

# 1 Day Workshop Collaborative CUSTOMER CENTRICITY

อาจารย์ (ดร.) จิรตา ภัทรวรวิศิษฐ์



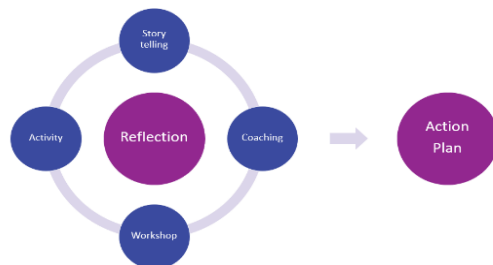
ในโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนในการใช้ชีวิตมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าอาจมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไป ทำให้หลายๆ สินค้าและบริการที่เคยตอบโจทย์ลูกค้า ในอดีตนั้น ไม่ได้สามารถตอบโจทย์ลูกค้าในปัจจุบันได้ การดำเนินธุรกิจด้วย Customer Centricity (มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง) จะมุ่งเน้นการการให้บริการ โดยมุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ในทุกจุดสัมผัสอย่างไร้รอยต่อ (Seamless) สร้างความประทับใจ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความรักต่อสินค้า (Loyalty) อย่างยั่งยืน ด้วยการเข้าใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ (Customer Persona) และออกแบบเส้นทางการสัมผัสบริการของลูกค้า (Customer Journey) เพื่อส่งมอบคุณค่าต่อลูกค้าได้สูงสุด และตอบสนองเป้าหมายองค์กร เพื่อสร้างความสำเร็จอย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์ของการอบรม

- ผู้เข้าอบรมมีทัศนคติเชิงบวกในการทำงานบริการด้วยการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
- ส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ โดยมุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า
- สามารถออกแบบเส้นทางการสัมผัสบริการของลูกค้า (Customer Journey) เพื่อส่งมอบคุณค่าต่อลูกค้าได้สูงสุด

## แนวทางการฝึกอบรม

- Storytelling การเล่าเรื่องเพื่อให้เกิดภาพจำ และบรรยายเพื่อเข้าใจได้ง่าย
- Group Coaching เพื่อให้เกิดการถกคิด มองเห็นเป้าหมาย วิธีการ และลงมือทำ
- Workshop เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกฝน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน
- Activity ที่สนุกสนาน เพื่อสร้างความเข้าใจและบรรยากาศเชิงบวก
- Reflection การสะท้อนเพื่อเรียบเรียงชุดความรู้
- Action Planning ออกแบบการนำไปใช้ในสไตส์ของตนเอง



# 1 Day Workshop Collaborative CUSTOMER CENTRICITY

อาจารย์ (ดร.) จิรา ภัทรวรวิศิษฐ์



## หัวข้อในการเรียนรู้

### HEAD : แนวคิดการบริการโดยมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

- ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมลูกค้า ในยุค Digital
- ความแตกต่างของ Product-centric / Brand-Centric / Customer-centric
- ความสำคัญของการสร้างประสบการณ์ลูกค้า
- ตระหนักถึงคุณค่าในการทำงาน (Meaningful Work) เพื่อส่งมอบคุณค่าต่อลูกค้า

### HEART : เข้าใจลูกค้าเพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุด

- จิตวิทยาการบริการลูกค้ายุคใหม่ (Psychology of Service)
- ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของเราคือใคร (Customer Persona)
- เข้าถึงใจลูกค้าด้วยเครื่องมือ Empathy Map
- ออกแบบ Customer Journey Map เพื่อเข้าใจลูกค้า และพัฒนาการบริการให้ไร้รอยต่อ และลด Pain Point

### HAND : สร้างความร่วมมือเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

- การสร้างความปลอดภัยทางใจ (Psychological Safety) เพื่อส่งเสริมบรรยากาศแห่งความคิดสร้างสรรค์
- การฟังอย่างเข้าใจ (Empathic Listening) เพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงาน
- การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ ลดความขัดแย้งในการทำงานร่วมกัน

กลุ่มเป้าหมาย – ผู้เข้าอบรม

\_\_\_พนักงาน – หัวหน้างาน\_\_\_

ระยะเวลาการอบรม

\_\_\_ 1 วัน \_\_\_

1 วัน 09.00 – 16.00 น.