply Management ถ้าเป็นโรงงานก็เน้น Costing Retailing ก็เน้น Value ที่ลูกค้าได้ความคุ้มค่าในการซื้อแต่ละครั้งหรือรวมแล้วลูกค้าว่า ทั้งหมดเป็นแนวคิด CRM กว้าง แล้วใช้ระบบอะไรไปหาใครที่ช่วยเราได้ ขอบอกว่าอย่าเป็นมนุษย์อยาก ทำเท่าที่จำเป็นก็พอ
