



2 Day Workshop

Next Gen Service Excellence

อาจารย์เอกนรินทร์ เทพหัสดินทร์ ณ อยุธยา

ในยุคที่ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้นและคาดหวังการบริการที่รวดเร็ว เข้าใจง่าย และใส่ใจในความต้องการเฉพาะบุคคล องค์กรจึงไม่อาจมุ่งเพียงการให้บริการที่ถูกต้องในแต่ละจุดเท่านั้น แต่ต้องสามารถออกแบบประสบการณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง ตลอดเส้นทางของลูกค้า ตั้งแต่ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ เมื่อเกิดปัญหา จนถึงหลังรับบริการหลักสูตร Next-Gen Service Excellence จึงออกแบบขึ้นเพื่อพัฒนาผู้ให้บริการให้มีทั้ง Service Mind ความเข้าใจลูกค้า ทักษะการสื่อสาร การสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ และการรับมือกับปัญหาอย่างมืออาชีพ พร้อมต่อยอดสู่การสร้างความสัมพันธ์และความภักดีของลูกค้า โดยใช้ Customer Journey ขององค์กรเป็นแกนกลางในการเรียนรู้ ผ่าน Workshop และการทดลองปฏิบัติจริง เพื่อให้ผู้เรียนเห็นความเชื่อมโยงของทุกพฤติกรรมบริการ และสามารถนำไปยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์ของการอบรม

- เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการให้เข้าใจความคาดหวังของลูกค้ายุคใหม่ มีทัศนคติและทักษะการบริการที่สร้างความประทับใจ สามารถสื่อสาร เข้าใจความต้องการ รับมือกับปัญหา และดูแลความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ เพื่อนำไปสู่ความเชื่อมั่น การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ

สิ่งที่จะได้รับจากการอบรม

- ให้บริการด้วยแนวคิด Customer Centric และเข้าใจคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ
- พัง สังเกต และค้นหาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้
- สื่อสารอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และสร้างความเชื่อมั่น
- สร้างประสบการณ์ที่ดีและคิดเชิงรุกในจุดบริการสำคัญ
- รับมือกับข้อร้องเรียนและแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
- ติดตาม ดูแล และสร้างความสัมพันธ์ที่นำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ





2 Day Workshop

Next Gen Service Excellence

อาจารย์เอกนรินทร์ เทพหัสดินทร์ ณ อยุธยา

เนื้อหา/ประเด็นหลัก

วันที่ 1 : เข้าใจลูกค้าและสื่อสารให้เกิดความไว้วางใจ

Module 1: Next-Gen Service Mindset บริการด้วยใจ เข้าใจคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ

- การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้าในยุคดิจิทัลและ AI
- ลูกค้าคาดหวังอะไรจากการบริการที่ดีในปัจจุบัน
- ความแตกต่างระหว่างการทำตามหน้าที่" กับ การ "สร้างคุณค่าให้ลูกค้า
- "Customer Centric Mindset: คิดและตัดสินใจจากมุมมองของลูกค้า
- 3 Levels of Customer Value
- การออกแบบประสบการณ์ ณ จุด Touch Point

กิจกรรมการเรียนรู้

- Service Experience Reflection : แลกเปลี่ยนประสบการณ์การเป็นลูกค้าที่ประทับใจและไม่ประทับใจ
- Value Sorting Workshop : วิเคราะห์ว่าพฤติกรรมบริการใดสร้าง Basic, Expected และ Memorable Value
- Personal Commitment : ผู้เรียนกำหนดพฤติกรรมบริการ 1 เรื่องที่ตนเองต้องการเริ่มเปลี่ยนทันที

Module 2 : Understanding Customer เข้าใจความต้องการ

- ก่อนเสนอการบริการเนื้อหา Customer Psychology: Customer Emotion, Expectation and Decision Making
- สิ่งที่ลูกค้าพูด กับสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง
- กฎการสร้างความจริงใจ
- ทักษะการฟังอย่างตั้งใจเพื่อเข้าใจความต้องการเชิงลึก
- เทคนิคการตั้งคำถามเพื่อค้นหาปัญหา ความกังวล และความคาดหวังของลูกค้า

กิจกรรมการเรียนรู้

- Customer Persona Exercise: วิเคราะห์ลูกค้าจากกรณีตัวอย่าง
- Listening Lab: ฟังและจับประเด็นสำคัญจากเรื่องราวของลูกค้า
- Questioning Practice: ฝึกใช้คำถามเปิด คำถามเจาะลึก และคำถามเพื่อยืนยันความเข้าใจ
- Case Discussion: วิเคราะห์ว่า "ลูกค้าต้องการอะไรจริง ๆ" จากสถานการณ์บริการจริง



2 Day Workshop

Next Gen Service Excellence

อาจารย์เอกนรินทร์ เทพหัสดินทร์ ณ ออยุธยา

เนื้อหา/ประเด็นหลัก

วันที่ 1 : เข้าใจลูกค้าและสื่อสารให้เกิดความไว้วางใจ

Module 3: Communication that Builds Trust สื่อสารอย่างเข้าใจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น

- หลักการสื่อสาร 3V: Verbal, Vocal และ Visual
- Empathic Communication: สื่อสารให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการรับฟังและเข้าใจ
- เทคนิคการอธิบายข้อมูล ขั้นตอน และเงื่อนไขให้ลูกค้าเข้าใจง่าย
- การสื่อสารเชิงบวกในสถานการณ์ที่ลูกค้าลังเล ไม่พอใจ หรือมีข้อกังวล
- ข้อควรระวังในการสื่อสารที่อาจทำลายความรู้สึกของลูกค้าโดยไม่ตั้งใจ

กิจกรรมการเรียนรู้

- Language Makeover: เปลี่ยนคำพูดเชิงปฏิเสธหรือคำพูดเชิงเทคนิค ให้เป็นภาษาที่ลูกค้าเข้าใจและรู้สึกดี
- Role Play: ฝึกสื่อสารกับลูกค้าในสถานการณ์หลากหลาย พร้อมรับ Feedback จากวิทยากรและเพื่อนร่วมกลุ่ม

Follow-up ระหว่างวันที่ 1 และวันที่ 2 Service Practice Mission

ภารกิจของผู้เรียน

ให้ผู้เรียนเลือกสถานการณ์บริการจริงอย่างน้อย 2 เคส และนำทักษะจาก Module 1-3 ไปทดลองใช้ โดยบันทึกสั้น ๆ ตามประเด็นต่อไปนี้

- ลูกค้ารายนี้มีความต้องการหรือความกังวลอะไร
- ฉันใช้วิธีฟัง สังเกต และตั้งคำถามอย่างไร
- ฉันสื่อสารอะไรที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจหรือรู้สึกดีขึ้น
- ลูกค้าตอบสนองอย่างไร
- สิ่งที่ได้ผลดี และสิ่งที่ต้องปรับปรุงในการให้บริการครั้งต่อไปกับบาทของหัวหน้างานหรือ Buddy

แนะนำให้เว้นระยะระหว่างการอบรมวันที่ 1 และวันที่ 2 ประมาณ 1-2 สัปดาห์ เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสดลองใช้จริงในงาน





2 Day Workshop

Next Gen Service Excellence

อาจารย์เอกนรินทร์ เทพหัสดินทร์ ณ อยุธยา

เนื้อหา/ประเด็นหลัก

วันที่ 2: สร้างประสบการณ์ แก้ปัญหา และรักษาลูกค้า

Module 4 : Creating Memorable Customer Experience เปลี่ยนทุกจุดบริการให้เป็นความประทับใจ

- ทบทวนบทเรียนจาก Service Practice Mission และกรณีจริงของผู้เรียน
- Customer Experience คืออะไร และแตกต่างจากการบริการทั่วไปอย่างไร
- Moment of Truth: ช่วงเวลาที่ส่งผลต่อความรู้สึกและการตัดสินใจของลูกค้า
- Peak-End Rule: การสร้างช่วงเวลาที่ดีที่สุดและจุดจบที่ลูกค้าจดจำ
- การคิดเชิงรุกในงานบริการ : มองเห็นความต้องการก่อนที่ลูกค้าจะร้องขอ
- การออกแบบ Touchpoint ให้สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน และใส่ใจ
- การทำงานร่วมกันของทีมเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ต่อเนื่อง

กิจกรรมการเรียนรู้

- Case Clinic: ถอดบทเรียนจาก Service Practice Mission
- Touchpoint Mapping Workshop: ระบุจุดบริการที่สำคัญ จุดเสี่ยง และโอกาสสร้างความประทับใจ
- Proactive Service Challenge: ออกแบบวิธีช่วยเหลือลูกค้าเชิงรุกจากสถานการณ์จริง
- Team Improvement Plan: เลือก 1 จุดบริการที่ทีมจะปรับปรุงร่วมกัน

Module 5 : Service Recovery, Relationship and Loyaltyแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ สร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

1. Service Recovery and Complaint Handling

- ลูกค้าคาดหวังอะไรเมื่อเกิดปัญหา
- จิตวิทยาของลูกค้าที่ต้องรอ หรือรู้สึกว่าไม่ได้รับความเป็นธรรม
- หลักการรับมือข้อร้องเรียนอย่างมืออาชีพ
- 4 Principles of Service Recovery
 - รับฟังและแสดงความเข้าใจ
 - รับผิดชอบและขอโทษอย่างเหมาะสม
 - เสนอทางเลือกหรือแนวทางแก้ไข
 - ติดตามผลและยืนยันความมั่นใจของลูกค้า
- เทคนิค APEOO: Apologize – Point – Evidence – Option – Outcome
- การตัดสินใจหน้างาน การส่งต่อเคส และการประสานงานโดยไม่ทำให้ลูกค้าต้องเล่าเรื่องซ้ำ



2 Day Workshop

Next Gen Service Excellence

อาจารย์เอกนรินทร์ เทพหัสดินทร์ ณ ออยุธยา

เนื้อหา/ประเด็นหลัก

Module 5 : Service Recovery, Relationship and Loyalty แก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ สร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

2. Relationship and Loyalty

- ความสำคัญของการดูแลลูกค้าหลังการบริการ
- การติดตามหลังบริการอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในกรณีที่ลูกค้าเคยพบปัญหา
- การจดจำความต้องการและบริบทสำคัญของลูกค้า เพื่อสร้างการบริการที่มีความหมายเฉพาะบุคคล
- การสื่อสารเชิงรุกเพื่อแจ้งข้อมูล เสนอความช่วยเหลือ และป้องกันปัญหาก่อนกระทบลูกค้า
- การเปลี่ยนลูกค้าที่พึงพอใจให้เป็นลูกค้าที่กลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อ
- การใช้ Voice of Customer จากคำชม ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน เพื่อพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมการเรียนรู้

- Complaint Handling Role Play: ฝึกสถานการณ์ลูกค้าไม่พอใจ ลูกค้ารอคอย และลูกค้าร้องเรียน
- Recovery Decision Workshop: วิเคราะห์ว่าเรื่องใดแก้ได้ทันที เรื่องใดควรส่งต่อ และต้องสื่อสารอย่างไร
- Loyalty Action Design: ออกแบบวิธีติดตามและดูแลลูกค้าหลังบริการจากบริบทงานจริง
- Individual Action Plan: ผู้เรียนกำหนดพฤติกรรมบริการ 1 เรื่อง และแนวทางพัฒนาจุดบริการ 1 เรื่องที่จะนำไปใช้ภายใน 30 วัน

รูปแบบการอบรม

บรรยายและทำกิจกรรมกลุ่มตลอดหลักสูตร

จำนวนผู้เข้าอบรม

30 ท่าน/รุ่น