ภาระหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ ผู้แทนจำหน่าย

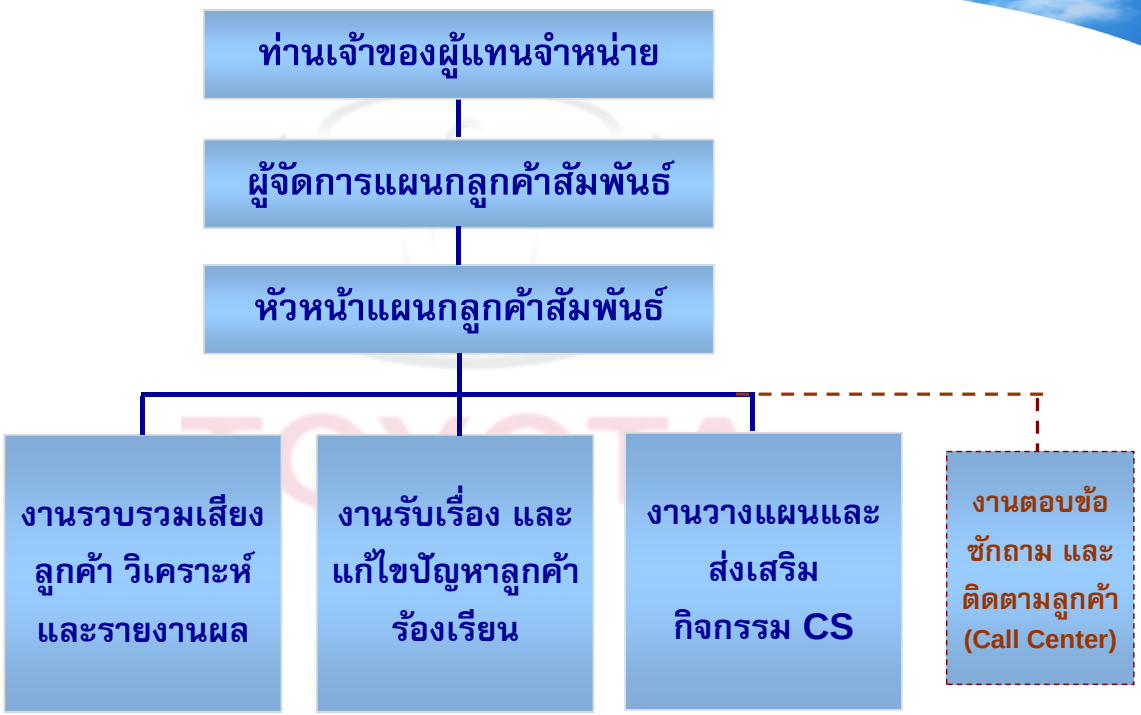
ฝ่ายส่งเสริมความพึงพอใจลูกค้า
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

หน้าที่ของลูกค้าสัมพันธ์ภายในผู้แทนจำหน่าย

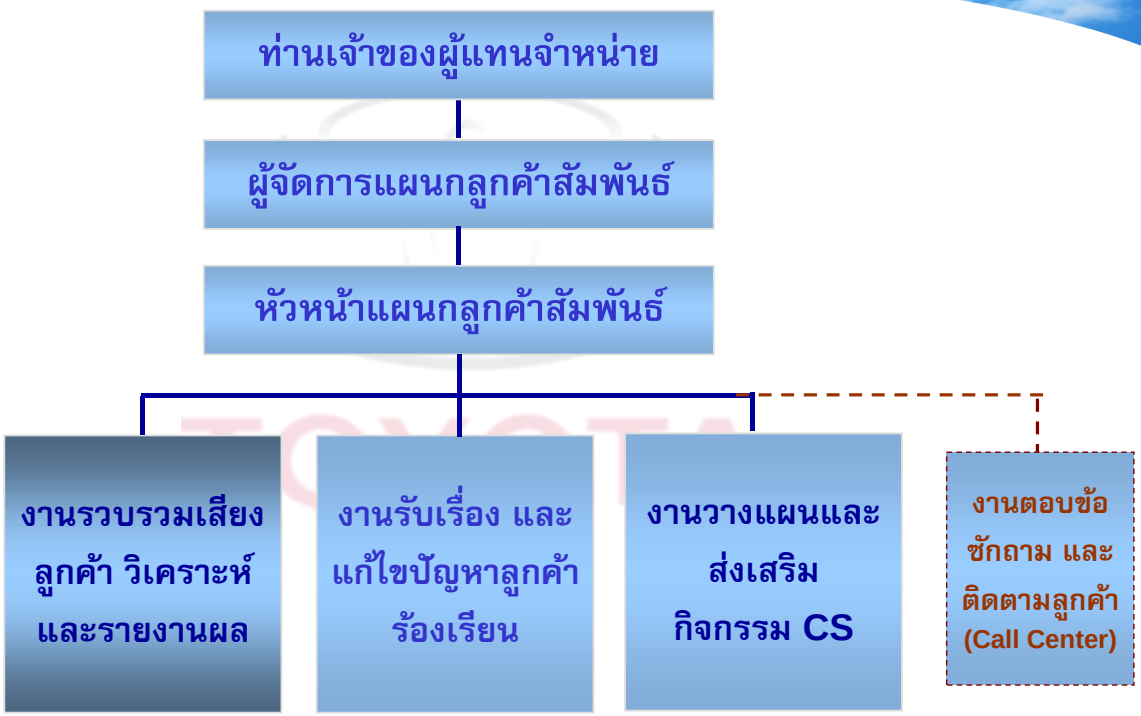
ปัจจุบัน ท่านต้องรับผิดชอบงานเหล่านี้หรือไม่ ?

- พนักงานต้อนรับ ?
- พนักงานบริการเสิร์ฟกาแฟ ?
- เลขานุการของทุก ๆ ฝ่าย ?
- พนักงานจัดทำรายงาน และเอกสารต่าง ๆ ?
- พนักงานรับโทรศัพท์ (Operator) ?
- ประชาสัมพันธ์ประจำบริษัท ?

แผนภูมิองค์กรลูกค้าสัมพันธ์ผู้แทนจำหน่าย



ผังองค์กรลูกค้าสัมพันธ์ผู้แทนจำหน่าย



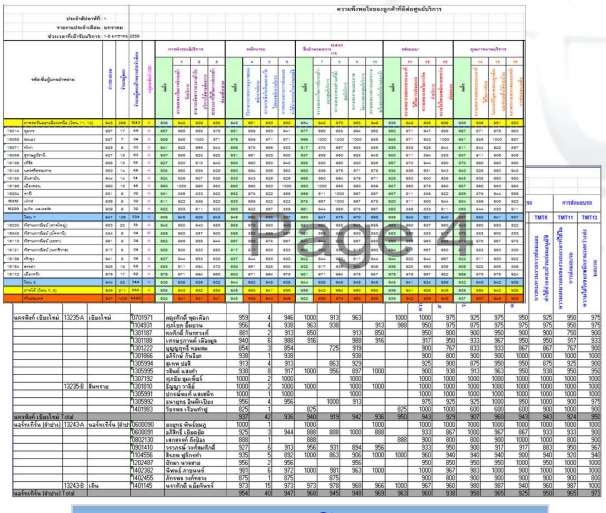
งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์ และรายงานผล

ภารกิจหลัก : ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าภายในผู้แทนจำหน่าย ประกอบกับนำผลรายงานจากการสำรวจของ TMT มาร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ และปรับปรุง พร้อมหาแนวทางป้องกันแก้ไข

- รวบรวมเสียงของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เช่น การสำรวจของ TMT, การสำรวจภายในโดยผู้แทนจำหน่ายดำเนินการเอง
- จำแนกประเภทของข้อมูล เพื่อความสะดวกในการติดตามและแก้ไขปัญหา
- วิเคราะห์ข้อมูลค่าความพึงพอใจลูกค้า พร้อมรายงานข้อมูลให้กับเจ้าของผู้แทนจำหน่ายและผู้จัดการแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบในการประชุม CS Obeya ทุกเดือน
- ติดตามแนวทางการปรับปรุง, ความก้าวหน้า และรายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงปัญหาที่ทำการแก้ไขแล้วให้แผนกที่เกี่ยวข้องทราบ

งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์ และรายงานผล

☝ รวบรวมเสียงของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เช่น การสำรวจของ TMT, การสำรวจภายในโดยผู้แทนจำหน่ายดำเนินการเอง



การสำรวจโดย TMT

การสำรวจโดยผู้แทนจำหน่าย

งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์ และรายงานผล

☝ *จำแนกประเภทของข้อมูล เพื่อความสะดวกในการติดตามและแก้ไขปัญหา*

- แยกตามด้านที่สำรวจ ได้แก่ ด้านขาย ด้านบริการ และด้านงานซ่อมตัวถังและสี
- แยกตามรายสาขา
- แยกตามประเภทพนักงาน
- แยกตามรายหัวข้อกลยุทธ์

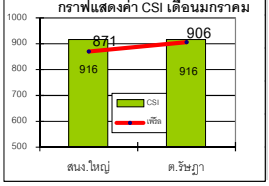
CS PROMOTION DEPARTMENT

งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์ และรายงานผล

☝ *วิเคราะห์ข้อมูลค่าความพึงพอใจลูกค้า พร้อมรายงานข้อมูลให้กับเจ้าของ ผู้แทนจำหน่าย และผู้จัดการแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบในการประชุม CS Obeya ทุกเดือน*

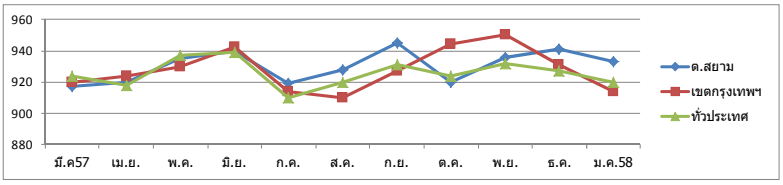
เป้าหมาย CS ด้านบริการ ≥ 900 คะแนน

ด้านบริการ	ธันวาคม	เดือน มกราคม				
		สนญ.	สาขา	รวม	กรุงเทพฯ	ประเทศ
CSI รวม (เต็ม 1,000 คะแนน)	919	871	906	888	907	916
จำนวนผู้ตอบ	42	3	3	6	159	1,274
การแนะนำศูนย์บริการให้แก่ผู้อื่น	931	900	900	900	891	906
แนวโน้มที่จะใช้บริการที่ศูนย์ต่อไป	955	900	967	933	932	933



แนวโน้มค่า CS

แนวโน้มค่า CS แยกตามรายสาขา



ค่า CSI ของพนักงานขาย

พนักงานขาย	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
กัญญา	99.8	85.3	97.0	100.0	94.3	99.3	99.6	100.0	99.3	-	98.1	**98.7**
ณรงค์พร	95.2	99.0	96.5	90.5	96.5	97.9	100.0	99.0	98.0	-	99.3	**99.0**
พรมงคล	100.0	93.4	96.8	98.6	100.0	94.6	98.8	78.5	98.8	-	96.5	**95.6**
พรรณสลี	-	-	-	-	-	98.4	100.0	-	99.3	98.3	100	**98.3**

เปรียบเทียบผลรายบุคคล

CS PROMOTION DEPARTMENT

งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์ และรายงานผล

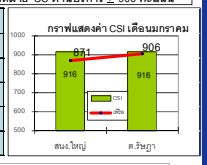
วิเคราะห์ข้อมูลค่าความพึงพอใจลูกค้า พร้อมรายงานข้อมูลให้กับเจ้าของ ผู้แทนจำหน่าย และผู้จัดการแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบในการประชุม CS Obeya ทุกเดือน

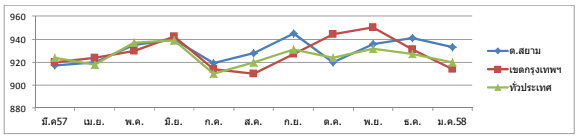
CS OBEYA Room

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โตโยต้าสยาม ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด
สรุปผล CSI ด้านบริการ
เดือน มกราคม 2558

เป้าหมาย CS ด้านบริการ ≥ 900 คะแนน

ด้านบริการ	ธันวาคม	เดือน มกราคม				
		สนญ.	สาขา	รวม	กรุงเทพฯ	ประเทศ
CSI รวม (เต็ม 1,000 คะแนน)	919	871	906	888	907	916
จำนวนผู้ตอบ	42	3	3	6	159	1,274
การแนะนำศูนย์บริการให้แก่ผู้อื่น	931	900	900	900	891	906
แนวโน้มที่จะใช้บริการที่ศูนย์ต่อไป	955	900	967	933	932	933





หัวข้อที่ได้คะแนนต่ำ

โตโยต้าสยาม (รวม)	
รายละเอียดหัวข้อ 5 อันดับต่ำสุด	คะแนน (เต็ม1,000)
1. ความพอใจในขั้นตอนการจ่ายเงิน (ข้อ 17)	833
2. ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ (ข้อ 25)	833
3. การอธิบายรายละเอียดของงานซ่อม / ค่าใช้จ่าย (ข้อ 16)	850
4. ความสะอาดของรถหลังการซ่อม (ข้อ 18)	850
5. ความพร้อมของอะไหล่ที่มีไว้บริการ (ข้อ 22)	850

สำนักงานใหญ่		สาขา	
รายละเอียดหัวข้อ 5 อันดับต่ำสุด	คะแนน	รายละเอียดหัวข้อ 5 อันดับต่ำสุด	คะแนน
1. ปัญหาจากเสียงรบกวน (ข้อ 31)	767	1. ความพร้อมของอะไหล่ที่มีไว้บริการ (ข้อ 22)	833
2. การอธิบายรายละเอียดของงานซ่อม / ค่าใช้จ่าย (ข้อ 16)	800	2. ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ (ข้อ 25)	833
3. ความพอใจในขั้นตอนการจ่ายเงิน (ข้อ 17)	800	3. การติดตามหลังการซ่อม (ข้อ 26)	833
4. ความสะอาดของรถหลังการซ่อม (ข้อ 18)	833	4. ความสะดวกสบายในห้องรับของลูกค้า (ข้อ 11)	850
5. การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นกับรถ (ข้อ 20)	833	5. กริยามารยาท/การแต่งการของพนักงานรับรถ (ข้อ 3)	867

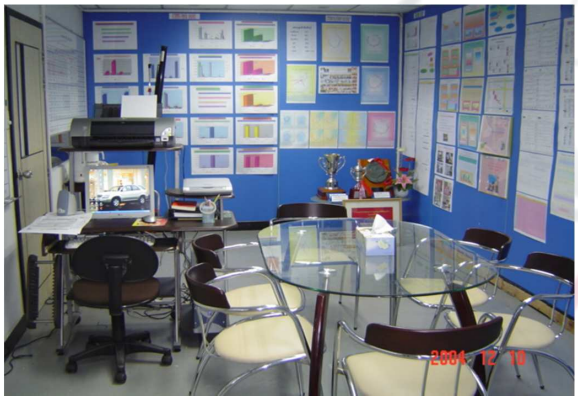
รับทราบ

KMR

สนญ.	สาขา	สนญ.	สาขา	สนญ.	สาขา
ฝ่ายบริการ		ฝ่ายอะไหล่		ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	

งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์ และรายงานผล

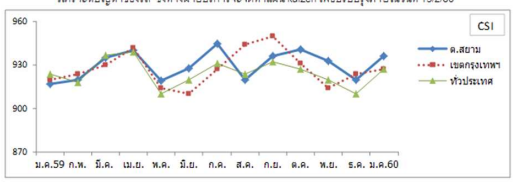
วิเคราะห์ข้อมูลค่าความพึงพอใจลูกค้า พร้อมรายงานข้อมูลให้กับเจ้าของ ผู้แทนจำหน่าย และผู้จัดการแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบในการประชุม CS Obeya ทุกเดือน



นำเสนอข้อมูลแบบ Visualize

1. รายงานการวิเคราะห์ค่าCSI ประจำเดือนมกราคม 2560

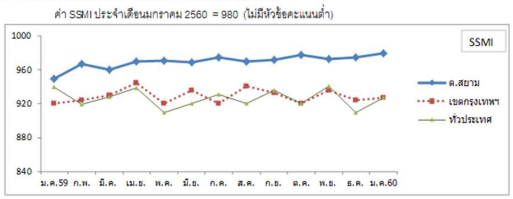
ค่า CSI ประจำเดือนมกราคม 2560 = 936 โดยมีหัวข้อต่ำสุดอยู่ที่การติดตามหลังการซ่อม และการวิเคราะห์ปัญหาของรถ ซึ่งทางฝ่ายบริการจะจัดทำแผน kaizen เพื่อปรับปรุงภายในวันที่ 15/2/60



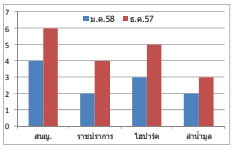
หัวข้อที่มีคะแนนต่ำสุด	ม.ค.60	ธ.ค.59	
15. การวิเคราะห์ปัญหาของรถถูกต้องและครบถ้วน	890	900	-10
A1. การติดตามหลังการซ่อม	867	915	-48

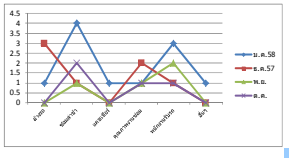
2. รายงานการวิเคราะห์ค่าSSMI ประจำเดือนมกราคม 2560

ค่า SSMI ประจำเดือนมกราคม 2560 = 980 (ไม่มีหัวข้อคะแนนต่ำ)



รายงานสรุปและวิเคราะห์เสียงของลูกค้าจากการสำรวจด้านบริการ ประจำเดือนมกราคม 2558





CS PROMOTION DEPARTMENT

งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์ และรายงานผล

ติดตามแนวทางการปรับปรุง, ความก้าวหน้า และรายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงปัญหาที่ทำการแก้ไขแล้วให้แผนกที่เกี่ยวข้องทราบ

การจัดประชุมเพื่อรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลและหาแนวทางปรับปรุง

วิเคราะห์ 5 อันดับต่ำสุดค่าดัชนีความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการ (เดือนมกราคม 2558)

สาขา	เป้าหมาย	CSI	หัวข้อ CSI.	วิเคราะห์ปัญหา / สาเหตุ	แนวทางดำเนินการแก้ไข	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา
B	1000	863	* หัวข้อที่ 26 - การติดตามหลังซ่อม	ปัญหา - แก้ไขแล้วยังเกิดอาการอยู่เนื่องจากทางหัวหน้าช่างไม่ได้ทำการทดสอบรถกับลูกค้าโดยตรง	การแก้ไข - ให้หัวหน้าช่างทำการทดสอบรถกับลูกค้าโดยตรง เพื่อจะได้แจ้งให้ลูกค้าทราบถึงปัญหาและวิธีบำรุงรักษารถให้ลูกค้าทราบ	T/A ช่าง	กุมภาพันธ์
	1000	888	* หัวข้อที่ 20 - การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นกับรถ	ปัญหา - ลูกค้าแจ้งว่าซ่อมมาไม่ชัดเจนจึงทำให้ทางหัวหน้าช่างวิเคราะห์ได้ยากต่อการแก้ไข	การแก้ไข - ทาง S/A จะต้องสอบถามถึงปัญหาของลูกค้าอย่างละเอียด เพื่อง่ายต่อการแก้ไขรถให้ตรงจุด	S/A T/A	กุมภาพันธ์

CS PROMOTION DEPARTMENT

ผังองค์กรลูกค้าสัมพันธ์ผู้แทนจำหน่าย

- ท่านเจ้าของผู้แทนจำหน่าย
  - ผู้จัดการแผนกลูกค้าสัมพันธ์
    - หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์
      - งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์และรายงานผล
      - งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน
      - งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS
      - งานตอบข้อซักถาม และติดตามลูกค้า (Call Center)

CS PROMOTION DEPARTMENT

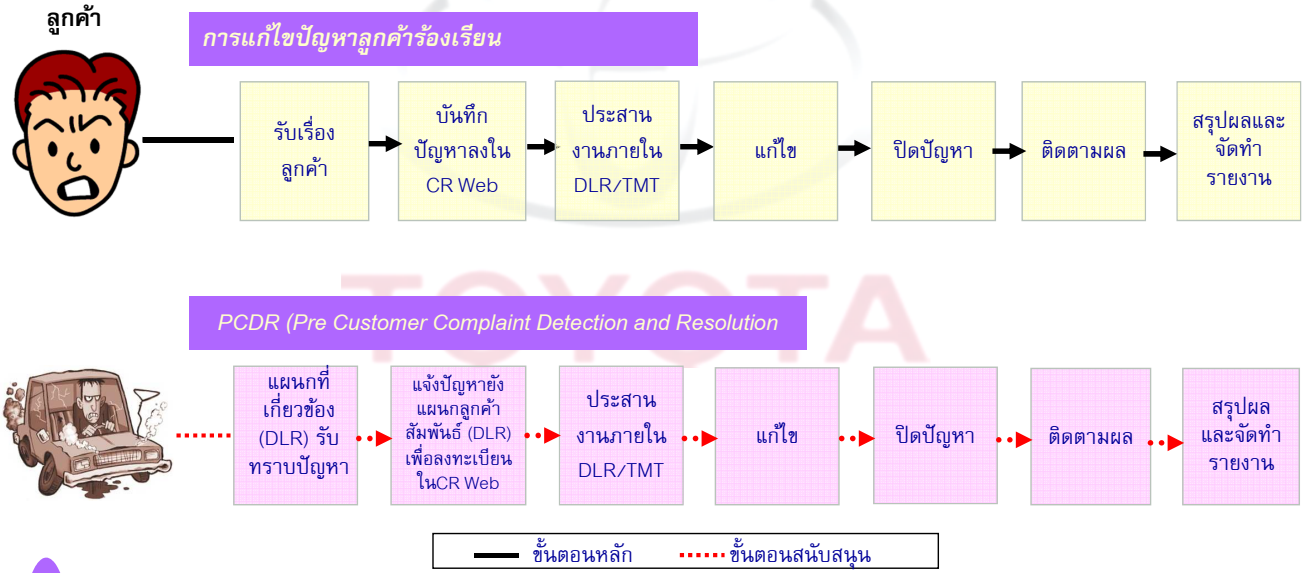
งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

ภารกิจหลัก : ดำเนินการตอบข้อซักถาม รับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

- *การตอบกรณีข้อซักถามทางโทรศัพท์ จดหมาย โทรสาร E-mail และการสอบถามโดยตรงที่แผนกลูกค้าสัมพันธ์*
- *การประสานงาน และการแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน*
  - *7 ขั้นตอนในการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน*
  - *การเฝ้าระวังกรณีปัญหาลูกค้าร้องเรียนภายในผู้แทนจำหน่าย (PCDR)*
- *สรุปและวิเคราะห์ปัญหาลูกค้าร้องเรียนภายในผู้แทนจำหน่าย พร้อมรายงานท่านเจ้าของฯ และแผนกที่เกี่ยวข้องในการประชุม CS Obeya ประจำเดือน*
- *จัดประชุมกลุ่ม เพื่อปรับปรุงแก้ไขและหามาตรการป้องกันไม่ให้ปัญหาเกิดขึ้นอีก*

งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

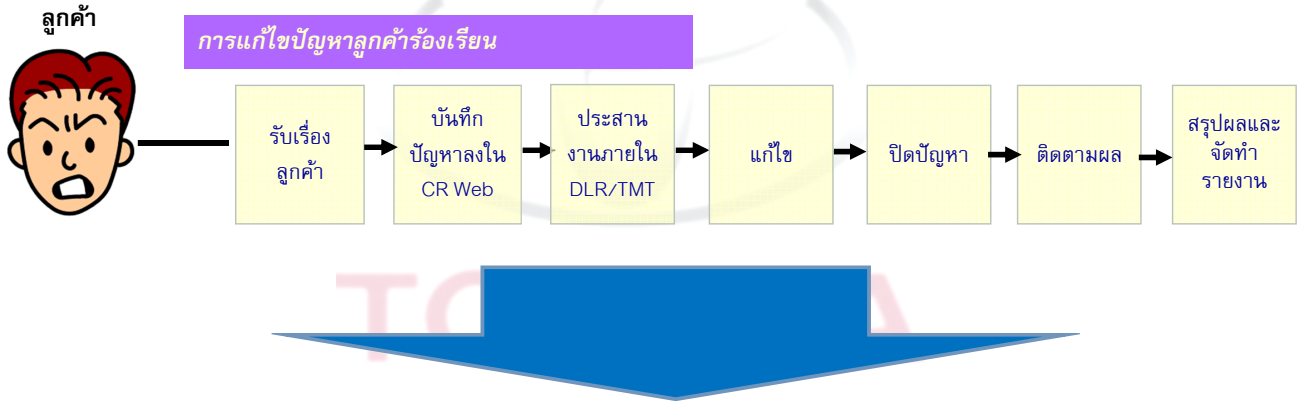
ขั้นตอนการปฏิบัติงานลูกค้าสัมพันธ์ผู้แทนจำหน่ายส่วนงานแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน



CS PROMOTION DEPARTMENT

งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานลูกค้าสัมพันธ์ผู้แทนจำหน่ายส่วนงานแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน



7 ขั้นตอนในการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

การประสานงาน และการแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

7 ขั้นตอนในการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

ขั้นตอนที่ 1 : การรับเรื่องลูกค้าร้องเรียน

- **รับเรื่องลูกค้าร้องเรียนด้วยความรวดเร็ว**
- **เป็นนักฟังที่ดี**
- **ใส่ใจในสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน**
- **ตอบสนองลูกค้าด้วยความสุภาพ และบุคลิกภาพที่ดี**
- **ไม่ตอบสนองการเรียกร้องของลูกค้าที่ไม่เป็นเหตุเป็นผล และปราศจากการวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่แท้จริง**
- **จดและบันทึกรายละเอียดของลูกค้าให้ได้มากที่สุด**
- **ทำความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าเรียกร้องและความต้องการ**

งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

การประสานงาน และการแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

7 ขั้นตอนในการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

ขั้นตอนที่ 2: การรับฟังด้วยตา และหู

ขั้นตอนที่ 3 : การสืบข้อเท็จจริง และหาสาเหตุของปัญหา

ขั้นตอนที่ 4 : การประเมินระดับความรุนแรงของข้อร้องเรียนและการตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 5 : การอธิบายข้อตกลงให้แก่ลูกค้า

ขั้นตอนที่ 6 : การติดตามลูกค้า

ขั้นตอนที่ 7 : การพิจารณา และสะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ได้เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาซ้ำ

CS PROMOTION DEPARTMENT

งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานลูกค้าสัมพันธ์ผู้แทนจำหน่ายส่วนงานแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

PCDR (Pre Customer Complaint Detection and Resolution

แผนกที่เกี่ยวข้อง (DLR) รับทราบปัญหา → แจ้งปัญหายังแผนกลูกค้าสัมพันธ์ (DLR) เพื่อลงทะเบียนในCR Web → ประสานงานภายใน DLR/TMT → แก้ไข → ปิดปัญหา → ติดตามผล → สรุปผลและจัดทำรายงาน

PCDR (Pre Customer Complaint Detection & Resolution)

CS PROMOTION DEPARTMENT

งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

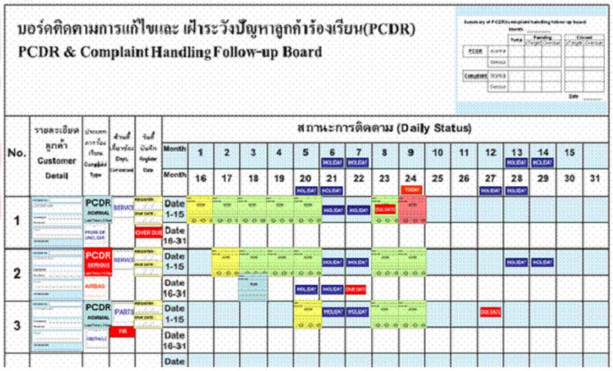
การประสานงาน และการแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

PCDR (Pre Customer Complaint Detection & Resolution)

คือ การตรวจสอบและกำหนดปัญหาลูกค้าร้องเรียนที่เกิดขึ้นภายในผู้แทนจำหน่าย ด้วยกลวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วเพื่อมิให้ปัญหาทวีความรุนแรงขึ้น

ประกอบด้วยเกณฑ์พิจารณา 4 ข้อ คือ

1. ปัญหาไม่ชัดเจน
2. แนวทางการแก้ไขไม่ชัดเจน
3. ผู้รับผิดชอบต่อปัญหาไม่ชัดเจน
4. มีอุปสรรคในการแก้ไขปัญหา



งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

การประสานงาน และการแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

ขั้นตอนการปฏิบัติ PCDR

1. แผนกลูกค้าสัมพันธ์รับปัญหาที่เข้าข่าย PCDR จากหน่วยงานภายในผู้แทนจำหน่าย
2. ลงทะเบียนปัญหาและรายละเอียดต่าง ๆของลูกค้าลงผ่านระบบ CR ตั้งแต่ขั้นตอนรับเรื่องจนจบกรณีปัญหา
3. ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของแผนกที่เกี่ยวข้อง (Dlr.) / ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง(TMT) เพื่อทำการแก้ไขด้วยตนเอง
4. แก้ไขปัญหา
5. ยุติปัญหาลูกค้าร้องเรียน แต่ถ้าไม่สามารถปิดกรณีปัญหาได้ แผนกลูกค้าสัมพันธ์ต้องประสานงานร่วมกับ Support team (ทีมสนับสนุน) เพื่อให้คำปรึกษาและหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่อไป
6. ติดตามผลการแก้ไข

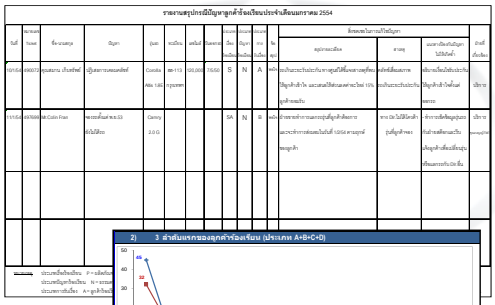
หมายเหตุ ระยะเวลาสำหรับปิดกรณีปัญหาธรรมดาภายใน 5 วัน และกรณีปัญหาพิเศษภายใน 15 วัน

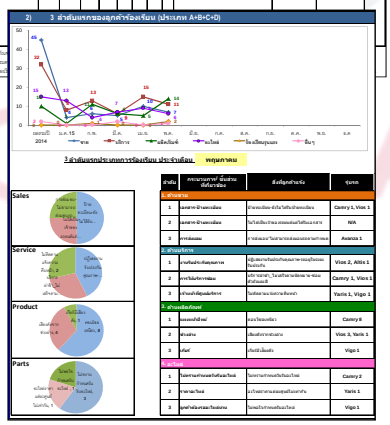
CS PROMOTION DEPARTMENT

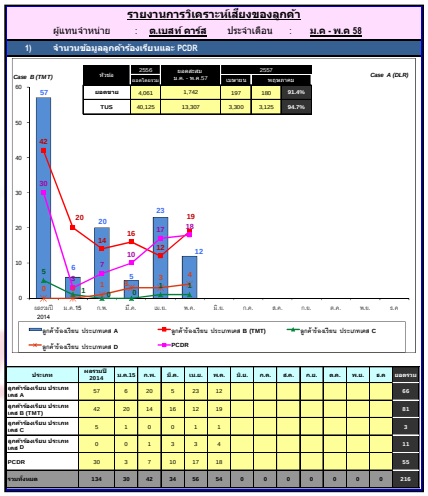
งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

สรุปและวิเคราะห์ปัญหาลูกค้าร้องเรียนภายในผู้แทนจำหน่าย พร้อมรายงานท่านเจ้าของฯ และแผนกที่เกี่ยวข้องในการประชุม CS Obeya ประจำเดือน

- สรุปปัญหาลูกค้าร้องเรียน ประจำเดือน
- วิเคราะห์ปัญหา การแก้ไข และแนวทางการป้องกันการเกิดปัญหาซ้ำ
- จัดทำรายงานสรุปผลและการวิเคราะห์และเวียนเอกสารไปยังผู้บริหารและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- รายงานผู้บริหารในการประชุม CS Obeya ประจำเดือน
- ประชุมกลุ่มเพื่อหาแนวทางปรับปรุงและสรุปผลดำเนินการ







จัดประชุมกลุ่ม เพื่อปรับปรุงแก้ไขและหามาตรการป้องกันไม่ให้ปัญหาเกิดขึ้นอีก

CS PROMOTION DEPARTMENT

ผังองค์กรลูกค้าสัมพันธ์ผู้แทนจำหน่าย

- ท่านเจ้าของผู้แทนจำหน่าย
  - ผู้จัดการแผนกลูกค้าสัมพันธ์
    - หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์
      - งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์และรายงานผล
      - งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน
      - งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS
      - งานตอบข้อซักถาม และติดตามลูกค้า (Call Center)

CS PROMOTION DEPARTMENT

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

ภารกิจหลัก : วางแผนการดำเนินกิจกรรม CS ภายในผู้แทนจำหน่าย และดำเนินกิจกรรมตามนโยบายโครงการส่งเสริม CS ของ TMT โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การสร้างความพึงพอใจลูกค้า

- การวางแผน และจัดทำแผนงานลูกค้าสัมพันธ์ประจำปี, แผนงานทบทวนรายครึ่งปี และแผนงานสรุปประจำปี
- การจัดประชุม CS Obeya และติดตามความก้าวหน้าร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องในหัวข้อที่เกี่ยวกับ CS ภายในผู้แทนจำหน่าย
- ดำเนินกิจกรรมสร้าง และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
- รักษามาตรฐานดำเนินการและดำเนินกิจกรรมส่งเสริม CS ให้พนักงานภายในผู้แทนจำหน่าย
- สนับสนุน และเข้าร่วมโครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ TMT กำหนดขึ้น

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

การวางแผน และจัดทำแผนงานลูกค้าสัมพันธ์ประจำปี

- จัดประชุมร่วมกันภายในเพื่อวางนโยบายและทิศทางการดำเนินกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ และกิจกรรม CS ประจำปี
- ลงรายละเอียดกิจกรรมในแผนงานประจำปี
- นำเสนอผู้บริหารเพื่อเซ็นอนุมัติ
- จัดประชุมแถลงนโยบายประจำปีและเวียนเอกสารให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ

CS PROMOTION DEPARTMENT

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

การวางแผน และจัดทำแผนงานลูกค้าสัมพันธ์ประจำปี

- ดำเนินการตามแผนโดยกำหนด KPI หลัก คือ การวัด Process และ Result
- ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินการ (แผนทบทวนครึ่งปี และแผนสรุปปลายปี)
- กำหนด SOP ในกิจกรรมที่สัมฤทธิ์ผล และ/หรือทบทวน

  เพื่อปรับปรุงในกระบวนการที่เกิดปัญหา

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

การจัดประชุมโอเบยะและติดตามความก้าวหน้าเกี่ยวกับ CS ภายในผู้แทนจำหน่าย

- วางแผนกำหนดวัน เวลา และจัดเตรียมสถานที่ในการจัดประชุม
- กำหนดวาระการประชุม, กลุ่มเป้าหมายการประชุม, เนื้อหาการประชุมตามวาระ
- นัดหมาย และจองเวลาผู้บริหารระดับสูงล่วงหน้า
- ร่างและส่งจดหมายเชิญผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่าน (อย่างน้อย 2 สัปดาห์ก่อนการประชุม)
- จดบันทึกการประชุมตามวาระ โดยมีมติตามวาระอย่างชัดเจน
- จัดทำรายงานการประชุม และเวียนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ
- การประชุมโอเบยะ ควรจัดอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

CS PROMOTION DEPARTMENT

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

การจัดประชุมโอเบยะและติดตามความก้าวหน้าเกี่ยวกับ CS ภายในผู้แทนจำหน่าย

ตัวอย่างวาระการประชุม

1. กล่าวเปิดการประชุมโดยประธาน (เจ้าของ/KMR)
2. รายงานความเคลื่อนไหว CSI, SSMI และจุดอ่อน
3. รายงานสรุปกรณีปัญหาลูกค้าร้องเรียน, PCDR และงบประมาณพิเศษ
4. รายงานแผนกิจกรรม CS หรือความก้าวหน้าของกิจกรรม
5. รายงานผลดำเนินการของแต่ละฝ่าย
6. ร่วมอภิปราย และวิเคราะห์
7. คำแนะนำของประธาน / สรุป
8. ปิดการประชุม

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

ดำเนินกิจกรรมสร้าง และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

- ส่งมอบรถใหม่ร่วมกับแผนกขาย
- จัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า และปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันเสมอ
- ติดตาม และส่งจดหมายขอบคุณลูกค้าทั้งช่วงหลังการขาย และหลังการเข้ารับบริการ
- จัดส่งการ์ดอวยพรเนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิดลูกค้า, เทศกาลปีใหม่
- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงการให้บริการ และช่องทางติดต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์
- จัดกิจกรรมขอบคุณลูกค้าตามโอกาสเหมาะสม
- ให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน และองค์กรต่าง ๆ

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

☝ *รักษามาตรฐานดำเนินการและดำเนินกิจกรรมส่งเสริม CS ให้พนักงานภายในผู้แทนจำหน่าย*

- ดำเนินงานลูกค้าสัมพันธ์ให้ผ่านระดับมาตรฐานงานลูกค้าสัมพันธ์ TECR ระดับ 5 ดาว และรักษาระดับไว้อย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาบุคลากรภายในองค์กรผู้แทนจำหน่ายให้มีจิตสำนึกในการสร้าง CS และให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรม CS เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า
- ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับ CS และติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้ทันกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

TECR

TEDAS Innovative

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

☝ *สนับสนุน และเข้าร่วมโครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ TMT กำหนดขึ้น*

- โครงการ **Customer Delight** เช่น การออกรอบ **(Genba)** ด้านขาย บริการ และอะไหล่
- โครงการ You are the FACE of Toyota
- การแข่งขันทักษะการขายและการบริการลูกค้า (**Skill Contest**)
- อบรมหลักสูตรลูกค้าสัมพันธ์โตโยต้า

CUSTOMER DELIGHT

You are the FACE of Toyota

CS PROMOTION DEPARTMENT

งานรวบรวมเสียงลูกค้า วิเคราะห์ และรายงานผล

- รวบรวมเสียงลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เช่น จากการสำรวจของTMT หรือ Dlr.
- จำแนกประเภทข้อมูล
- วิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงานสรุปประจำเดือน
- รายงานผู้บริหารในการประชุมประจำเดือน / Obeya
- ประชุมกลุ่มเพื่อหาแนวทางปรับปรุงและสรุปผลดำเนินการ
- ทำแผนป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ

งานรับเรื่อง และแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียน

- ลูกค้าร้องเรียน / PCDR
- บันทึกข้อมูลใน CR Web (เปิด → ปิดเคส)
- สรุปข้อมูลลูกค้าร้องเรียนประจำเดือน พร้อมวิเคราะห์ปัญหา การแก้ไข และแนวทางการป้องกันการเกิดปัญหาซ้ำ
- วิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงานสรุปประจำเดือน
- รายงานผู้บริหารในการประชุมประจำเดือน / Obeya
- จัดประชุมกลุ่มเพื่อปรับปรุง
- ทำแผนป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ

งานวางแผนและส่งเสริมกิจกรรม CS

- การวางแผน และจัดทำแผนงานลูกค้าสัมพันธ์
  - -แผนงานลูกค้าสัมพันธ์ประจำปี
  - -แผนงานทบทวนรายครึ่งปี
  - -แผนงานสรุปประจำปี
- ประสานงานจัดประชุม CS Obeya ภายในผู้แทนจำหน่าย
- ดำเนินกิจกรรมสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
  - -ส่งมอบรถใหม่กับฝ่ายขาย
  - -ติดตาม/ส่งจัดหมายขอบคุณลูกค้า
  - -ส่งการ์ดอวยพรในโอกาสต่าง ๆ
  - -ทำสื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
  - -กิจกรรมขอบคุณลูกค้า
  - -สนับสนุนกิจกรรมชุมชน/องค์กร
- รักษามาตรฐานTECR และดำเนินกิจกรรมส่งเสริม CS ภายในองค์กร
- สนับสนุนและเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ที่ TMT กำหนด

ขอบคุณ และสวัสดี