

ตำราชุด  
แบบอย่างที่ดีเยี่ยมในการบริหาร

เล่ม ๓ ว่าด้วย

การเรียนรู้ลูกค้า

และสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า

โดย



ดร.วีรพจน์ ลือประสิทธิ์สกุล

# สารบัญ

## สารบัญรูป

แถลงการณ์ “แบบอย่างที่ดีเยี่ยมด้านการบริหาร”

### 1. หลักการ

- 1.1 หลักอริยสัจ
- 1.2 หลักการออกแบบและปรับปรุงกระบวนการ
- 1.3 หลักการด้านการตลาด

### 2. กระบวนการ

- 2.1 ดัชนีวัดคุณภาพของกระบวนการ
- 2.2 การวางแผนคุณภาพของกระบวนการ
- 2.3 กระบวนการและขั้นตอนปฏิบัติ

### 3. วิธีปฏิบัติและเครื่องมือ

- 3.1 เพื่อ รับรู้ความต้องการในอนาคตของลูกค้าได้ครบถ้วน
- 3.2 เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง
- 3.3 เพื่อ เป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ลูกค้าชื่นชอบ
- 3.4 เพื่อ สร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้มาก
- 3.5 เพื่อ ค้นพบลูกค้าได้มากและรักษาลูกค้าไว้ได้ยาวนาน

### 4. การพัฒนาความรู้และความเชี่ยวชาญของพนักงานขาย

- 4.1 จัดทำคู่มือบริหารกระบวนการปฏิบัติงานขาย
- 4.2 กำหนดแม่แบบความสามารถที่สำคัญของพนักงานขาย
- 4.3 ประชุมร่วมกันเป็นประจำ
- 4.4 ฝึกซ้อมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ
- 4.5 พัฒนาเครื่องมือช่วยเสริมสร้างความรู้ความเชี่ยวชาญในการขาย

### 5. ระบบบริหารภูมิปัญญาด้านการตลาด TQMSoft-CMI

### 6. ภาคผนวก ข้อมูลบริษัทที่เป็นแบบอย่างที่ดีเยี่ยม

- A-1 กลุ่มบริษัท S.K. Polymer จำกัด
- A-2 กลุ่มบริษัท RX จำกัด
- A-3 บริษัท อภิถิติอุตสาหกรรม จำกัด

# แนะนำ ตำราชุด Management Best Practices#3

## แบบอย่างที่ดีเยี่ยมในการบริหารกระบวนการเรียนรู้ลูกค้าและสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า

### ใครควรอ่าน-ต้องอ่าน

กลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย คือ เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ และ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและขาย ที่มีความพร้อมและความต้องการปรับปรุงกระบวนการด้านการตลาดและขายให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะ

หากพลาดหนังสือเล่มนี้ คุณกำลังจะพลาดโอกาส ที่จะสร้างความเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดดและอย่างยั่งยืน ให้แก่ธุรกิจอย่างมหาศาล ที่ซ่อนเร้นอยู่

### เนื้อหา

ตำราเล่มนี้ อธิบาย “กระบวนการและวิธีปฏิบัติ” ในการ “เรียนรู้ลูกค้าและสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า” ซึ่งได้รับการออกแบบ-นำไปปฏิบัติ-ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ จนถึงระดับที่เป็น “แบบอย่างและก่อเกิดประสิทธิผลที่ดีเยี่ยม” มาแล้ว ตามหลักอริยสัจ โดยใช้แนวคิดและเครื่องมือของทีคิวเอ็ม ในการประมวลความรู้เชิงวิชาการด้านการตลาด ความรู้จากประสบการณ์ในการนำไปปฏิบัติ และ ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นระหว่างการทบทวนเพื่อปรับปรุงประสิทธิผลของกระบวนการนี้ ของผู้บริหารระดับสูง-กลาง-ต้น ตลอดจน ผู้ปฏิบัติงานด้านการขายและการตลาด ในบริษัท อภิถิติอุตสาหกรรม จำกัด, กลุ่มบริษัท RX จำกัด, และ กลุ่มบริษัท S.K. Polymer จำกัด ในระหว่างปี พ.ศ.2549-2551 โดยผู้เขียนได้เข้าร่วมในฐานะที่ปรึกษาทีคิวเอ็มของบริษัททั้งสาม

ตำราเล่มนี้จึงมีใช้ ทฤษฎีทางการตลาด ที่เป็นนามธรรม ที่อ่านจนจบแล้วยังไม่รู้ว่าจะนำไปใช้ได้อย่างไร

### คุณประโยชน์คุ้มค่า

การนำเสนอเนื้อหา เน้นการใช้ผังภาพเป็นส่วนใหญ่ ประกอบคำอธิบายสั้นๆ กระชับ เข้าใจง่าย สามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้ทันที ผู้อ่านที่นำกระบวนการและวิธีปฏิบัติในหนังสือเล่มนี้ไปประยุกต์ใช้ จะก่อให้เกิดประสิทธิผลในการ **เพิ่มพูนความสามารถของบริษัทในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง และสามารถสร้างสรรค์คุณค่าให้แก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น**, นำมาซึ่ง **“ส่วนแบ่งซื้อจากเราของลูกค้าแต่ละราย” เพิ่มขึ้น, “อัตราส่วนกำไรต่อยอดขาย” สูงขึ้น, สามารถขยาย “ฐานลูกค้า” ได้กว้างขึ้น**, และ ส่งผลให้ **“ยอดขาย” เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน** ได้อย่างแน่นอน

### คุณภาพสมราคา

หนังสือเล่มนี้ได้รับการเข้าเล่มอย่างดีด้วยวิธีเย็บกึ่ง (เย็บด้วยเชือก) และ สันปกโค้งแบบอ่อน ทำให้ใช้งานได้นาน และ **เปิดได้กว้าง (เวลาถ่ายสำเนา)** โดยกระดาษไม่หลุดออกจากตัวเล่ม ภาพประกอบที่สำคัญในเล่มพิมพ์สีสี่เพื่อให้อ่านเข้าใจได้ง่าย มุ่งเจาะจงกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย คือ เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ และ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและขาย ที่มีความพร้อมและความต้องการปรับปรุงกระบวนการด้านการตลาดและขายให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะ จึงจัดพิมพ์ด้วยจำนวนจำกัดเพียง 1,500 เล่ม ทำให้ต้นทุนในการจัดพิมพ์ค่อนข้างสูง จึงจำเป็นต้องขายในราคา 500 บาทซึ่งแพงกว่าหนังสือทั่วไป แต่ ยังมีราคาถูกเมื่อเทียบกับตำราต่างประเทศและประโยชน์ที่จะได้รับอย่างคุ้มค่าจากการนำความรู้ในตำราเล่มนี้ไปใช้