

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี อาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ด้วยบริการฝาก – ถอน ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 3 ปีขึ้นไป เหตุผลที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ เพราะทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการติดต่อใช้บริการ ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในส่วนของการสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ การที่ทางธนาคารฯ มีการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร อาทิเช่น การซื้อสินค้าหรือบริการ การขอสินเชื่อ การใช้บัตรเครดิต หรือบริการด้านเงินฝากเพื่อเป็นข้อมูลของธนาคารต่อไป

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในส่วนของการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management) โดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่พนักงานหน้าเคาน์เตอร์จะส่งเรื่องต่อให้แกพนักงานอีกท่านที่มีความชำนาญมากกว่า (Supervisor) เพื่อดำเนินการและบริการลูกค้าต่อไป

การติดตาม (Tracking)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตาม (Tracking) โดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ พนักงานจะทำการจดบันทึก ข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของท่านนำกลับมาวิเคราะห์พร้อมให้คำตอบแก่ท่านเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้น

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment) โดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ ทางธนาคารจะรีบดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที เมื่อท่านตอบตกลง

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการประมวลผลการขาย (Sale Processes) โดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ หากทางธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ท่าน เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ หากทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำร่วย หรือ บริการพิเศษต่างๆที่ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้แก่ท่านในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว จำแนกตามเพศ

การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร อาทิเช่น การซื้อสินค้าหรือบริการ การขอสินเชื่อ การใช้บริการเครดิต หรือบริการด้านเงินฝากเพื่อเป็นข้อมูลของธนาคารต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการที่พนักงานหน้าเคาน์เตอร์จะส่งเรื่องต่อให้แก่พนักงานอีกท่านที่มีความชำนาญมากกว่า (Supervisor) เพื่อดำเนินการและบริการท่านต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การติดตาม (Tracking)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตาม (Tracking) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานจะทำการจดบันทึก ข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของลูกค้า และนำกลับมาวิเคราะห์พร้อมให้คำตอบแก่ลูกค้าเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้น เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการที่ทางธนาคารจะออกไปอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าถึงบ้านหรือสถานที่ลูกค้าสะดวก เมื่อลูกค้าตอบตกลง เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ การที่ทางธนาคารจะริบดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในส่วนของการประมวลผลการขาย (Sale Processes) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องหากทางธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ลูกค้า เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในส่วนของการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องหากทางธนาคารจะมีช่องทางไว้สำหรับการแจ้งปัญหาของผลิตภัณฑ์ไว้ให้ลูกค้า เพื่อที่ทางธนาคารจะได้รับแก้ไขให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่หากทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำระวอ หรือ บริการพิเศษต่างๆที่ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้ในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว จำแนกตามอายุ

การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการที่ธนาคารฯ มีการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร อาทิเช่น การซื้อสินค้าหรือบริการ การขอสินเชื่อ การใช้บริการเครดิต หรือบริการด้านเงินฝากเพื่อเป็นข้อมูลของธนาคารต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 ปีหรือต่ำกว่า และอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management) โดยรวมในระดับเฉยๆ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็น โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการที่พนักงานหน้าเคาน์เตอร์จะส่งเรื่องต่อให้แก่พนักงานอีกท่านที่มีความชำนาญมากกว่า (Supervisor) เพื่อดำเนินการและบริการลูกค้าต่อไปเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การติดตาม (Tracking)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตาม (Tracking) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการที่พนักงานจะทำการจดบันทึก ข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของลูกค้า นำกลับมาวิเคราะห์พร้อมให้คำตอบแก่ท่านเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้น เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง ทางธนาคารจะออกไปอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าถึงบ้าน หรือสถานที่ลูกค้าสะดวก เมื่อลูกค้าตอบตกลง เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ ทางธนาคารจะริบดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที เมื่อท่านตอบตกลง และธนาคารจะออกไปอำนวยความสะดวกให้แก่ท่านถึงบ้านหรือสถานที่ที่ท่านสะดวก เมื่อท่านตอบตกลง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ การที่ทางธนาคารจะริบดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในส่วนของการประมวลผลการขาย (Sale Processes) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง ทางธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ลูกค้า เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในส่วนของการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง ทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำร่วย หรือ บริการพิเศษต่างๆที่ ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้แก่ลูกค้าในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 ปีหรือต่ำกว่า และอายุ 41 ปีขึ้นไปมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ ทางธนาคารจะมีช่องทางไว้สำหรับการแจ้งปัญหาของผลิตภัณฑ์ไว้ให้ลูกค้า เพื่อที่ทางธนาคารจะได้รีบแก้ไขให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว จำแนกตามการศึกษา

การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องที่ทางธนาคารฯ มีการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร อาทิเช่น การซื้อสินค้าหรือบริการ การขอสินเชื่อ การใช้บริการเครดิต หรือบริการด้านเงินฝากเพื่อเป็นข้อมูลของธนาคารต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่การที่ทางธนาคารจะนำข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไปวิเคราะห์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้า

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management) โดยรวมในระดับเฉยๆ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง พนักงานหน้าเคาน์เตอร์จะส่งเรื่องต่อให้แก่พนักงานอีกท่านที่มีความชำนาญมากกว่า(Supervisor) เพื่อดำเนินการและบริการลูกค้าต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับแรกเช่นกัน

การติดตาม (Tracking)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตาม (Tracking) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง พนักงานจะทำการจดบันทึก ข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของลูกค้า นำกลับมาวิเคราะห์พร้อมให้คำตอบแก่ลูกค้าเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้นต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับแรกเช่นกัน

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง ทางธนาคารจะออกไปอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าถึงบ้าน หรือสถานที่ที่ท่านสะดวก เมื่อลูกค้าตอบตกลง เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่หากทางธนาคารจะริบดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที เมื่อลูกค้าตอบตกลง

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชิงดาว ในส่วนของการประมวลผลการขาย (Sale Processes) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง จะมีพนักงานประจำสาขาติดต่อกลับไปสอบถามถึงเหตุผลการตกลง หรือไม่ตกลง ข้อเสนอผลิตภัณฑ์ของทางธนาคาร เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ทางธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ลูกค้า เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อระบบ ลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชิงดาว ในส่วนของการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องหากทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำระช่วย หรือ บริการพิเศษต่างๆที่ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้แก่ลูกค้าในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ หากผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้อยู่ดี ลูกค้าจะแนะนำหรือบอกต่อให้กับคนที่ลูกค้ารู้จักต่อไป ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ทางธนาคารจะมีช่องทางไว้สำหรับการแจ้งปัญหาของผลิตภัณฑ์ไว้ให้ท่าน เพื่อที่ทางธนาคารจะได้รับแก้ไขให้ท่านอย่างรวดเร็ว และทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำระช่วย หรือ บริการพิเศษต่างๆที่ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้ท่านในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว จำแนกตามรายได้

การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity) โดยรวมในระดับ เห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องทางธนาคารฯ มีการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเกี่ยวกับ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร อาทิเช่น การซื้อสินค้าหรือบริการ การขอสินเชื่อ การใช้บัตรเครดิต หรือบริการด้านเงินฝากเพื่อเป็นข้อมูลของธนาคารต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับแรกเช่นกัน

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า 20,001 - 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management) โดยรวมในระดับเห็น ด้วย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวมในระดับ เฉยๆ

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง การที่พนักงานประจำสาขา จะขอส่ง ข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า พิจารณาผ่านทาง Email หรือ จดหมาย เป็นต้น เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทุกระดับรายได้ มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับแรกเช่นกัน

การติดตาม (Tracking)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตาม (Tracking) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง พนักงานจะทำการจดบันทึก ข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของลูกค้า นำกลับมาวิเคราะห์พร้อมให้คำตอบแก่ลูกค้าเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้น เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ แบบสอบถามที่ทุกระดับรายได้ มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับแรกเช่นกัน

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมด มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำ สั่งซื้อ (Order Fulfillment) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง หากทางธนาคารจะออกไปอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าถึงบ้าน หรือสถานที่ลูกค้าสะดวก เมื่อลูกค้าตอบตกลง เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทและรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ทางธนาคารจะริบดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที เมื่อลูกค้าตอบตกลง

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงดาว ในส่วนของการประมวลผลการขาย (Sale Processes) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ลูกค้า เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ทางธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ท่าน เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email และทางธนาคารจะริบดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที เมื่อลูกค้าตอบตกลง

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงดาว ในส่วนของการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity) โดยรวมเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่อง ทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำร่วย หรือ บริการพิเศษต่างๆที่ ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้แก่ลูกค้าในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้อยู่ดี ลูกค้าจะแนะนำหรือบอกต่อให้กับคนที่ลูกค้ารู้จักต่อไปส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ธนาคารจะมีช่องทางไว้สำหรับการแจ้งปัญหาของผลิตภัณฑ์ไว้ให้ลูกค้า เพื่อที่ทางธนาคารจะได้รับแก้ไขให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว และการที่จะมีพนักงานคอยให้คำปรึกษาและแก้ไขให้แก่ท่านในกรณีที่ เกิดปัญหาในผลิตภัณฑ์ขึ้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็น ใน

ระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ ทางธนาคารจะมีช่องทางไว้สำหรับการแจ้งปัญหาของผลิตภัณฑ์ไว้ให้ท่าน เพื่อที่ทางธนาคารจะได้รับแก้ไขให้ท่านอย่างรวดเร็ว

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร อาทิเช่น การซื้อสินค้าหรือบริการ การขอสินเชื่อ การใช้บัตรเครดิต หรือบริการด้านเงินฝากเพื่อเป็นข้อมูลของธนาคารต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management) โดยรวมในระดับเฉยๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้ามากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็น โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการที่พนักงานหน้าเคาน์เตอร์จะส่งเรื่องต่อให้แก่พนักงานอีกท่านที่มีความชำนาญมากกว่า (Supervisor) เพื่อดำเนินการและบริการลูกค้าต่อไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การติดตาม (Tracking)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตาม (Tracking) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานจะทำการจดบันทึก ข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของลูกค้า และนำกลับมาวิเคราะห์พร้อมให้คำตอบแก่ลูกค้าเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้น เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในส่วนของการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment) โดยรวม ในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการที่ทางธนาคารจะออกไปอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าถึง บ้านหรือสถานที่ๆลูกค้าสะดวก เมื่อลูกค้าตอบตกลง เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้า ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็น อันดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ในระยะเวลา มากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอันดับแรก ได้แก่ การที่ทางธนาคารจะริบดำเนินการ รับคำสั่งซื้อในทันที

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในส่วนของการประมวลผลการขาย (Sale Processes) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องหากทางธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ลูกค้า เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity) โดยรวมใน ระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องหากทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำร่วย หรือ บริการพิเศษ ต่างๆที่ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้ในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ แบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ในระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยเป็นอันดับแรกเช่นกัน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) มาใช้เป็นขอบเขตในการศึกษา ประกอบด้วย การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity) และการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management) การติดตาม (Tracking) การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment) การประมวลผลการขาย (Sale Processes) และการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow-Up Opportunity) ได้ดังต่อไปนี้

การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ การที่ทางธนาคารฯ มีการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร อาทิเช่น การซื้อสินค้า หรือบริการ การขอสินเชื่อ การใช้บัตรเครดิต หรือบริการด้านเงินฝากเพื่อเป็นข้อมูลของธนาคารต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการทำงานของธนาคารกรุงไทย ในด้านการติดตามและบริหารงานขาย (Sale Performance Management) ของธนาคารกรุงไทยโดยมีการบันทึกและสอบถามข้อมูลลูกค้าเพื่อนำไป จำแนกประมวลผลเพื่อได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกมา 3 กลุ่ม อันได้แก่ ลูกค้าแคมเปญ (Campaign Opportunity) ลูกค้าเดิมของสาขา (Customer Opportunity) และลูกค้ามุ่งหวังรายใหม่ (Prospect Opportunity)

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่พนักงานหน้าเคาน์เตอร์ จะส่งเรื่องต่อให้แกพนักงานอีกท่านที่มีความชำนาญมากกว่า (Supervisor) เพื่อดำเนินการและบริการ ลูกค้าต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการติดตามและบริหารงานขาย (Sale Performance Management) ของธนาคารกรุงไทย พบว่าการส่งต่อลูกค้าเป้าหมายของธนาคารสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การส่งต่อลูกค้าเป้าหมายโดยระบบ Sales force CRM และ การส่งต่อโดยผู้บังคับบัญชา เป็นผู้ระบุพนักงานผู้รับผิดชอบในการติดตามลูกค้าเป้าหมาย

การติดตาม (Tracking)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตาม (Tracking) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ พนักงานจะทำการจดบันทึก ข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของท่านนำกลับมาวิเคราะห์พร้อมให้คำตอบแก่ท่านเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการติดตามและบริหารงานขาย (Sale Performance Management) ของธนาคารกรุงไทย โดยระบบการติดตามจะกระทำหลังจากที่พนักงานได้รับมอบหมายให้รับ ข้อมูลของลูกค้า ผ่านระบบ Salesforce CRM หรือ การมอบหมายโดยผู้บังคับบัญชา เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ ทางธนาคารจะรีบดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที เมื่อท่านตอบตกลง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการติดตามและบริหารงานขาย (Sale Performance Management) ของธนาคารกรุงไทยพบว่า พนักงานธนาคารควรปฏิบัติงานอย่างรวดเร็วตามเมื่อได้รับคำสั่งจากลูกค้า

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการประมวลผลการขาย (Sale Processes) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ หากทางธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ท่าน เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email ซึ่งไม่สอดคล้องกับนโยบายการติดตามและบริหารงานขาย (Sale Performance Management) ของธนาคารกรุงไทยพบว่า ในส่วนของการประมวลผลการขายนั้นทางธนาคารจะทำการวัดผลการขายจากรายงาน Dashboard & Report เพื่อให้ทราบถึงผลงานขายขายของสาขาโดยรวมและผลงานรายบุคคล ทั้งนี้เพื่อเป็นการผลงานการขายเพื่อให้สาขา บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งไม่ได้มีการดำเนินการตอบสนองในส่วนของลูกค้าทั้งการส่ง SMS การแจ้งของพนักงาน หรือ การส่ง Email เป็นต้น

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในส่วนของการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ หากทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำระ หรือ บริการพิเศษต่างๆที่ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้แก่ท่านในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับการกั้นนโยบายการติดตามและบริหารงานขาย (Sale Performance Management) ของธนาคารกรุงไทยพบว่า ในส่วนของการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า นั้นสำหรับในปัจจุบัน บมจ.ธนาคารกรุงไทย ได้มีการสุ่มโทรศัพท์เพื่อสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการ ตลอดจนสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าต่อสินค้าและบริการที่ได้รับจากธนาคาร โดยผู้สอบถามคือ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว Gallup ซึ่งเป็น บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาวที่มีความเชี่ยวชาญ ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าของธนาคารได้เสนอแนะ ดีชม เพื่อให้ธนาคารสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้ง ธนาคาร ได้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับทางธนาคารผ่าน ช่องทางอันหลากหลาย ได้แก่ โทรศัพท์ อีเมล โซเชียลเน็ตเวิร์ค เป็นต้น รวมถึงของชำระต่างๆ ทางธนาคาร ได้มีไว้สำหรับแจกลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ อยู่เสมอ อาทิเช่น ปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ในครั้งนี้ทำให้พบข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมากกว่า 3 ปี โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว เพราะทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการติดต่อใช้บริการ ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน รวมถึงธนาคารมีความมั่นคง มีภาพพจน์ที่ดี และมีชื่อเสียง และเงินเดือนผ่านที่ธนาคารกรุงไทย
2. บริการที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ บริการฝาก-ถอนเงิน
3. ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในเรื่องหากพนักงานหน้าเคาน์เตอร์จะส่งเรื่องต่อให้แก่พนักงานอีกท่านที่มีความชำนาญมากกว่า (Supervisor) เพื่อดำเนินการและบริการท่านต่อไป มากกว่าที่จะดูแลและเป็นผู้ดำเนินการให้บริการลูกค้าต่อจนจบ
4. ลูกค้ามีความคาดหวังว่าจะให้บริการให้เสร็จภายในสาขาในขณะนั้น โดยจะไม่ทำการนัดหมายอีกครั้งเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ในโอกาสต่อไป ทั้งการพบ หรือ โทรศัพท์ หรือการนัดพบนอกสถานที่ก็ตาม หรือมีลักษณะ One Stop Service

5. ลูกค้าไม่สนใจที่จะกลับมารับฟังตัวผลิตภัณฑ์อีกครั้งในภายหลัง แต่ยินดีที่จะพิจารณาผ่านทาง Email หรือ จดหมาย
6. ลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปชอบให้พนักงานไปอธิบายให้ฟังนอกสถานที่ เช่น ที่บ้าน หรือร้านกาแฟ เป็นต้น
7. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีชอบ One stop Service โดยจะไม่ทำการนัดหมายอีกครั้งเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ในโอกาสต่อไป
8. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มเห็นด้วยกับการที่ทางธนาคาร จะทำการนัดหมายอีกครั้งเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์นอกสถานที่ เช่น ที่บ้าน หรือร้านกาแฟ เป็นต้น
9. 10 ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความเห็นด้วยสูงที่สุด

ปัจจัย	อันดับ
หากทางธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์ ของชำร่วย หรือ บริการพิเศษต่างๆที่ทางธนาคารจัดเตรียมไว้ให้แก่ท่านในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร	1
หากผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้อยู่ดี ท่านจะแนะนำหรือบอกต่อให้กับคนที่ท่านรู้จักต่อไป	2
การที่จะมีพนักงานคอยให้คำปรึกษาและแก้ไขให้แก่ท่านในกรณีที่เกิดปัญหาในผลิตภัณฑ์ ขึ้นและมีช่องทางไว้สำหรับการแจ้งปัญหาของผลิตภัณฑ์ไว้ให้ท่าน เพื่อที่ทางธนาคารจะได้รับแก้ไขให้ท่านอย่างรวดเร็ว	3
หากทางธนาคารจะรับดำเนินการรับคำสั่งซื้อในทันที เมื่อท่านตอบตกลง	4
หากทางธนาคารจะออกไปอำนวยความสะดวกให้แก่ท่านถึงบ้านหรือสถานที่ๆท่านสะดวก เมื่อท่านตอบตกลง	5
ที่พนักงานจะทำการจดบันทึก ข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของท่านนำกลับมาวิเคราะห์พร้อมให้คำตอบแก่ท่านเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้น	6
หากทางธนาคารจะมีระบบแจ้งเตือนให้แก่ท่าน เช่น การส่ง SMS การโทรแจ้งของพนักงาน หรือ การส่งข้อมูลทาง Email	7
ทางธนาคารฯ จะมีการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของท่านเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร อาทิเช่น การซื้อสินค้าหรือบริการ การขอสินเชื่อ การใช้บัตรเครดิต หรือบริการด้านเงินฝากเพื่อเป็นข้อมูลของธนาคารต่อไป รวมถึงการที่ธนาคารจะเรียนเชิญท่านมางานขอบคุณต่างๆของทางธนาคารเพื่อเป็นการกระชับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นมากขึ้น	8
กับการที่จะมีพนักงานคอยโทรมาสอบถามถึงผล หรือ การใช้งานในผลิตภัณฑ์ที่ท่านตัดสินใจซื้อเมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่งแล้ว	9
หากพนักงานหน้าเคาน์เตอร์จะส่งเรื่องต่อให้แก่พนักงานอีกท่านที่มีความชำนาญมากกว่า (Supervisor) เพื่อดำเนินการและบริการท่านต่อไป	10

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในระดับสาขา (Operation CRM) และระดับองค์กร (Analytic CRM) ดังต่อไปนี้

สำหรับข้อเสนอแนะในระดับสาขา (Operation CRM)

การสร้างกลุ่มเป้าหมาย (Opportunity)

จากการที่ธนาคาร ได้มีการบันทึกข้อมูลของลูกค้าในด้านธุรกรรมทางการเงิน การซื้อสินค้าหรือบริการ การขอสินเชื่อ และการใช้บัตรเครดิต อยู่แล้วนั้น ทางธนาคารควรมีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปในเชิงลึกโดยอาศัยการสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลจากตัวลูกค้า รวมถึงพฤติกรรมของลูกค้าโดยใช้การจดบันทึกระหว่างการสนทนาหรือนำแบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่สาขา โดยให้พนักงานเป็นผู้บันทึกข้อมูลลงสู่ระบบของสาขาเพื่อนำมาวิเคราะห์หาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมถึงเพื่อเป็นฐานข้อมูลเบื้องต้นเพื่อทำการออกเยี่ยมลูกค้า และสร้างความประทับใจในโอกาสพิเศษอื่นๆ

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ทางธนาคารกรุงไทย สาขา เชียงดาว ควรที่จะทำป้ายติดไว้ที่โต๊ะพนักงานที่รับเรื่องต่อว่าเป็นผู้ชำนาญด้านการแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือ มีป้ายติดที่หน้าอกว่า เป็น Supervisor เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

การติดตาม (Tracking)

พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ เมื่อทำการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าแล้ว ควรที่จะทำการสอบถามข้อสงสัยจากลูกค้าทุกครั้งว่า เข้าใจหรือไม่ พร้อมจดบันทึกข้อซักถามเอาไว้ และอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย หรือ หากข้อซักถามนั้นยังไม่สามารถอธิบายให้กระจ่างชัดได้ ควรนำกลับมาปรึกษาผู้บังคับบัญชา และขออนุญาตติดต่อลูกค้ากลับในภายหลังเพื่ออธิบายให้แก่ลูกค้าเพื่อความกระจ่างชัดมากขึ้น

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ทางธนาคารกรุงไทยสาขาเชียงใหม่ ควรมี KPI เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานสำหรับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าจนกระทั่งการตอบตกลงว่าใช้ระยะเวลาานเท่าไร โดยพนักงานควรมีการรายงานความคืบหน้าแก่ผู้บังคับบัญชาเพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้าของการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ หากพนักงานสามารถทำได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ก็จะสามารถบรรลุ KPI ที่วางไว้ได้

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

จากการนโยบายของทางธนาคารในส่วนของการประมวลผลการขายนั้นมีเพียงแค่ การวิเคราะห์และวัดผลการขายจากรายงาน Dashboard & Report เพื่อให้ทราบถึงผลงานขายของสาขาโดยรวมและผลงานรายบุคคลเพียงเท่านั้น ธนาคารยังไม่เคยมีระบบการแจ้งเตือนให้ลูกค้าทราบถึงความความคืบหน้าในกระบวนการการเลือกซื้อสินค้าบริการ ดังนั้นทางธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงดาว ควรเพิ่มระบบการแจ้งเตือนดังกล่าวขึ้น โดยให้พนักงานที่เป็นผู้ดูแลลูกค้ารายนั้นเป็นผู้โทรแจ้ง หรือ การส่งข้อมูลทาง Email เป็นต้น

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

ทางธนาคารควรมีการระบุตัวพนักงานประจำสาขาเป็นผู้ดูแลลูกค้ารายได้อย่างชัดเจน และพนักงานรายดังกล่าวควรมีการบันทึกข้อมูลลูกค้าสาขาเก็บไว้ เมื่อถึงวันเกิด หรือวันสำคัญ พนักงานอาจส่งการ์ดอวยพรไปให้ลูกค้าที่บ้านแต่หากเป็นลูกค้ารายใหญ่ ทางพนักงานและผู้จัดการสาขาอาจจำเป็นต้องออกไปพบลูกค้าพร้อมมอบของขวัญ เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

สำหรับข้อเสนอแนะในระดับองค์กร (Analytic CRM)

การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ (Lead Management)

ทางธนาคารกรุงไทยควรมีนโยบายจัดสรรพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์จากสำนักงานใหญ่ หรือสำนักงานเขตมาเป็นเจ้าหน้าที่ประจำสาขา หรือ นโยบายในการรับลูกจ้างสาขาโดยผ่านการฝึกอบรมในตัวผลิตภัณฑ์โดยตรงมาช่วยในการอธิบายตัวผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า เนื่องจากในบางช่วงเวลา การส่งต่อลูกค้านั้นอาจเกิดปัญหาเมื่อทาง Supervisor ดิคลูกค้าอยู่และเจ้าหน้าที่ประจำเคาน์เตอร์ จำเป็นต้องการให้บริการด้านการเงิน จึงทำให้เกิดปัญหาไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้และอาจทำให้เสียโอกาสไป

การติดตาม (Tracking)

ทางธนาคารกรุงไทยอาจมีนโยบายในการติดตามผลการนำเสนอผลิตภัณฑ์เมื่อพนักงานสาขาได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ไปแล้ว และส่งเรื่องกลับไปยังสำนักงานใหญ่ ควรมีเจ้าหน้าที่ส่วนงานกลางในการติดต่อกู้ค่าเพื่อสอบถามถึงผลการตอบรับ หรือ การตรวจสอบความเข้าใจในการอธิบายเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของพนักงานสาขา เนื่องจากจะเป็นวิธีการในการตรวจสอบการทำงานหากมีข้อผิดพลาดประการใด ทางหน่วยงานกลางก็จะสามารถแก้ไขปัญหาพร้อมปิดการขายได้

การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

สำหรับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของแต่ละสาขานั้นทางสำนักงานใหญ่ควรกำหนดเป็น KPI เพื่อวัดผลของแต่ละสาขาในปลายปี เพื่อประเมินศักยภาพการทำงานของพนักงาน โดยการ

ประเมินดังกล่าวอาจเป็นการประเมินภาพรวมของสาขา และพนักงานรายบุคคล ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพการทำงานของพนักงานแต่ละท่าน

การประมวลผลการขาย (Sale Processes)

เนื่องจากในปัจจุบัน ทางธนาคารมีผลิตภัณฑ์ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในเครืออยู่หลาย บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ทางสำนักงานใหญ่ควรมีข้อตกลงให้ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในเครือต่างๆ ควรมีระบบการตอบกลับอัตโนมัติในการแจ้งผลการสมัคร หรือการซื้อผลิตภัณฑ์ของทางธนาคาร พร้อมแสดงความขอบคุณผ่านช่องทาง SMS เพราะในปัจจุบันมี บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ ในเครือบาง บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ เท่านั้น ที่มีการแจ้งข้อมูลให้กับลูกค้า

การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Follow –Up Opportunity)

จากข้อมูลของลูกค้าที่ได้มีการบันทึกเอาไว้แล้วทางธนาคารควรมีของช่วยพิเศษ มอบให้แก่ลูกค้าใน โอกาสพิเศษที่นอกเหนือจากวันปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น อาทิเช่น วันเกิด วันครบรอบการเป็นลูกค้าธนาคาร ครบ 1 ปี เป็นต้นเพื่อสร้างความภาคภูมิใจในฐานะลูกค้าคนสำคัญของธนาคาร หรือใช้วิธีการส่งข้อความจากระบบเพื่ออวยพร เป็นต้น

สุดท้ายนี้พนักงานธนาคารควรทำการเสนอขายผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมในส่วนของกองทุน พันธบัตร หุ้นกู้ และประกันวินาศภัย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังมีการตอบสนองค่อนข้างน้อยอยู่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับธนาคาร จนสามารถทำให้ธนาคารเติบโตในธุรกิจสถาบันการเงิน ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved