



องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

Dairy Farming Promotion Organization Of Thailand

คู่มือมาตรฐานการบริการ

ฝ่ายการตลาดและการขาย

ประจำปีงบประมาณ 2568



สารบัญ	หน้า
หลักการบริการ (service)	4
คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี	5
คุณลักษณะภายในใจ	6
หลักในการให้บริการ	6
กลยุทธ์การให้บริการที่ประทับใจ	6
คุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ให้บริการ (บุคลากรในสำนักงาน)	7
มาตรฐานการให้บริการ	7
มาตรฐานการรับโทรศัพท์	8
หัวใจการบริการ	8
การสร้างหัวใจนักบริการ	9
ประเภทการบริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย	9
- การบริการด้านการตลาด	
- การบริการด้านการขายและการตลาด	
- การบริการการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)	
องค์ประกอบของการบริการ	11
- การเข้าใจความต้องการของลูกค้า	
- การวางแผนการให้บริการ	
- การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร	
- การสร้างความไว้วางใจ การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า	
- การตรวจสอบและปรับปรุงการให้บริการ	
ขั้นตอนการรับบริการ	11
- การจัดการข้อร้องเรียน	
- การจำหน่ายสินค้า	
เกณฑ์การประเมินการให้บริการ	12

คำนำ

คู่มือ “การบริการ” ฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมวิธีหลักการ การให้บริการที่ดี น่าประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย สังกัด กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานที่ต้องประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร หน่วยงานของรัฐ บริษัทห้างร้าน ผู้ประกอบการ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ฯลฯ ที่มาติดต่อ ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ในด้านการบริการด้านการตลาดและการขายถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ การประเมินผลสามารถทำได้โดยการประเมินผล จากการตอบสนองความต้องการและยินดีให้บริการทุกหน่วยงานตลอดจนผู้รับบริการต้องกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ฝ่ายการตลาดและการขาย หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับใช้และให้บริการและหวังว่า “คู่มือการบริการ” ฉบับนี้เป็น ประโยชน์อย่างยิ่งและเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติ หาก “คู่มือการบริการ” ฉบับนี้ผิดพลาดประการใดกราบขอ อภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

แผนกบริหารการตลาด กองการตลาด

ฝ่ายการตลาดและการขาย

รวบรวมและจัดทำ

1. หลักการบริการ (service)

การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดีผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์กร อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรเบื้องหลังความสำเร็จของทุกงาน มักจะมีงานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นงานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการต่างๆ ตลอดทั้งความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับซึ่งจะต้องช่วยกันขับเคลื่อนพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ จนเกิดเป็น “การบริการที่ดี”

จิตบริการ

- เวลาทุกนาทีมีค่าสำหรับผู้รับบริการ
- การให้บริการที่ดีเริ่มจากการให้บริการที่ดีกับคนในองค์กรก่อน
- การให้บริการที่เกินความคาดหวังเป็นที่สุดของการบริการ
- การให้บริการที่ดีส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

หลักการรับฟัง...ด้วยใจ

- เปิดใจที่จะรับฟัง
- ให้เกียรติผู้พูด
- ตระหนักถึงความสำคัญของผู้พูด
- ฟังอย่างมีสติ
- ฟังเสียงโดยปราศจากอคติ
- ฟังด้วยความใส่ใจและอย่างจริงใจ
- ฟังโดยรับรู้สาระได้อย่างถูกต้องตรงตามที่คุณพูดต้องการสื่อสาร
- ฟังโดยรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้พูดอย่างถูกต้องตรงสภาพความเป็นจริง
- รับฟังโดยไม่ขัดตัดตอนการสื่อสาร
- มีคุณธรรมและจริยธรรมในการรับฟัง

หลักการสื่อความ...ด้วยใจ

- เปิดใจที่จะสื่อความ
- ให้เกียรติต่อผู้ฟังเสมอ
- คิดก่อนพูดเสมอ
- ถ่ายทอดด้วยความจริงใจ
- มีความสามารถในการจัดการอารมณ์
- ใช้ภาษาเป็นและเหมาะสม
- สื่อความข้อมูลที่จริงและมีคุณภาพมีพฤติกรรมการสื่อความที่แสดงความเป็นมิตรและเป็นกันเอง
- สื่อความโดยไม่ขัดตัดตอนการสื่อสารมีคุณธรรมและจริยธรรมในการสื่อความ

2. คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี

การให้บริการนั้นเป็นหน้าที่ในชีวิตประจำวันที่ทุกคนต้องปฏิบัติฉะนั้นหากเราต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมต่อตัวเราตลอดเวลา เราก็จะต้องปรับปรุงและเสริมสร้างคุณลักษณะของเราให้เป็นที่ถูกอกถูกใจผู้อื่นและที่สำคัญคือต้องถูกใจตนเองด้วย คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีควรประกอบไปด้วย

2.1 คุณลักษณะทางกาย คือ เป็นประการด้านแรกของการให้บริการเพราะลูกค้าจะสัมผัสเราโดยการมองเห็นก่อน ฉะนั้น การมีบุคลิกภาพที่ดีมีการแสดงออกที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ต้องกระทำก่อนการมีบุคลิกภาพที่ดีนั้น ต้องดีทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งทั้ง 2 ประการมีสาระที่น่าสนใจ ดังนี้

ก. บุคลิกภาพภายนอก ได้แก่

- ร่างกายสะอาด
- แต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะ
- ยิ้มแย้มแจ่มใส
- กิริยาอ่อนน้อม รู้จักที่จะไหว้ให้เป็นและสวย

ข. บุคลิกภาพภายใน ได้แก่

- กระตือรือร้น
- รอบรู้
- เต็มใจและจริงใจ
- ความจำดี
- มีปฏิภาณไหวพริบ
- มีความรับผิดชอบ
- มีอารมณ์มั่นคง

2.2 คุณลักษณะทางวาจา นับเป็นคุณลักษณะที่มีความจำเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะปัญหาของการให้บริการส่วนใหญ่จะเกิดจากการสื่อสารระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการดังนั้นหากสามารถนำคุณลักษณะทางวาจาที่ดีมาใช้ได้มากปัญหาการบริการก็จะลดลง ซึ่งคุณลักษณะทางวาจาที่เหมาะสมมี ดังนี้

- พูดจาไพเราะอ่อนหวาน
- รู้จักให้คำชมตามโอกาสอันสมควร
- ใช้ถ้อยคำภาษาให้ถูกต้อง
- ใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับผู้ฟังและสถานการณ์
- พูดชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย
- หลีกเลี่ยงการตำหนิและนินทา
- รู้จักหักทลายผู้อื่นก่อน

■ อย่าลืมใช้คำว่า “สวัสดีขอโทษและขอบคุณ” นอกจากการไหว้จากดังที่กล่าวแล้ว เสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของผู้ที่ประสบความสำเร็จในงานบริการก็ต้องเป็นผู้ฟังที่ดี ซึ่งมีหลักปฏิบัติดังนี้

- ฟังด้วยความเต็มใจ สนใจและใส่ใจ
- อย่าปล่อยให้อคติเข้ามารบกวน
- จับความให้ได้และตอบรับอย่างมีจังหวะ
- ถามคำถามและตรวจสอบความเข้าใจ
- อย่าขัดจังหวะ

3. คุณลักษณะภายในใจ สุดยอดของการให้บริการก็คือบริการด้วยหัวใจ ซึ่งขอหยิบยกคุณลักษณะที่เป็นพื้นฐานในเรื่องนี้ ดังต่อไปนี้

■ รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา กล่าวคือเมื่อเราต้องการแต่สิ่งดีๆ เราก็ควรจะมอบสิ่งดีนั้นให้แก่ผู้อื่นด้วย ในทางกลับกันถ้าเราไม่ต้องการสิ่งที่ไม่ดีเราก็ไม่ควรปฏิบัติเช่นนั้น

■ ให้บริการผู้อื่นประดุจคนรักของตน ถ้าเรานึกถึงได้ว่าเมื่อเรามีคนรักและอยู่ในห้วงแห่งความรักนั้น เราปฏิบัติต่อคนรักเราฉันใด เราก็ควรปฏิบัติต่อผู้อื่นฉันนั้น

■ สร้างความรักและสิ่งดีงามในหัวใจ มีผู้รู้หลายท่านได้กล่าวไว้ตรงกันว่าคนเรามีหัวใจเป็นอย่างไรการแสดงออกก็จะเป็นอย่างนั้น หากเรามีความโกรธในจิตใจการแสดงออกก็จะเต็มไปด้วยความกราดเกรี้ยว ดุดัน คำพูดก้าวร้าว หน้าตาบึ้งตึง แต่ถ้าเรามีจิตใจที่เต็มเปี่ยมด้วยความรัก ความเมตตา กิริยาท่าทางที่ออกมา ก็จะมีแต่รอยยิ้มความเอื้ออาทร ความเห็นอกเห็นใจ และความจริงใจ

4. หลักในการให้บริการ

4.1 การให้บริการอย่างมีคุณภาพนั้น ต้องทำทุกครั้งไม่ใช่ทำเฉพาะการบริการครั้งแรกเท่านั้น

4.2 คุณภาพของการบริการวัดจากความพอใจของลูกค้าไม่ใช่วัดจากความพอใจของผู้ให้บริการ

4.3 การบริการที่คุณภาพเกิดขึ้นจากการที่ทุกคนในองค์กรร่วมมือกันและลงมือกระทำอย่างจริงจังและจริงใจ

4.4 การบริการที่มีคุณภาพต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้

4.5 การบริการที่ดีย่อมเกิดจากการสื่อสารที่ดีต่อกัน

4.6 ผู้ให้บริการต้องรู้สึกภาคภูมิใจและเป็นสุขที่มีโอกาสทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

5. กลยุทธ์การให้บริการที่ประทับใจ

สุดยอดของการให้บริการก็คือความพึงพอใจและความประทับใจ ดังที่กล่าวแล้วว่า ผู้ให้บริการเป็นกุญแจสำคัญที่จะไขไปสู่เคล็ดลับการบริการที่ประทับใจ ฉะนั้นจึงใคร่ขอสรุปประเด็นกลยุทธ์ที่ได้รวบรวมจากผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญและสังเคราะห์จากประสบการณ์ของผู้เขียนเองมานำเสนอไว้ดังนี้ ผู้รับบริการพอใจ เราพอใจ ถือเป็นสมมูลที่ธรรมชาติได้สร้างไว้ดังพุทธศาสนาได้บัญญัติไว้ว่าความสุขที่แท้คือการให้โดยไม่หวังผลตอบแทน

5.1 รอยยิ้มพิมพ์ใจย่อมติดใจในผู้รับบริการ มีนักปราชญ์ท่านหนึ่งกล่าวว่ารอยยิ้มของคนเราสามารถขจัดปัญหาทั้งหมด นั้นแปลว่ารอยยิ้มเริ่มเกิดจากจิตใจที่สะอาด สว่าง สงบ อันนำมาซึ่งสติปัญญาของคนเราที่จะพิจารณาไตร่ตรองหาทางออกให้กับปัญหานั้น

5.2 ต้องการให้คนอื่นทำอะไรให้กับตัวเรา เราต้องทำสิ่งนั้นให้ผู้อื่นก่อน เราต้องรู้จักอคติในตัวเอง เพื่อเปิดใจในการให้และรับความปรารถนาดีจากผู้อื่น

5.3 เอาชนะตนเองให้ได้ศักดิ์ศรีและความสำเร็จของมนุษย์นั้น ไม่ใช่อยู่ที่การอยู่เหนือหรือเอาชนะผู้อื่น แต่อยู่ที่เราสามารถเอาชนะใจตนเองให้ได้ เราจะสามารถทำงานบริการให้ได้มีคุณภาพนั้นต้องเริ่มที่ใจของตนเองก่อนกล่าวได้ว่าการพัฒนาคุณลักษณะทางกาย วาจา และใจของผู้ให้บริการนั้นจำเป็นที่จะต้องมีความดีพื้นฐานที่ดีมาจากทัศนคติของบุคคลนั้น ด้วยเหตุนี้จึงอยากให้พวกเราได้นำพฤติกรรมบริการที่ได้กล่าวไปแล้วไปปฏิบัติเพื่อให้ตัวเรามีความสุขที่แท้ในการทำงาน

6. คุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ให้บริการ (บุคลากรในสำนักงาน)

- 6.1 ดูแล หน้าตา ทรงผม เล็บมือ ให้สะอาดอยู่เสมอ
- 6.2 ขณะให้บริการ อย่ารับประทานอาหาร หรือของขบเคี้ยวต่างๆ
- 6.3 อย่าท้าวเอว เกาหัว หาวนอน หยอกล้อเล่นกันขณะให้บริการ
- 6.4 อย่าเสริมสวย ล้าง แคะ แกะ เกา ขณะให้บริการ
- 6.5 ห้ามพูดจา หรือหยิบของข้ามหน้าข้ามตาผู้อื่น
- 6.6 แต่งกายสุภาพเรียบร้อยถูกระเบียบ
- 6.7 ใช้กิริยาวาจาที่สุภาพต่อผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ
- 6.8 ยิ้มแย้มแจ่มใจเสมอเมื่อมีผู้รับบริการ
- 6.9 ประสานงาน และติดตามงานกับหน่วยงานอื่นๆ ด้วยท่าทีที่เป็นมิตร
- 6.10 มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ
- 6.11 มีความพร้อม และกระตือรือร้นในการให้บริการ
- 6.12 ให้เกียรติผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ
- 6.13 มีความอดทนอดกลั้น ไม่แสดงความไม่พอใจต่อผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ
- 6.14 มีความเอื้ออาทรต่อผู้ร่วมงาน และไม่แบ่งพรรคแบ่งพวก

6.15 ให้ความช่วยเหลือนอกจากภารกิจ เช่น สามารถแนะนำบุคคลที่สามารถให้บริการในเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานของตนได้

6.16 จงรอบรู้รอบ ในงานบริการ และร่วมด้วยช่วยกันเป็นทีม

6.17 ไม่ใช่เสียงรบกวนผู้อื่นระหว่างปฏิบัติงาน

6.18 เรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา

7. มาตรฐานการให้บริการ มาตรฐานการต้อนรับผู้รับบริการ

7.1 สอบถามความต้องการของผู้รับบริการก่อนเสมอ

7.2 สอบถามความต้องการโดยใช้คำพูด “สวัสดีครับ/ค่ะ ต้องการติดต่อเรื่องอะไรครับ/ค่ะ”

7.3 อำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ

7.4 ให้การต้อนรับผู้รับบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี

7.5 มองสบตา พายิ้มพิมพิใจ ปราศรัยทักทายผู้มารับบริการก่อนเสมอ

7.6 ขณะให้บริการ ต้องมีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น เสมอ

7.7 ให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันตามลำดับ ก่อน-หลัง

7.8 ถ้าหากมีผู้รับบริการมาก เกิดการบริการที่ล่าช้าหรือมีข้อผิดพลาดใดๆ ต้องกล่าวคำว่า

“ขอโทษ” เสมอ

7.9 ให้บริการภายในเวลาที่กำหนด หากดำเนินการไม่ได้ต้องชี้แจงเหตุผลให้ผู้รับบริการทราบด้วยวาจาที่สุภาพ

8. มาตรฐานการรับโทรศัพท์

8.1 รับโทรศัพท์ทันทีเมื่อได้ยินเสียงเรียก หากมีเหตุผลจำเป็นต้องรับโทรศัพท์ช้าไม่ควรให้เสียงกริ่งดังเกิน 3 ครั้ง

8.2 กล่าวคำทักทาย โดยพูดว่า “สวัสดีครับ/ค่ะ, (ชื่อหน่วยงาน), (ชื่อผู้รับโทรศัพท์), รับสายครับ/ค่ะ”

8.3 เมื่อผู้รับบริการแจ้งความต้องการแล้ว ให้ผู้รับโทรศัพท์แจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมารับสายโดยเร็ว

8.4 กรณีที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องไม่อยู่หรือไม่สามารถรับโทรศัพท์ได้ให้ผู้รับโทรศัพท์สอบถามรายละเอียดต่างๆ จากผู้ที่โทรเข้ามา เช่น ชื่อผู้โทร เบอร์ติดต่อกลับ เรื่องที่ต้องการจะติดต่อเพื่อแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทราบต่อไป

9. หัวใจการบริการ คำว่า หัวใจบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุนการเร่งรัดการทำงานตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการคนอื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับด้วยไมตรีจิตที่ดีต่อผู้อื่น ต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการ ประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

9.1 ต้องมีความรวดเร็วทันเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการแข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของทุกฝ่าย ดังนั้นการให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจเพราะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่าต้องมีความถูกต้องชัดเจนงานบริการที่ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสาร ข้อมูล หรือการดำเนินงานต่างๆ ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนเสมอ

9.2 การจัดบรรยากาศสภาพที่ทำงานต้องจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดเรียบร้อย มีป้ายบอกสถานที่ขั้นตอนการติดต่อกัน ผู้มาติดต่อสามารถอ่านหรือติดต่อได้ด้วยตนเองไม่ต้องสอบถามใคร ตั้งแต่เส้นทางเข้าจนถึงตัวบุคคลผู้ให้บริการและกลับไปจุดการให้บริการควรเป็น One stop service คือไปแห่งเดียวงานสำเร็จ

9.3 การยิ้มแย้มแจ่มใสหน้าตาต่างบ้านแรกของหัวใจในการให้บริการคือความรู้สึก ความเต็มใจและความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลว่าเราเป็นผู้ให้บริการ จะทำหน้าที่ให้ดีที่สุดให้ประทับใจกลับไปความรู้สึกดังกล่าวนี้จะสะท้อนมาสู่ภาพที่ปรากฏในใบหน้าและกิริยาท่าทางของผู้ให้บริการคือการยิ้มแย้มแจ่มใสพักหายใจด้วยไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใสจึงถือเป็นบันไดขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร การยิ้มคือการเปิดหัวใจการให้บริการที่ดี

9.4 การสื่อสารที่ดีการสื่อสารที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตั้งแต่การต้อนรับด้วยน้ำเสียงและภาษาที่ให้ความหวังให้กำลังใจ ภาษาที่แสดงออกไม่ว่าจะเป็นการปฏิเสธโดยตรง หรือทางโทรศัพท์จะบ่งบอกถึงน้ำใจการให้บริการข้างในจิตใจ ความรู้สึกหรือจิตใจที่มุ่งบริการจะต้องมาก่อนแล้วแสดงออกทางวาจา

9.5 การเอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงความรู้สึกของผู้มาติดต่อขอรับบริการ เขามุ่งหวังได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง การแสดงออกด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้มารับบริการไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษาที่เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับบริการอย่างเต็มที่ จะทำให้ผู้มาขอรับบริการเกิดความพึงพอใจ

9.6 การพัฒนาเทคโนโลยีเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือและเทคนิควิธีการให้บริการที่ดีและรวดเร็วในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่างๆจะเป็นการเสริมการให้บริการที่ดีอีกทางหนึ่ง เช่น Website

9.7 การติดตามและประเมินผลการบริการที่ดีควรมีการติดตาม และประเมินผลความพึงพอใจจากผู้รับบริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและผลสะท้อนกลับว่ามีข้อมูลส่วนใดต้องปรับปรุงแก้ไข เป็นการนำข้อมูลกลับมาพัฒนาการให้บริการและพัฒนาตนเองต่อไป

10. การสร้างหัวใจนักบริการ

S = Smiling and Sympathy	(ยิ้มแย้ม และเห็นอกเห็นใจ)
E = Early Response	(ตอบสนองอย่างรวดเร็ว)
R = Respectful	(แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติ)
V = Voluntariness manner	(ให้บริการสมัครใจ)
I = Image Enhancing	(รักษาภาพลักษณ์ของตัวเองและองค์กร)
C = Courtesy	(อ่อนน้อม สุภาพ)
E = Enthusiasm	(กระฉับกระเฉง กระตือรือร้น)

11. ประเภทการบริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย

11.1 การบริการด้านการตลาด

การบริการด้านการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งข้อมูลและการติดต่อกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่ม โดยใช้เทคโนโลยีและโครงสร้างใน การสื่อสาร ประเภทของการบริการด้านการสื่อสารมี ดังนี้

- 1) **โทรคมนาคม** บริการโทรศัพท์ทั้งแบบตั้งโต๊ะ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงบริการโทรคมนาคมผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น VoIP และการสนับสนุนโครงข่ายโทรคมนาคม
- 2) **อินเทอร์เน็ต** บริการให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยรวมถึงการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (broadband) และการให้บริการเครือข่าย Wi-Fi
- 3) **โทรทัศน์และวิทยุ** การสื่อสารผ่านระบบโทรทัศน์และวิทยุ ได้แก่ การส่งออกข้อมูล ข่าวสาร และความบันเทิงผ่านช่องโทรทัศน์และสถานีวิทยุ
- 4) **สื่อสิ่งพิมพ์** การจัดทำและจัดพิมพ์วารสาร หนังสือพิมพ์ และนิตยสารที่เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ในหลากหลายหัวข้อ
- 5) **บริการสื่อออนไลน์** รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และความบันเทิงผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคมออนไลน์
- 6) **บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์** บริการให้คำปรึกษา ออกแบบ และสร้างโฆษณา รวมถึงการจัดทำแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมสินค้าหรือบริการของลูกค้า

11.2 การบริการด้านการขายและการตลาด

การบริการด้านการขายและการตลาดเป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นในการสร้างความต้องการ และส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของธุรกิจ รวมถึงการสร้างความรู้ให้กับลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ผ่านทางการทำตลาดออนไลน์ หรือ Digital Marketing รวมไปถึงการ ยิงแอด และอื่นๆ โดยสามารถแบ่งประเภทของการบริการด้านการขายและการตลาดได้ ดังนี้

- 1) **การวางแผนการตลาด** การวิเคราะห์ตลาด กำหนดเป้าหมาย และวาง กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสนับสนุนการขายสินค้าหรือบริการ อาจจะเป็น การทำ การตลาดออนไลน์ หรือ การตลาดแบบออฟไลน์ ก็ได้

2) การสร้างและพัฒนาสินค้า การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และสร้างสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการเหล่านั้น

3) การจัดทำโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ การออกแบบ สร้าง และจัดทำโฆษณา โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการขาย

4) การจัดการโปรโมชั่น การสร้างและดำเนินโปรโมชั่น เช่น ส่วนลด ของแถม หรือกิจกรรมพิเศษ เพื่อกระตุ้นการขาย

5) การขาย ขายผ่านระบบออนไลน์ และขายผ่านตัวแทน รวมถึงการให้คำปรึกษาและการสนับสนุนลูกค้าในระหว่างกระบวนการขาย

6) การบริการหลังการขาย การให้บริการในด้านการรับประกันสินค้า ซ่อมบำรุง และการสนับสนุนให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7) การจัดการช่องทางการขาย การสร้างและพัฒนาตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าปลีก หรือช่องทางการขายออนไลน์ เพื่อให้สินค้าหรือบริการเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น

9) การวิจัยตลาด การสำรวจ วิเคราะห์ และวัดผลเพื่อเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า รวมถึงการติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่งในตลาด

11.3 การบริการการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)

การวางระบบการบริหารจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการสื่อสารและการบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การบริการด้านการขายและการตลาดเป็นหัวใจสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างความต้องการให้กับลูกค้า และเพิ่มยอดขายของสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้ การบริการด้านการขายและการตลาดยังช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ และสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า

12. องค์ประกอบของการบริการ

การบริการมีองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น การเข้าใจความต้องการของลูกค้า การสร้างสรรค์และออกแบบการบริการที่เหมาะสมกับลูกค้า การจัดการดูแลลูกค้าให้ดีและมีความพึงพอใจ การพัฒนาและปรับปรุงการบริการตามความต้องการของลูกค้า การติดตามและเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าเพื่อนำไปพัฒนาการบริการในอนาคต และอื่น ๆ

12.1 การเข้าใจความต้องการของลูกค้า การให้บริการที่ดีต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจความต้องการของลูกค้า รู้ถึงปัญหาที่แท้จริงของลูกค้า ตอบสนองลูกค้าโดยการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

12.2 การวางแผนการให้บริการ เป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องคำนึงถึงการจัดทำ แผนธุรกิจ การวางแผนงบประมาณ และการวางแผนการตลาด โดยต้องมีการจัดการสินค้าและบริการให้เหมาะสม การให้บริการที่มีคุณภาพจะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อธุรกิจของเรา

12.3 การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความรู้ความสามารถของพนักงาน และทำให้พวกเขามีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

12.4 การสร้างความไว้วางใจการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการ โดยการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้า

12.5 การตรวจสอบและปรับปรุงการให้บริการ เป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการให้บริการของเราตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสมและได้มาตรฐาน ถือเป็นการติดตามความพึงพอใจของลูกค้า และการเก็บข้อมูลในการให้บริการจะช่วยให้เราปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในอนาคตให้ดีขึ้นอีกด้วย

13. ขั้นตอนการรับบริการ

13.1 การจัดการข้อร้องเรียน

เป็นการสื่อสาร การรับข้อคิดเห็น การติดตาม การตอบรับ การตรวจสอบและตอบสนอง ข้อร้องเรียนจากช่องทางต่างๆ นำมาวิเคราะห์ ระดับข้อร้องเรียน การแจ้งกลับผู้ร้องเรียน การประสานข้อมูล ผู้บริโภคคนไทย-เดนมาร์ก การประสานหน่วยงานภายนอก การติดตามผลการแก้ไข/ปรับปรุง ในการแจ้งกลับให้ผู้ร้องเรียนทราบ และการรายงานผลการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานและบรรเทาความเดือดร้อนให้กับ ผู้บริโภคคนไทย-เดนมาร์ก และเป็นการรับผิดชอบต่อลูกค้าในการให้ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น สร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า และภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมีรายละเอียดในคู่มือการจัดการข้อร้องเรียน

13.2 การจำหน่ายสินค้า

คำนิยาม

อ.ส.ค. หมายถึง องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

สำนักงานภาค หมายถึง สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคทุกภาค/โรงงานผลิตนม อ.ส.ค.ทุกแห่ง

สินค้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์นมทุกชนิด และน้ำดื่มที่ผลิตโดยสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค

และหมายรวมถึงผลิตภัณฑ์ของ อ.ส.ค.ที่จ้างให้ผู้ประกอบการอื่นผลิต

ตัวแทนจำหน่าย หมายถึง บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ และหรือนิติบุคคล

อื่นๆ เช่น สหกรณ์ร้านค้า เป็นต้น

โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมในคู่มือการจำหน่ายในแต่ละปีงบประมาณ

- 1.) ขั้นตอนการบริการการแต่งตั้งและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที./จ่ายส่วนแถมให้ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ
- 2.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมช่องทางพิเศษ (หน่วยงานภาครัฐและองค์กร)
- 3.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น (นมพาสเจอร์ไรส์, โยเกิร์ต, ไอศกรีม และน้ำดื่ม)
- 4.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ห้าง Tesco Lotus
- 5.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ห้าง BIG C
- 6.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ห้าง แม็คโคร (MAKRO)

- 7.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. บริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (7-Eleven)
- 8.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ห้าง ท็อปส์ (TOPS)
- 9.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.แฟมิลี่ มาร์ท (FAMILY MART)
- 10.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.บริษัท อีออน (ไทยแลนด์) จำกัด (AEON Thailand)/Maxvalu
- 11.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ซีพี เฟรชมาร์ท (CPF)
- 12.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ให้กับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ

14. เกณฑ์การประเมินการให้บริการ

เป็นการสำรวจความพึงพอใจในรูปแบบสอบถาม ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อการให้บริการพนักงาน ฝ่ายการตลาดและการขาย โดยจัดระดับความพึงพอใจ ดังนี้

ระดับ 5 ดีมาก

ระดับ 4 มาก

ระดับ 3 ดี

ระดับ 2 พอใช้

ระดับ 1 แย่



- ☐ การให้บริการด้านการตลาดและการขาย ที่เป็นมิตร
- ☐ การให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมืออาชีพ ด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ และถือปฏิบัติในการให้บริการอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (Service Mind)
- ☐ การให้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความโปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน
- ☐ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- ☐ การให้บริการด้านราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม กับผลิตภัณฑ์/การให้บริการที่ได้รับ (Reasonable Price)

<https://forms.gle/sLXJnsc3m2J8FtdAA>

ลงนาม ณ วันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๖๓

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกรียงไกร เจริญผล)

ประธานกรรมการ

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย