

หยุดทำ 3 ข้อนี้ ถ้าไม่อยากทำลาย Loyalty ของลูกค้า

การสร้าง Loyalty ของลูกค้าไม่ใช่เรื่องที่ทำได้อย่าภายในไม่กี่วัน แบนด์ต้องใช้เวลา เงิน และความสม่ำเสมอ ในการสร้างภาพจำ ตั้งแต่การออกแบบสินค้า การสื่อสาร การบริการ ไปจนถึงประสบการณ์เล็ก ๆ ที่ทำให้ลูกค้ารู้สึก ว่า “แบนด์นี้เห็นคุณค่าของเรา” แต่สิ่งที่น่าสนใจก็คือ ความสัมพันธ์ทั้งหมดนั้นสามารถพังลงได้อย่างรวดเร็ว หากระบบหลังบ้านถูกออกแบบโดยมองเฉพาะเรื่องต้นทุน การป้องกันความเสียหาย หรือความถูกต้องทางบัญชี โดยลืมไปว่าปลายทางของทุกระบบคือ “ลูกค้าที่เป็นมนุษย์” กรณีแบบนี้ไม่ได้เกิดจากฝ่ายการตลาดทำงานผิดพลาด แต่เกิดจากองค์กรที่สร้างประสบการณ์หนึ่งให้ลูกค้าเห็นหน้าร้าน และอีกประสบการณ์หนึ่งผ่านระบบหลังบ้าน ถ้าต้องการสูตรสำเร็จสำหรับทำลายความภักดีของลูกค้า มีอยู่ 3 ขั้นตอนให้เห็นภาพได้ชัดมาก

1. เปลี่ยน “ของรางวัล” ให้กลายเป็นเรื่องที่ถูกคาดหวังมาตั้งแต่ทำบัญชีเอง โปรโมชันควรเป็นช่วงเวลาที่ถูกคาดหวังไว้ว่าได้รับการตอบแทนจากแบนด์ เช่น ซื้อครบตามเงื่อนไขแล้วได้รับของขวัญ หรือได้รับสิทธิพิเศษจากการเป็นสมาชิก แต่ความรู้สึกดีนั้นสามารถหายไปทันที หากระบบขายนำมูลค่าของของรางวัลไปแสดงเป็นส่วนลดหรือรายการทางบัญชีที่ลูกค้าไม่ได้ร้องขอ จนใบเสร็จดูเหมือนลูกค้ากำลังซื้อของรางวัลนั้นอยู่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง
2. เอาความกังวลเรื่องการป้องกันการทุจริตไปให้ลูกค้าทุกคนเป็นคนรับผิดชอบ การป้องกันการทุจริตเป็นเรื่องสำคัญสำหรับธุรกิจ แต่ปัญหาเริ่มต้นขึ้นเมื่อองค์กรเลือกวิธีที่ง่ายที่สุดสำหรับตัวเอง โดยให้ลูกค้าทุกคนต้องรับผิดชอบต่อความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากคนเพียงบางกลุ่ม แทนที่จะลงทุนกับระบบตรวจจับความผิดปกติหรือออกแบบกระบวนการคืนสินค้าให้รัดกุม บริษัทอาจเลือกสร้างระบบที่ทำให้ทุกธุรกรรมมีความซับซ้อนมากขึ้น

ผลที่เกิดขึ้นคือ ลูกค้าที่ทำทุกอย่างถูกต้องกลับต้องเสียเวลาเพิ่ม ต้องตรวจสอบใบเสร็จ ต้องเรียกยอดในบัญชี ต้องทำความเข้าใจรายการหักเงิน และบางครั้งต้องติดต่อฝ่ายบริการลูกค้าเพียงเพื่อถามว่า “ทำไมยอดถึงออกมาแบบนี้” ในเชิงบัญชี สิ่งเหล่านี้อาจเป็นเพียงรายละเอียดเล็ก ๆ แต่ในเชิงประสบการณ์ลูกค้า มันคือ “ต้นทุนทางความรู้สึก” ลูกค้าไม่ได้เสียแค่เวลา แต่กำลังรู้สึกว่าแบนด์ทำให้ชีวิตของเขายุ่งยากขึ้น

3. เมื่อเกิดปัญหา ให้ฝ่ายบริการลูกค้าบอกว่า “ระบบทำแบบนี้มาตลอด” ขั้นตอนสุดท้ายคือการทำลายความเชื่อใจที่เหลืออยู่ให้หมด เมื่อลูกค้าติดต่อเข้ามาเพราะไม่เข้าใจรายการบนใบเสร็จ คำตอบที่แย่ที่สุดไม่จำเป็นจะต้องเป็นคำตอบที่ผิด แต่คือคำตอบที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าปัญหาเกิดจากตัวเขาเอง เช่น การบอกว่า “ระบบเป็นแบบนี้อยู่แล้ว” หรือ “มีระบบไว้ในเงื่อนไขบนเว็บไซต์” แม้ข้อมูลจะถูกต้อง แต่การสื่อสารลักษณะนี้ไม่ได้ช่วยแก้ปัญหา เพราะสิ่งที่ลูกค้าต้องการไม่ใช่การถูกสอนให้อ่านเงื่อนไข แต่ต้องการให้แบนด์ช่วยอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมา

นี่คือเหตุผลว่าทำไมแบนด์ที่แข็งแกร่งจึงไม่ได้วัดความสำเร็จจากแคมเปญที่สวยงาม ยอดขาย หรือจำนวนสมาชิกเท่านั้น แต่ต้องถามด้วยว่า เมื่อธุรกรรมจบลงแล้ว ลูกค้ารู้สึกอย่างไร เพราะในวันที่ลูกค้าต้องกลับบ้านแล้วเปิดใบเสร็จขึ้นมาคิดว่า “ตกลงฉันจ่ายเงินอะไรไปบ้าง” นั่นอาจเป็นสัญญาณว่าแบนด์กำลังชนะในระบบบัญชี แต่กำลังแพ้ในสิ่งที่สำคัญกว่ามาก นั่นคือความไว้วางใจของลูกค้า

(ที่มา : MarketingOops!)



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาววรรณ เดชานุวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาววรรณ เดชานุวัตร เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณ เดชานุวัตร เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณ เดชานุวัตร เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร