

การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า

กรณีศึกษา ABC Club

APPLYING APPRECIATIVE INQUIRY TO IMPROVE CUSTOMER
EXPERIENCE: THE CASE STUDY OF ABC CLUB

นายนิพนธ์ ชัยวรมุขกุล

รายงานการศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พ.ศ. 2553

การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า
กรณีศึกษา ABC Club

นายนิวัฒน์ ชัยวรमुखล

รายงานการศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ. 2553

**APPLYING APPRECIATIVE INQUIRY TO IMPROVE CUSTOMER
EXPERIENCE: THE CASE STUDY OF ABC CLUB**

MR. NIPAT CHAIWORAMUKKUN

**AN INDEPENDENT STUDY REPORT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER
OF BUSINESS ADMINISTRATION
COLLEGE OF GRADUATE STUDY IN MANAGEMENT
KHON KAEN UNIVERSITY**

2010

ใบรับรองการศึกษาอิสระ
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อการศึกษาอิสระ: การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า กรณีศึกษา
ABC Club

ชื่อผู้ทำการศึกษาอิสระ: นายนิวัฒน์ ชัยวรมงคล

คณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระ: รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์วรรณ งามศักดิ์ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พุทธิดี ศิริแสงตระกูล กรรมการ
ดร.ภิญโญ รัตนาพันธุ์ กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ:

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.ภิญโญ รัตนาพันธุ์)

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการรับรองแล้ว

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. วินิต ชินสุวรรณ)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ

ลิขสิทธิ์ของวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ชื่อการศึกษาอิสระ : การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า
กรณีศึกษา ABC Club

ชื่อผู้ทำการศึกษาอิสระ : นายนิวัฒน์ ชัยวรมุขกุล

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ :

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.ภิญโญ รัตนาพันธุ์)

บทคัดย่อ

การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า กรณีศึกษา ABC Club มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดมาเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของ ABC Club เพิ่มขึ้น และเพื่อพิสูจน์ว่าการใช้สุนทรียสาธกมาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี ค้นหาด้วยวิธีการสังเกต และสัมภาษณ์ เพื่อค้นหาประสบการณ์ที่ใช้แล้วประสบความสำเร็จ นำมาปฏิบัติ (Action) เป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2552 จนถึง วันที่ 31 มีนาคม 2553 ในแต่ละเดือนจะทำการวัดผลการศึกษาด้วยจำนวนลูกค้าที่เกิดขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี จากนั้นนำการปฏิบัติที่ทำในแต่ละรอบวงจรมาทำการวิเคราะห์ผล ด้วยการสะท้อนการปฏิบัติงาน (Reflection) โดยใช้สุนทรียสาธก เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดของการปฏิบัติในรอบนั้นๆ เพื่อนำไปใช้ในเดือนถัดๆ ไป จากการปฏิบัติทั้งหมด 43 การปฏิบัติ สามารถค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดได้ 16 วิธี และเมื่อสิ้นสุดการศึกษาพบว่า จำนวนลูกค้ารู้จัก ABC Club เพิ่มขึ้นมากถึง 2,257 คน, ลูกค้ามาทดลองใช้รวม 122 คน ลูกค้าใช้บริการจริงรวม 13 คน ลูกค้าใช้บริการซ้ำ 4 คน และลูกค้านำการบริการไปบอกต่อ 2 คน ทั้งนี้จำนวนลูกค้าในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี ส่วนเกินกว่าที่ตั้งเป้าเอาไว้ในตอนเริ่มต้นการศึกษา กล่าวได้ว่าการศึกษานี้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยการค้นหาประสบการณ์ และยังพิสูจน์ได้ว่า การใช้สุนทรียสาธกนำมาประยุกต์ใช้ได้กับหลักการพีรามิดแห่งความภักดีได้

Independent Study Title : Applying Appreciative Inquiry to Improve Customer Experience:
The Case Study ABC Club

Author's Name : Mr. Nipat Chaiworamukkun

Independent Study Advisor:

..... Advisor

(Dr. Pinyo Rattanaphan)

ABSTRACT

The application of appreciative inquiry to improve customer experience: The case study of ABC Club, has objective to discover the best positive experience to improve customer experience. And for prove that can use appreciative inquiry to improve customer experience, then make the customer loyalty. Discovery by observation and interview for get the best positive experience to action in 4 months from december 2009 to march 2010. In the end of month evaluate with the number of customer in each of loyalty pyramid, and then reflection it by appreciative inquiry for the best positive experience. Our 43 actions could get 16 methods of the best positive experience. In the end of this study ABC Club make the customer 2,257 customers to known 122 customers to try 13 customers to use our service 4 customers to use again and 2 customers to make word of mouth.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระเรื่องการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้ากรณีศึกษา ABC Club ฉบับนี้ ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยคำแนะนำที่ดีเลิศจากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ดร.กัญญา รัตนพันธ์ ผู้ซึ่งให้แนวคิดอีกแง่มุมหนึ่งที่เป็นประโยชน์อย่างสูง ต่อการนำไปปฏิบัติ และสามารถใช้ได้ในชีวิตการทำงานจริง ประกอบกับความกรุณาอย่างยิ่งที่ได้สละเวลาอันมีค่าทั้งปวงเพื่อการอธิบาย ให้แนวทาง ไขข้อสงสัย และเพิ่มความกระจ่างชัดเจนอย่างอดทนต่อการพยายามเรียนรู้ของนักศึกษาคนหนึ่ง นอกจากการให้คำปรึกษาที่ดีแก่นักศึกษา อาจารย์กัญญา ยังคงเสียดสี ทุ่มเท และอุทิศตนให้แก่การบุกเบิกการใช้สุนทรียศาสตร์ในประเทศไทยอีกเช่นกัน

ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่า เพื่อให้คำแนะนำ และให้แนวคิดต่อการศึกษาอิสระนี้ให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณบุคคลผู้ซึ่งให้ความรู้ที่ดี และเป็นประโยชน์ นอกเหนือจากที่ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์แนวคิดที่ดีกับพวกท่านแล้ว ยังสามารถทำให้เกิดประเด็น และจุดประกายความคิด วิธีการแก้ไขปัญหา และทำให้การศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกท่าน อีกทั้งเพื่อนร่วมชั้นเรียน MBA Executive รุ่นที่ 15 MBA Executive รุ่นที่ 16 และ MBA Young Executive รุ่นที่ 10 ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือที่ดีเสมอมา

ขอขอบคุณทีมงาน JAM (Jit Arsa Magazine) อันได้แก่ พี่กี้, น้องเอิร์ธ, น้องแป้ง และแจ้วแห้ว ที่ร่วมกันนำแผนธุรกิจเข้าสู่รอบรองชนะเลิศระดับประเทศได้ ถึงแม้ไปไม่ถึงเป้าหมาย แต่ก็ได้ใจกันเอง โดยเฉพาะเธอ แจ้วแห้ว ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง เธอเป็นทั้ง เพื่อน พี่รหัส น้องสาว พี่สาว แฟน และว่าที่ภรรยาที่น่ารักมากๆ ขอขอบคุณเธอจากใจจริง

และท้ายที่สุด ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ชัยวรมุขกุลทุกคน ที่เป็นกำลังใจ อบรมเลี้ยงดู และเป็นเบื้องหลังความสำเร็จของชีวิตการศึกษาปริญญาโท

นิพัทธ์ ชัยวรมุขกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. สรุปประเด็นปัญหา	2
3. วัตถุประสงค์การศึกษา	3
4. ขอบเขตการศึกษา	3
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
6. นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
1. สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry)	5
2. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM)	10
3. การจัดการความรู้ (Knowledge Management)	14
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา	20
1. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	20
2. ขอบเขตของประชากร	20
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21
4. ขั้นตอนการศึกษา	21
บทที่ 4 ผลการศึกษา	25
1. ผลการศึกษาจากสุนทรียสาธกรอบวงจรที่ 1 เดือน ธันวาคม 2552	27
2. ผลการศึกษาจากสุนทรียสาธกรอบวงจรที่ 2 เดือน มกราคม 2553	35
3. ผลการศึกษาจากสุนทรียสาธกรอบวงจรที่ 3 เดือน กุมภาพันธ์ 2553	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. ผลการศึกษาจากสุนทรียสาธกรอบวงจรที่ 4 เดือน มีนาคม 2553	51
5. สรุปการวัดผลการศึกษา การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก	58
6. สรุปการวิเคราะห์ผลการศึกษา	64
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	67
1. สรุปผลการศึกษา	67
2. ข้อเสนอแนะ	69
3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	69
เอกสารอ้างอิง	70
ภาคผนวก	72
ภาคผนวก ก คำอธิบายเพิ่มเติม การปฏิบัติงาน (Action)	73
ภาคผนวก ข ผลลัพธ์ผู้เข้าชมเว็บไซต์ ABC Club	100
ประวัติผู้เขียน	105

สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่	4.1	แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน ธันวาคม 2552	27
ตารางที่	4.2	แสดงสรุปผลการปฏิบัติการ (Action) รอบวงจรที่ 1 เดือน ธันวาคม 2552	30
ตารางที่	4.3	แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน มกราคม 2553	35
ตารางที่	4.4	แสดงสรุปผลการปฏิบัติการ (Action) รอบวงจรที่ 2 เดือน มกราคม 2553	38
ตารางที่	4.5	แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน กุมภาพันธ์ 2553	43
ตารางที่	4.6	แสดงสรุปผลการปฏิบัติการ(Action)รอบวงจรที่ 3 เดือน กุมภาพันธ์ 2553	46
ตารางที่	4.7	แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน มีนาคม 2553	51
ตารางที่	4.8	แสดงสรุปผลการปฏิบัติการ (Action) รอบวงจรที่ 4 เดือน มีนาคม 2553	54
ตารางที่	4.9	แสดงผลการเปรียบเทียบจำนวนลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงจากรอบเดือนฐาน (เดือนที่ 1)	59
ตารางที่	4.10	แสดงผลการเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้ เมื่อเสร็จสิ้น การศึกษา	64

สารบัญภาพ

			หน้า
ภาพที่	2.1	แสดงวงจร 4D Model	8
ภาพที่	2.2	แสดงพีรามิดแห่งความภักดี	14
ภาพที่	2.3	แสดงวงจรความรู้	17
ภาพที่	2.4	แสดงวงจรการหมุนวนความรู้	18
ภาพที่	3.1	แสดงแผนภูมิสังคม (Sociogram) ของ ABC Club	20
ภาพที่	4.1	แสดงวงจร 4D Model	25
ภาพที่	4.2	แสดงจำนวนลูกค้าที่รู้จัก ABC Club ในแต่ละเดือน	59
ภาพที่	4.3	แสดงจำนวนลูกค้าที่ทดลองใช้บริการ ABC Club ในแต่ละเดือน	60
ภาพที่	4.4	แสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ ABC Club ในแต่ละเดือน	61
ภาพที่	4.5	แสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการซ้ำ ABC Club ในแต่ละเดือน	62
ภาพที่	4.6	แสดงจำนวนลูกค้าที่นำการบริการไปบอกต่อในแต่ละเดือน	63
ภาพที่	ก.1	แสดงหน้าเว็บไซต์ของ ABC Club	74
ภาพที่	ก.2	แสดงการขยายผลคำว่า “การจับถูก” ในเว็บไซต์	75
ภาพที่	ก.3	แสดงผลการค้นหาคำว่า “การจับถูก” ของเว็บไซต์ Google	75
ภาพที่	ก.4	แสดงการทำการเผยแพร่เว็บไซต์ โดยการกระจายข้อมูลทาง E-Mail	76
ภาพที่	ก.5	แสดงผลการทำการเผยแพร่เว็บไซต์	76
ภาพที่	ก.6	แสดงแบบนามบัตรของ ABC Club	77
ภาพที่	ก.7	แสดงการทำการเผยแพร่รูปภาพโฆษณา ทางเว็บไซต์	78
ภาพที่	ก.8	แสดงการเขียนประสบการณ์ “การจับถูก” ใน www.gotoknow.org	79
ภาพที่	ก.9	แสดงผลลัพธ์การเขียนประสบการณ์ “การจับถูก”	80
ภาพที่	ก.10	แสดงกล่องใส่ “हेลล์กรัดท่อยาง” ก่อนการคิดค้นนวัตกรรม	81
ภาพที่	ก.11	แสดงแผ่นแสดง “हेลล์กรัดท่อยาง” หลังการคิดค้นนวัตกรรม	81
ภาพที่	ก.12	แสดงภาพการเข้าร่วมแข่งขันประกวด แผนธุรกิจเพื่อสังคม	82
ภาพที่	ก.13	แสดงใบเกียรติบัตรการเข้าร่วมแข่งขันประกวด แผนธุรกิจเพื่อสังคม	82
ภาพที่	ก.14	แสดงผลการประกวดแผนธุรกิจกิจการเพื่อสังคม (SEBP)	83
ภาพที่	ก.15	แสดงการทำการเผยแพร่คลิปโฆษณา	85

สารบัญภาพ (ต่อ)

			หน้า
ภาพที่	ก.16	แสดงการเขียนประสบการณ์ “พฤติกรรมการซื้อขายของอิสตรี”	86
ภาพที่	ก.17	แสดงผลของการเขียนประสบการณ์ “พฤติกรรมการซื้อขายของอิสตรี”	87
ภาพที่	ก.18	แสดงแบบสอบถามความประทับใจ	87
ภาพที่	ก.19	แสดงตำแหน่งการวางสินค้า ก่อนคิดค่านวัตกรรม	92
ภาพที่	ก.20	แสดงตำแหน่งการวางสินค้า หลังคิดค่านวัตกรรม	93
ภาพที่	ก.21	แสดงการเข้าร่วมเป็นวิทยากร World Café คณะสัตวแพทย์ ม.ช.	94
ภาพที่	ก.22	แสดงการนำบทความการไปทำ World Café ในเว็บไซต์	95
ภาพที่	ก.23	แสดงการนำข้อมูล ABC Club ใน Facebook	96
ภาพที่	ก.24	แสดงการเขียนประสบการณ์ “นวัตกรรมจากการจับถูก”	97
ภาพที่	ก.25	แสดงผลของการเขียนประสบการณ์ “นวัตกรรมจากการจับถูก”	98
ภาพที่	ก.26	แสดงการหมั่นกลับไปพูดคุยกับลูกค้าเก่า	99
ภาพที่	ข.1	แสดงจำนวนผู้เข้าชม abcclub.ning.com ภายในเดือนธันวาคม 2552	101
ภาพที่	ข.2	แสดงจำนวนผู้เข้าชม abcclub.ning.com ภายในเดือนมกราคม 2553	102
ภาพที่	ข.3	แสดงจำนวนผู้เข้าชม abcclub.ning.com ภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2553	103
ภาพที่	ข.4	แสดงจำนวนผู้เข้าชม abcclub.ning.com ภายในเดือนมีนาคม 2553	104

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ABC Club ได้ก่อตั้งขึ้นมาจากการที่ผู้ศึกษาได้ทำการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับอาจารย์ที่ศึกษาดร.ภิญโญ รัตนาพันธุ์ เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2552 เป็นบริษัทที่ปรึกษาธุรกิจด้านการพัฒนาองค์กร (Organization Development: OD) ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าธุรกิจทั่วประเทศไทย และรวมไปถึงต่างประเทศด้วย โดยใช้วิธีการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) ร่วมกับความรู้อื่นๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience) ให้ลูกค้าได้นำประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดไปพัฒนาองค์กรได้ โดยบริการของ ABC Club คือ การค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุด จากทั้งประสบการณ์ของลูกค้า ของผู้ศึกษา และทีมงานที่ได้พบเห็น ได้ศึกษา หรือแม้กระทั่งมีประสบการณ์ที่สามารถนำมาพัฒนาองค์กรในแนวทางที่ลูกค้าต้องการได้

ABC Club พบว่างานที่ผู้ศึกษาทำเป็นงานประจำซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกของครอบครัวผู้ศึกษาเองนั้น ได้ใช้หลักการสุนทรียสาธก และมีการพัฒนาเป็นประจำอยู่แล้ว รวมกับการที่ผู้ศึกษาเองมีแรงบันดาลใจที่จะหาธุรกิจอื่นเสริม โดยไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงมากนัก และไม่กระทบกับงานหลักที่ดำเนินอยู่ อาจารย์ที่ปรึกษาได้แนะนำให้ผู้ศึกษาเริ่มทำเป็นชมรมที่ปรึกษาธุรกิจ เหมือนดัง ชมรมกลุ่มลูกค้าของ Harley-Davidson (HOG) ได้พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การก่อตั้งมาในรูปแบบของชมรมนี้ ไม่เพียงแต่ไม่เสียค่าใช้จ่าย ยังเป็นการศึกษาเบื้องต้นก่อนที่จะเปิดเป็นรูปแบบบริษัทเต็มตัวอีกด้วย

ตั้งแต่ผู้ศึกษาเริ่มก่อตั้ง ABC Club ขึ้นมานั้น ผู้ศึกษาได้นำวิธีการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) มาประยุกต์ใช้กับความรู้ด้านต่างๆมากมาย เพื่อสามารถนำประสบการณ์ตรงด้านบวกที่ดีที่สุดที่ผู้ศึกษาได้มีประสบการณ์มาได้พบเห็น ได้สัมผัส ได้สอบถามหรือที่ได้ลงมือทำมาแล้วประสบผลสำเร็จ นำมาขยายผลต่อ จากนั้นก็เข้าสู่การจัดการความรู้เพื่อนำไปปฏิบัติต่อลูกค้า เพื่อพัฒนาองค์กรของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่สุด และนำมาซึ่งความภักดีของลูกค้ากับองค์กร และมีจำนวนเพิ่มขึ้นในที่สุด

หนึ่งในประสบการณ์ดังกล่าวคือ การตั้งชื่อขององค์กร ABC Club เกิดจากการที่ผู้ศึกษามีความสนใจในการทำสิ่งต่างๆให้ง่ายที่สุดเท่าที่จะทำได้ และจากการที่ได้พูดคุยกับอาจารย์ที่ปรึกษาของผู้ศึกษาเอง ท่านกล่าวถึงหลักการ Simplicity ของ Edward de bono ว่า “Simplicity is Innovation” กล่าวคือ การทำสิ่งต่างๆให้ง่ายขึ้น นับได้ว่าเป็นนวัตกรรม หลังจากนั้น ผู้ศึกษาได้ไป

คิดต่อยอดหลักการนี้อีกหลายอย่าง หนึ่งในนั้นก็คือ การตั้งชื่อชมรมที่ปรึกษา ABC Club ซึ่งย่อมาจาก “Appreciative Business Consultant Club” แปลว่า “ชมรมที่ปรึกษาธุรกิจด้วยวิธีการสุนทรียสาธก” เมื่อย่อลงมาเป็น ABC Club แล้วทำให้มีความรู้สึกเหมือนการท่องตัวอักษรภาษาอังกฤษ สื่ให้เห็นถึงความง่ายในการทำงาน และยังง่ายต่อการจดจำอีกด้วย

หลังจากการค้นพบครั้งนั้นเอง ผู้ศึกษาได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนกับผู้รู้ถึงการต่อยอดหลักการแห่งความง่าย จนได้ค้นพบอีกหลักการหนึ่งจากการพูดคุยในครั้งนั้น และภายหลังจากผู้ศึกษาได้อ่านหนังสือเล่มหนึ่งพบลักษณะคล้ายๆ กัน หนังสือชื่อว่า “IRM: CRM การตลาดรุ่งรุ่ง มุ่งสัมพันธ์” ได้กล่าวถึง Customer Relationship Management การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยหนึ่งในนั้นได้อ้างอิงถึงหลักการ พีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) ที่ว่าการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าก่อให้เกิดความภักดี (Loyalty) ของลูกค้ากับธุรกิจ นั้นมีด้วยกัน 5 ชั้น ดังนี้

1. จากคนที่ไม่รู้จัก มารู้จักธุรกิจ
2. จากคนที่รู้จักธุรกิจ มาทดลองใช้สินค้าหรือบริการ
3. จากคนที่ทดลองใช้ มาซื้อใช้สินค้าหรือบริการ
4. จากคนที่ซื้อใช้ มาใช้สินค้าหรือบริการซ้ำ
5. จากคนที่ใช้ซ้ำ นำไปบอกต่อ

ผู้ศึกษาเห็นว่าสามารถนำหลักการนี้มาประยุกต์ใช้กับ ABC Club เองได้โดยง่าย ยังสามารถอธิบายวิธีการของธุรกิจต่างๆ ไปได้อย่างง่ายดาย ทั้งยังนำไปอธิบายให้บุคคลอื่นที่สนใจได้ไม่ยาก

เมื่อนำหลักการ พีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) มารวมกับหลักการของ Appreciative Inquiry จึงเกิดคำถามขึ้นมาว่า จะทำวิธีไหนที่จะทำให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ด้านบวกที่ประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีกับ ABC Club ในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) จากคนที่ไม่รู้จักจนกระทั่งนำความประทับใจที่สุดที่ได้จาก ABC Club ไปบอกต่อได้เอง โดยทำการค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดของการทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในแต่ละชั้นของพีรามิด เพื่อนำไปใช้ และขยายผลต่อไปในแต่ละรอบ

2. สรุปประเด็นปัญหา

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปประเด็นปัญหาได้ ดังนี้ เมื่อผู้ศึกษาได้เริ่มทำการศึกษานั้น ABC Club เพิ่งเริ่มต้นก่อตั้งมาได้ไม่นาน ขณะที่ก่อตั้งนั้น ABC Club ยังไม่มีลูกค้าที่รู้จักกับองค์กรเลยแม้สักคนเดียว ผู้ศึกษาอยากจะทราบว่า จะสามารถนำวิธีการสุนทรียสาธกมาพัฒนาองค์กร และเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าได้หรือไม่ อย่างไร โดยใช้หลักการพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวัดผล โดยวัดจาก

จำนวนลูกค้าที่อยู่ในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี เพื่อวัดผลว่าประสบการณ์ใด เป็น ประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุด ที่ ABC Club จะนำไปขยายผลในเดือนถัดๆ ไปได้ นั่นคือการหา วิธีการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีกับองค์กรในแต่ละชั้นของพีรามิด แห่งความภักดีจากคนที่ไม่รู้จักรองค์กรจนกระทั่งนำความประทับใจจากการใช้บริการกับองค์กร ธุรกิจไปบอกต่อ เพื่อสามารถนำความรู้นี้ขยายผลต่อไปอีกได้โดยง่าย

3. วัตถุประสงค์การศึกษา

3.1 เพื่อสามารถค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดมาเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ส่งผลให้จำนวนลูกค้าขององค์กร ABC Club เพิ่มมากขึ้นในแต่ละชั้น ของพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

3.2 เพื่อสามารถพิสูจน์ว่าการใช้สุนทรียสาธกมาช่วยใช้ในการเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีกับองค์กรในแต่ละชั้นของพีรามิด แห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

4. ขอบเขตการศึกษา

4.1 สามารถค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดของการเพิ่มจำนวนลูกค้า ในแต่ละชั้น ของพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) จากประสบการณ์ในธุรกิจของตนเอง และบุคคลอื่น อันได้แก่ ครอบครัว เพื่อนฝูง คนที่รู้จัก และลูกค้าของ ABC Club เอง เป็นต้น

4.2 ค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดเพื่อเพิ่มประสบการณ์ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้า สามารถนำประสบการณ์นั้นไปใช้ได้เอง จนกระทั่งเกิดความประทับใจใน ABC Club ในแต่ละชั้น ของพีรามิดแห่งความภักดี และส่งผลให้ขึ้นไปอีกชั้นที่สูงกว่าได้

4.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการทำการศึกษา 4 เดือน คือเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2552 ถึง 31 มีนาคม 2553

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 สามารถประยุกต์ใช้วิธีการ สุนทรียสาธก (Appriciative Inquiry) ร่วมกับความรู้ด้าน อื่นๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ช่วยพัฒนาองค์กรของลูกค้า ABC Club ได้

5.2 สามารถประยุกต์ใช้วิธีการ สุนทรียสาธก (Appriciative Inquiry) กับ พีรามิดแห่งความ ภักดี (Loyalty Pyramid) เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่ภักดีกับ ABC Club ตั้งแต่ผู้ที่ไม่รู้จักจนกระทั่งนำ ความประทับใจในการบริการของ ABC Club ไปบอกต่อ

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 ลูกค้า (Customer) คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ตรงกับองค์กร ในที่นี้คือ ABC Club นับตั้งแต่ได้รู้จัก เริ่มทดลองใช้บริการ ใช้บริการจริง ได้ใช้บริการซ้ำ จนกระทั่งถึงได้นำการบริการของ ABC Club ไปบอกต่อ

6.2 ประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience) คือ ความรู้ที่เกิดจากการที่ลูกค้าได้กระทำหรือได้พบเห็นมาในชีวิต เกี่ยวเนื่องกับบางสิ่งบางอย่าง ในที่นี้คือ ABC Club

6.3 บล็อก (Blog : วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี แก้ไขล่าสุดเมื่อ วันที่ 8 เมษายน 2553) เป็นคำรวมมาจากคำว่า เว็บล็อก (weblog) เป็นรูปแบบเว็บไซต์ประเภทหนึ่ง ซึ่งถูกเขียนขึ้นในลำดับที่เรียงตามเวลาในการเขียน ซึ่งจะแสดงข้อมูลที่เขียนล่าสุดไว้แรกสุด โดยปกติบล็อกจะประกอบด้วยข้อความ ภาพ ลิงก์ บางครั้งจะรวมสื่อต่างๆเข้าไปด้วย ไม่จะเป็นว่า เพลง หรือคลิปวิดีโอ บล็อกจะอนุญาตให้ผู้ที่เข้ามาอ่านข้อมูล สามารถแสดงความคิดเห็นต่อท้ายข้อความที่เจ้าของบล็อกเป็นคนเขียนได้อย่างอิสระ ซึ่งทำให้ผู้เขียนสามารถได้ผลตอบกลับจากผู้อ่านโดยทันที และสามารถโต้ตอบกลับได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เขียน และผู้อ่านขึ้น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.1 สุนทรียสาธก

ใช้กระบวนการของสุนทรียสาธกในการสังเกต สอบถาม สัมภาษณ์ และนำไปใช้ เพื่อสามารถค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดของการกระทำต่างๆในเรื่องการเพิ่มจำนวนลูกค้าตามแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดีที่ประสบผลสำเร็จที่สุด นอกจากนี้ยังใช้ AI 4-D Model ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปขยายผลในรอบวงจร (cycle) ต่อไป

3.2 พีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

ใช้พีรามิดแห่งความภักดีเป็นเครื่องมือวัดผลความสำเร็จของ ABC Club โดยดูจากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของบันไดแห่งความภักดีโดยดูจาก

- 3.2.1 จำนวนผู้ที่เข้ามารู้จัก ABC Club
- 3.2.2 จำนวนผู้ที่ทดลองใช้บริการ
- 3.2.3 จำนวนผู้ที่ใช้บริการจริง
- 3.2.4 จำนวนผู้ที่ใช้บริการซ้ำ
- 3.2.5 จำนวนผู้ที่นำการบริการไปบอกต่อ

4. ขั้นตอนการศึกษา

การศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) ในการหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดในแต่ละรอบของการปฏิบัติ เทียบเคียงได้กับ การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) จากนั้นนำหลักการพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) มาทำการวัดผลด้วยการนับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) เพื่อให้บรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ในการค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดมาเพิ่มประสบการณ์ลูกค้าของ ABC Club ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของ ABC Club เพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

การศึกษาได้ทำการค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดโดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) ในขั้นตอนของการค้นหาประสบการณ์ด้านบวก ดังนี้

4.1 Discovery ค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุด

4.1.1 การสังเกต ค้นหาประสบการณ์โดยการสังเกตสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวของเราโดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) ไม่ว่าจะเป็นจากประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษา หรือจากสื่ออื่นๆ เช่น ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ รวมไปถึงหนังสือ หรือบทความต่างๆ เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดในการเพิ่มประสบการณ์ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ก่อให้เกิดลูกค้าที่ภักดีกับ ABC Club ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของ ABC Club เพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิด

4.1.2 การสัมภาษณ์ โดยการใช้นวัตกรรม (Appreciative Inquiry) ในการดำเนินการวิจัยเชิงชาติพรรณนา กล่าวคือ ใช้การตั้งคำถามด้านบวก เพื่อค้นหาเชิงลึกถึงประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดในตัวบุคคล ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์บุคคลโดยตรง หรือใช้แบบสอบถามความประทับใจ และนำไปสู่กระบวนการขั้นต่อไป

4.1.3 ในการพิสูจน์ว่าการใช้นวัตกรรม (Appreciative Inquiry) มาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า สามารถทำให้ลูกค้า เกิดความประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) นั้น เป็นจริง หรือไม่ ผู้ศึกษาได้นำประสบการณ์ที่ค้นพบได้นั้นมาเข้าสู่ขั้นตอนที่ในส่วนที่เหลือของ AI 4-D Model เพื่อพิสูจน์ว่า นวัตกรรม (Appreciative Inquiry) สามารถช่วยเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดีได้จริง

4.2 Dream จินตนาการสร้างฝันในอนาคต

เมื่อค้นพบประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดที่จะเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้าแล้ว จากนั้นนำประสบการณ์นั้นมาจินตนาการสร้างฝันในอนาคต ถ้า ABC Club อยู่ในภาวะที่ดีที่สุด จะเกิดอะไรขึ้น ซึ่งเรียกว่า วิสัยทัศน์

ทั้งนี้วิสัยทัศน์ของ ABC Club คือการที่จะเป็นชมรมที่ปรึกษาธุรกิจระดับประเทศโดยการเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ใช้ช่วยแก้ปัญหาของลูกค้าได้ นำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าผู้ภักดีกับ ABC Club วัตถุประสงค์ด้วยจำนวนลูกค้าตามชั้นพีรามิดแห่งความภักดี ภายในระยะเวลา 1 ปี หลังจากก่อตั้ง ABC Club จะต้องทำให้

- มีผู้ที่รู้จักไม่ต่ำกว่า 2,400 ราย
- มีผู้ที่ทดลองพูดคุยไม่ต่ำกว่า 240 ราย
- มีผู้ใช้บริการไม่ต่ำกว่า 24 ราย
- มีผู้ใช้บริการซ้ำไม่ต่ำกว่า 12 ราย และ
- มีผู้ที่นำการให้บริการของ ABC Club ไปบอกต่อไม่ต่ำกว่า 6 ราย

พิจารณาตามความสามารถของ ABC Club ที่จะทำงานได้ คือ ABC Club สามารถเข้าไปเป็นที่ปรึกษาขององค์กรต่างๆ ได้ไม่เกิน 2 รายต่อเดือน ดังนั้น ABC Club ควรจะมีลูกค้าไม่ต่ำกว่า 12 รายภายใน 1 ปี แต่ไม่มากเกิน 24 รายต่อ 1 ปี จากนั้นนำไปคิดอัตราส่วนตามชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี

แต่ว่าผู้ศึกษาทำการศึกษาเพียง 4 เดือน จึงออกแบบโครงสร้างเพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ของ ABC Club ที่วางไว้ โดยต้องแบ่งวิสัยทัศน์เพื่อการเริ่มต้นออกเป็น 3 ส่วน (4 เดือน) โดย

- มีผู้ที่รู้จักไม่ต่ำกว่า 800 ราย
- มีผู้ที่ทดลองพูดคุยไม่ต่ำกว่า 80 ราย
- มีผู้ที่ใช้บริการไม่ต่ำกว่า 8 ราย
- มีผู้ที่ใช้บริการซ้ำไม่ต่ำกว่า 4 ราย และ
- มีผู้ที่นำการให้บริการของ ABC Club ไปบอกต่อไม่ต่ำกว่า 2 ราย

4.3 Design ออกแบบโครงสร้างเพื่อความฝันนั้นเป็นจริง

จาก Dream วิสัยทัศน์ข้างต้นที่ได้กำหนดไว้ นำประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดที่ผู้ศึกษาทำการค้นพบมา ออกแบบโครงสร้างวิธีการลงมือทำเพื่อทำความฝันของ ABC Club ให้เกิดขึ้นได้จริง อีกทั้งยังเพิ่มประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และท้ายที่สุด ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของ ABC Club มีจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี ขั้นตอนการออกแบบโครงสร้างนี้ จึงถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากขั้นตอนหนึ่ง

4.4 Destiny นำวิธีการที่วางเอาไว้ไปลงมือทำจริงๆ

4.4.1 นำประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุด มาลงมือทำ เพื่อนำไปสู่การเพิ่มจำนวนลูกค้าในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี

4.4.2 ทำตารางสรุปรูปภาพรวมความก้าวหน้าในแต่ละรอบเดือน และเพื่อนำไปออกแบบวิธีการปฏิบัติเพิ่มเติมที่จะทำต่อไปในรอบวงจรถัดไปของการศึกษาอิสระนี้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนใหญ่ๆ คือ

- (1) ความท้าทาย คือ สิ่งที่เราสนใจ เป้าหมาย ข้อจำกัด หรือปัญหาที่เกิดขึ้น
- (2) Action คือ สิ่งที่เราทำ เมื่อค้นพบประสบการณ์ความท้าทาย
- (3) Discovery คือ สิ่งที่เราค้นพบ หรือผลที่เกิดขึ้น จากสิ่งที่เรากับความท้าทาย
- (4) 3D (Dream Design Destiny) คือ การที่เรานำสิ่งที่ค้นพบ หรือผลที่เกิดขึ้นในขั้นตอน Discovery ไปขยายผลต่ออย่างไร

4.5 วัดผลของของการปฏิบัติงานของการศึกษา

ทำการวัดผลโดยการนับจำนวนลูกค้าทั้งหมดที่เพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี เพื่อเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงจากรอบเดือนฐาน (เดือนที่ 1 ของการทำการศึกษา) และเพื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมาย หรือวิสัยทัศน์ที่วางเอาไว้เมื่อเสร็จสิ้นการศึกษา

4.6 วิเคราะห์ผลของของการปฏิบัติงานของการศึกษา

นำการปฏิบัติที่ทำในแต่ละรอบวงจร มาทำการวิเคราะห์ผล โดยการทำการสะท้อนการปฏิบัติงาน (Reflection) โดยใช้สุนทรียสารก เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดของการปฏิบัติในรอบนั้นๆ เพื่อนำไปใช้ในครั้งถัดๆไป โดยดูจากการวัดผลของแต่ละรอบ ดังนี้

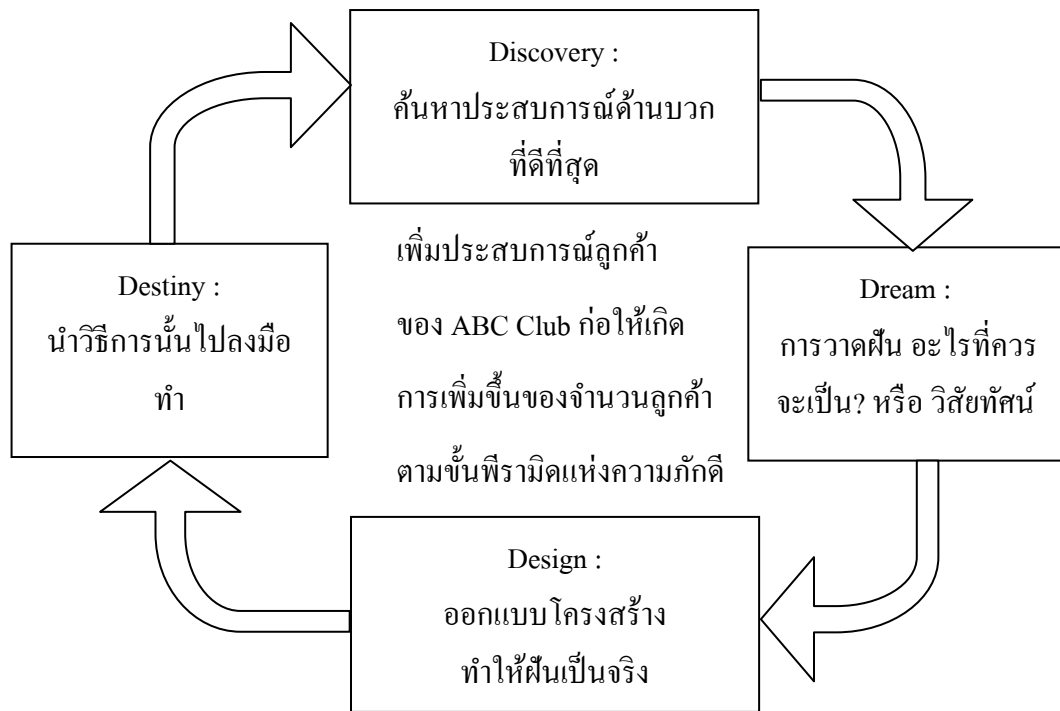
4.6.1 ค้นหาการปฏิบัติในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความคิด ที่เมื่อวัดผลแล้วส่งผลให้ลูกค้าขึ้นไปอีกชั้นของพีรามิดได้ หรือ

4.6.2 ค้นหาการปฏิบัติในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความคิด ที่เมื่อวัดผลแล้วส่งผลให้เกิดจำนวนลูกค้ามากที่สุดในการปฏิบัติในครั้งนั้นๆ

4.6.3 เมื่อได้การปฏิบัติที่ดีที่สุดในแต่ละชั้นของพีรามิดในแต่ละเดือนแล้ว นำเข้ามาสู่ AI 4-D Model เพื่อนำไปสร้างจินตนาการ ออกแบบ และลงมือทำจริง เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ (Action) ต่อในครั้งถัดไปได้

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้สุนทรียสาธก AI 4-D Model เป็นเครื่องมือหลักในการศึกษา



ภาพที่ 4.1 แสดงวงจร 4D Model

โดยทำการศึกษา ค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุด โดยใช้กระบวนการของสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่สามารถแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้าได้ร่วมกับหลักการพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) เพิ่มประสบการณ์ เพื่อที่จะได้มาซึ่งจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นของพีรามิดแห่งความภักดี

ผู้ศึกษาทำการศึกษาเป็นระยะเวลา 4 เดือน ในแต่ละเดือนผู้ศึกษาได้ใช้ AI 4-D Model เป็นเครื่องมือหลักในการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ

1. Discovery ค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุด
2. Dream จินตนาการสร้างฝันในอนาคต

3. Design ออกแบบโครงสร้างเพื่อให้ความมั่นคงเป็นจริง

4. Destiny นำวิธีการที่วางเอาไว้ไปลงมือทำจริงๆ

เพื่อให้ได้มาซึ่ง ประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุด ที่จะเพิ่มประสบการณ์ให้ลูกค้า สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้ นำมาซึ่งจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นตามแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี

เมื่อเสร็จขั้นตอนการลงมือทำ ในแต่ละเดือนจะได้ประสบการณ์ด้านบวกที่ผู้ศึกษาได้ลงมือปฏิบัติมา 1 ชุด นำมาสรุปเป็นตารางสรุปภาพรวมความก้าวหน้า วัตถุประสงค์จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นด้วยพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) กล่าวโดยสรุปคือ

1. จากผู้ที่ไม่รู้จัก มารู้จัก ABC Club
2. จากผู้ที่รู้จัก มาทดลองใช้บริการ ABC Club
3. จากผู้ทดลองใช้ มาซื้อ หรือใช้บริการ ABC Club จริง
4. จากผู้ซื้อใช้ มาใช้บริการ ABC Club ซ้ำ
5. จากผู้ใช้บริการซ้ำ นำการบริการ ABC Club ไปบอกต่อ

จากนั้นนำมาวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยการสะท้อนการปฏิบัติ (Reflection) ในแต่ละรอบด้วยสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) อีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดของการปฏิบัติในรอบนั้นๆ โดยพิจารณาจากประสบการณ์ที่ผู้ศึกษา และลูกค้าประทับใจที่สุดในแต่ละรอบการปฏิบัตินั้น เพื่อนำไปใช้ในเดือนถัดๆ ไป

สุดท้ายหลังจบการศึกษาต้องนำผลที่ได้จากการปฏิบัติทั้งหมด คือ จำนวนลูกค้าที่เกิดขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดีทั้งหมด 4 เดือน มาเปรียบเทียบกับ Dream วิสัยทัศน์ที่จินตนาการเอาไว้ เพื่อพัฒนาไว้ในคราวต่อไปอีกด้วย

เพื่อความเข้าใจ และความชัดเจนมากยิ่งขึ้น สามารถอ่านรายละเอียดต่างๆ เพิ่มเติมได้จากตาราง 4-D และ Reflection (สะท้อนการปฏิบัติงาน) ในแต่ละรอบวงจร ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาจากสุนทรียสาครรอบวงจรที่ 1 เดือน ธันวาคม 2552

1.1 แสดงผลการค้นหาประสบการณ์ด้านบวกในการปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า รอบวงจรที่ 1 เดือน ธันวาคม 2552

ตารางที่ 4.1 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน ธันวาคม 2552

พีรามิดขั้นที่ 1 การทำให้คนไม่รู้จัก -> มารู้จัก ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<ul style="list-style-type: none"> - ตั้งชื่อ ชมรม - จัดทำเว็บไซต์ - ใช้หลักการแห่งความง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบว่า ชื่อที่ฟังง่าย อ่านง่าย เข้าใจง่าย ผู้คนจะจดจำได้ง่ายดาย จากหลักการ Simplicity is Innovation ของ Edward de bono - ค้นพบ www.ning.com เป็น Community เว็บไซต์ สำหรับผู้ที่ต้องการมี เว็บไซต์ เป็นของตนเองอย่างง่ายๆ มี สิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย และ ฟรี เพื่อเป็นแหล่ง รวบรวมความรู้ที่ค้นพบมา (Knowledge Management) - ค้นพบว่าการอธิบาย คำว่า Appreciative Inquiry กับคนไทยเป็นไปได้ยาก จึงได้ค้นพบคำภาษาไทยที่สื่อให้เห็นถึง ความหมายของ AI ใช้คำว่า “การจับถูก” 	<ul style="list-style-type: none"> - ตั้งชื่อองค์กรว่า ABC Club เพื่อสื่อให้เห็นถึงความง่ายดาย ใครๆก็ ประกอบธุรกิจได้ - เข้าไปเปิด http://abcclub.ning.com (ภาคผนวก ก 1.1) - ขยายเอาคำว่า “การจับถูก” ไว้ทุก หน้าเว็บไซต์ (ภาคผนวก ก 1.2) 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เข้าชมรวม 572 ครั้ง 391 คน 11 ประเทศ(ภาคผนวก ก 1.1) - ค้นหาคำว่า “การจับถูก” ใน Google เว็บไซต์ ABC Club อยู่ในหน้าแรกของ Google (ภาคผนวก ก 1.2) - มีผู้ที่ได้รับเมลล์จากทาง เว็บไซต์ 356 คน (ภาคผนวก ก 1.3) - มีผู้รู้จักเพิ่มจากนามบัตร 100 คน และที่มีผลต่อ คือ

ตารางที่ 4.1 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน ธันวาคม 2552 (ต่อ)

<p>- ทำการเผยแพร่เว็บไซต์ของABC Club</p> <p>- จัดทำ นามบัตรโดยใช้หลักการแห่งความง่าย</p>	<p>- ค้นพบว่า abcclub.ning.com สามารถส่งคำเชิญชวนไปให้เพื่อนๆที่มีรายชื่ออยู่ในเมลล์ได้โดยง่าย อาทิเช่น การเขียนบทความที่ค้นพบได้ไว้ในกระทู้ต่างๆ</p> <p>- ค้นพบว่า การทำนามบัตรเอาติดตัวไว้แจก สามารถทำให้คนรู้จักได้มากขึ้น</p> <p>- ค้นพบว่า การออกแบบนามบัตรให้ดูง่ายโดยใช้สีเดียวทั้งประหยัด และดูดี</p>	<p>- ส่งข้อมูลกระจายทางเมลล์ ได้โดยง่าย</p> <p>(ภาคผนวก ก 1.3)</p> <p>- ออกแบบนามบัตรให้ดูง่าย</p> <p>(ภาคผนวก ก 1.4)</p> <p>- พัฒนาเป็นมาตรฐาน ใช้ในเดือนต่อไป</p>	<p>- โรงสีข้าว ที่ จ.หนองบัวลำภู (ภาคผนวก ก 1.4)</p> <p>- ร้านยาวชิราพรเกษตร จ.อุดรธานี</p> <p>- ร้านขายอะไหล่รถยนต์ จ.อุดรธานี</p> <p>รวม 3 ราย</p>
<p>พีรามิดขั้นที่ 2 การทำให้คนรู้จักแล้ว -> มาทดลองใช้ (คุย) ABC Club</p>			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<p>- แจกนามบัตรพร้อมอธิบาย</p> <p>- แนะนำตัวเองว่าเป็นที่ปรึกษา</p> <p>- แลกเปลี่ยนองค์ความรู้กัน</p>	<p>- ค้นพบว่า การใช้คำว่า “การจับถูก” ในนามบัตร สามารถเชิญชวนให้คนรับ ถ้ามองถึงความหมายของคำๆนี้</p> <p>- ค้นพบว่า การอธิบายคำว่า “การจับถูก” ให้เข้าใจง่าย ทำให้คนสนใจได้มากขึ้น</p> <p>- บอกไปตรงๆว่าเป็น “ที่ปรึกษาธุรกิจ” มีบริการอย่างไร</p> <p>- แลกเปลี่ยนกับเจ้าของธุรกิจในเชิง “ผมทำอย่างนี้ คุณทำอย่างไร”</p>	<p>- ใส่คำว่า “การจับถูก” ไว้ในนามบัตร</p> <p>- อธิบายว่า “การจับถูก” คือ การทำสิ่ง ที่ Work</p> <p>- อธิบายธุรกิจของเรา ว่าเราช่วยเขา ลดต้นทุน เพิ่มกำไร และ พัฒนาองค์กร</p>	<p>- มีผู้ที่ได้รับนามบัตรแล้ว ถ้ามองถึงคำว่าการจับถูก 30 คน</p> <p>- โรงสีข้าว 1 ที่ เชิญให้เข้าไปแลกเปลี่ยนความรู้ที่บริษัท</p> <p>- ร้านยาวชิราพรเกษตรขอคำปรึกษาด้านการตลาด</p> <p>- ร้านขายอะไหล่รถยนต์ 3 ราย</p>

ตารางที่ 4.1 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน ธันวาคม 2552 (ต่อ)

พีรามิดขั้นที่ 3 การทำให้คนทดลองใช้แล้ว -> มาซื้อใช้ ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<p>- แนะนำตัวเองว่าเป็นที่ปรึกษา</p> <p>- อธิบายวิธีการในการให้คำปรึกษาด้วย “การจับถูก”</p>	<p>- บอกไปตรงๆว่าเป็น “ที่ปรึกษาธุรกิจ” และมีบริการอย่างไรบ้าง</p> <p>- อธิบายคำว่า “การจับถูก” ให้เขาเข้าใจง่ายๆ ด้วยภาษาที่ฟังง่าย</p> <p>- ค้นพบว่า การอธิบายสิ่งที่เราเคยทำมา โดยการยกตัวอย่าง ทำให้เขามองภาพออกว่าเราทำอะไรได้บ้าง</p> <p>- ค้นพบว่า การให้ทดลองใช้บริการ ได้ผลมากกว่าบริษัทหรือสินค้าใหม่ๆ ที่เพิ่งออกตลาด</p>	<p>- อธิบายว่า ABC Club ช่วยเขา ลดต้นทุน เพิ่มกำไร และ พัฒนาองค์กร</p> <p>- ยกตัวอย่างบริษัทที่เราเคยศึกษางานมาแล้ว 2-3 แห่ง</p> <p>- ให้คำปรึกษาฟรี 1 เรื่อง</p>	<p>- ร้านยาวชิราพรเกิ้ลซ์ขอคำปรึกษาด้านการตลาด</p> <p>- ถูกเชิญไปเป็นทีมพัฒนาร้านขายอะไหล่รถยนต์ จับถูก ด้านการจำหน่ายสินค้า</p> <p>รวม 2 ราย</p>
พีรามิดขั้นที่ 5 การทำให้คนซื้อใช้แล้ว -> นำไปบอกต่อ ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<p>- ฝากวานให้แจกนามบัตร</p>	<p>- ค้นพบว่า การฝากนามบัตรไปแจกต่อ สามารถดำเนินการได้โดยที่ ABC Club ไม่ต้องดำเนินการใดๆด้านการตลาดเลย</p>	<p>- นำนามบัตรไปฝากแจกที่สถานประกอบการ</p>	<p>- มีคนรู้จักจากบอกต่อเพิ่ม 3 ราย คือ</p> <p>- ร.พ.สมุขอินเตอร์ จ.สุราษฎร์ธานี</p> <p>- มหาวิทยาลัย จ.ลำปาง</p> <p>- บ้านยาตะวันออก รวม 3 ราย</p>

1.2 สรุปการปฏิบัติการ (Action) เดือนที่ 1 ธันวาคม 2552

ภายหลังจากการปฏิบัติงานในเดือนที่ 1 คือเดือนธันวาคม 2552 ทำให้เกิดจำนวนลูกค้าในองค์กรต่างๆ มากขึ้น ซึ่งลูกค้าเริ่มรู้จักโดยวิธีการเข้าชมเว็บไซต์ และเกิดการถามเกี่ยวกับองค์กร ABC Club อีกทั้งในเดือนแรกที่เริ่มทำการศึกษา ยังเกิดลูกค้าที่ทดลองใช้บริการ ลูกค้าที่ใช้บริการจริงๆ เกิดการใช้จ่าย และมีลูกค้าที่นำองค์กรไปบอกต่อ ดังแสดงจำนวนลูกค้าตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงสรุปผลการปฏิบัติการ (Action) รอบวงจรที่ 1 เดือนธันวาคม 2552

ขั้นที่	พีรามิด ความภักดี	การปฏิบัติการ (Action)	จำนวนลูกค้า (คน)
1	รู้จัก	เว็บไซต์ abcclub	391
		แจกนามบัตร	100
		รวม	491
2	ทดลองใช้	พูดคุย	3
3	ใช้บริการจริง	ปรึกษาฟรี 1 เรื่อง	2
4	ใช้บริการซ้ำ	-	0
5	บอกต่อ	ฝากแจกนามบัตร	1

สรุปรายชื่อลูกค้าที่เข้ามาทดลอง และใช้บริการที่เกิดขึ้นในเดือนนี้

1. โรงสีข้าว ที่ จ.หนองบัวลำภู
2. ร้านยาวชิราพรเกษัช จ.อุดรธานี
3. ร้านขายอะไหล่รถยนต์ จ.อุดรธานี

1.3 วิเคราะห์ผลการปฏิบัติ โดยการทำ Reflection เดือนที่ 1 ธันวาคม 2552

1.3.1 การทำให้คนไม่รู้จัก มารู้จัก ABC Club

Discovery

ผมได้มีโอกาสเข้าอบรมระยะสั้นในโครงการ “KSME Care” ซึ่งทางธนาคารกสิกรไทยได้จัดขึ้นในจังหวัดอุดรธานีเป็นหลักสูตรระยะสั้นที่ให้ความรู้ในการทำธุรกิจเบื้องต้น

ผมได้มีโอกาสได้พบกับนักธุรกิจในจังหวัดมากมายหลายคน มีที่ทำงานหนึ่งเป็นเจ้าของบริษัทขายรถยนต์มือสองที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดอุดรธานี คือ บ.หลานนายสา จก.ก็ได้เข้าอบรมด้วย เมื่อพบกับพี่อ้อยครั้งแรก พี่อ้อยก็นำนามบัตรมาแจก เป็นนามบัตรที่สวยงาม และน่าประทับใจมาก ๆ คือเป็นนามบัตรพื้นสีเหลือง ตัวอักษรสีขาว ดูเรียบง่ายที่สำคัญเป็นการวางแนวตั้ง ซึ่งไม่เหมือนกับนามบัตรอื่นๆ ที่ได้รับแจก สัมภาษณ์พี่อ้อยมาเล็กน้อยความว่า พี่อ้อยทำนามบัตรให้สะดวกไม่ต้องใช้รูปถ่ายมากมาย แต่สามารถสื่อให้เห็นถึงธุรกิจของเราได้เป็นอย่างดี เมื่อเข้างานใดๆ ก็ตาม เช่น งานสัมมนา งานแต่ง งานบวช ก็พกติดตัวไปแจกด้วยได้ง่าย ทั้งยังไม่ต้องลงทุนอะไรมากมาย แจกไปก็ไป ก็มีคนรู้จักเรานั้น เมื่อแจกเราก็แนะนำตัวของเรา บริษัทของเราให้คนที่ได้รับแจกทราบได้ด้วย ยังสามารถพูดคุย เปิดการขายไว้ล่วงหน้าได้อีกต่างหาก

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่ไม่รู้จัก ABC Club ให้รู้จัก ABC Club มากขึ้นโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

Design

ทำการแจกนามบัตรที่ดูสวยงาม และเรียบง่าย เป็นนามบัตรที่ประทับใจต่อผู้ได้รับ สามารถสื่อถึงธุรกิจที่ปรึกษาของ ABC Club ได้ จากนั้นเมื่อได้เข้าร่วมงานกิจกรรมทางสังคมให้บ่อยที่สุดเท่าที่สามารถทำได้ ที่มีผู้คนมากมาย เช่น งานสัมมนา งานแต่งงาน งานกินเลี้ยง งานกินสุ่มเหย้า ก็ต้องพกนามบัตรติดตัวไปแจกพร้อมทั้งแนะนำตัวไปพร้อมกันด้วย

Destiny

แจกนามบัตรทุกครั้งที่มีโอกาสพบปะผู้คน พร้อมทั้งแนะนำตัวเองด้วย

1.3.2 การทำให้คนรู้จัก มาทดลองพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้กับ ABC Club

Discovery

มีงานสัมมนาหนึ่งที่ธนาคารไทยพาณิชย์จัดขึ้น วันนั้นผมได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมนี้ด้วย ในงานผมพบเจ้าของธุรกิจมากมาย หนึ่งในนั้นมีเจ้าของโรงสีข้าวที่ จ.หนองบัวลำภู เข้าร่วมด้วย ผมได้แลกเปลี่ยนนามบัตรกับพี่หนึ่ง และสอบถามเกี่ยวกับกิจการที่พี่หนึ่งทำ เมื่อพี่หนึ่งได้อ่านนามบัตรผม เกิดความสนใจในคำว่า “ที่ปรึกษาธุรกิจด้วยการจับถูก” ที่ผมพิมพ์ลงไปบนนามบัตร จึงสอบถามผมเรื่องของการจับถูก ผมได้บรรยายวิธีการการเป็นที่ปรึกษาของผมให้พี่หนึ่งฟังคร่าวๆ พี่หนึ่งสนใจมาก ผมบอกไปว่า “ผมรับปรึกษาธุรกิจด้วยการจับถูก ผมช่วยให้กิจการเพิ่มกำไร ลดต้นทุน และ พัฒนาองค์กรด้วยการจับถูก ” พี่หนึ่งจึงหันกลับไปถามน้องชายที่

เป็นผู้จัดการ โรงสีข้าว นั่น พุดคุยกันสักครู่ แล้วจึงนัดเวลาให้ผมไปคุยกันที่โรงสีข้าว จากนั้น 1 เดือนต่อมาผมก็ได้มีโอกาสไปพบ และบรรยาย “วิธีการจับถูก” ของผมที่โรงสีข้าวด้วย

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่รู้จัก ABC Club แล้ว ให้มาทดลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้พุดคุยถึงวิธีการทำงานของ ABC Club

Design

เมื่อมีโอกาสได้แจกนามบัตรของ ABC Club แล้ว จะต้องพุดคุยถึงเรื่องราวของกลุ่ม สนทนา ว่าเขาประกอบกิจการอะไรบ้าง กิจการเป็นอย่างไรบ้าง ภาวะปัจจุบันเป็นเช่นไรบ้างและแนะนำตัวเองว่าเราเป็นที่ปรึกษาธุรกิจช่วยพัฒนาองค์กรด้วยวิธีการจับถูก เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน และกัน

Destiny

ทุกครั้งที่มีการแจกนามบัตรจะต้องพุดคุยแลกเปลี่ยนถึงธุรกิจของผู้รับนามบัตรด้วย พร้อมทั้งแนะนำตัวเองว่าเราทำงานอะไร

1.3.3 การทำให้คนทดลองพุดคุย มาใช้บริการของ ABC Club

Discovery

คุณพ่อ คุณแม่ของผมมีโอกาสเดินทางไปประเทศจีน 1-2 ครั้งต่อปี คุณแม่ผม โดนใจมากที่สุด กับการทำให้คนที่ทดลองใช้ มาซื้อใช้ คือ บริษัทที่ขายยาบัวหิมะ หลังจากที่คุณแม่เดินเข้าไปในห้องที่จัดเตรียมไว้ พนักงานคนจีนที่พูดภาษาไทยได้ก็ออกมา บอกเล่าสรรพคุณยาต่างๆ นานา 5-6 ขนาน จากนั้นเด็กฝึกงานก็เข้ามา พร้อมทั้งล้างใส่น้ำอุ่นๆ จนร้อน ให้คุณแม่ได้แช่เท้าด้วย “ยาแช่เท้า” เพิ่มการไหลเวียนของเส้นเลือด บรรเทาอาการปวดขา ไม่นานหลังจากที่แช่เท้าได้ครู่หนึ่ง เด็กฝึกงานชุดเดิมเข้ามารดฝ่าเท้าให้เราโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่ม พร้อมทั้งพุดภาษาไทยปนภาษาจีนบ้าง ทั้งยังเล่าประวัติความเป็นมาต่างๆ นานา ควบคู่ไปกับการนวดเท้าอีกด้วย ถ้ามถึงเรื่องสุขภาพ เรื่องคู่ครอง เรื่องสารทุกข์สุกดิบต่างๆ ได้ซักพัก ก็มีอาจารย์หมอเดินเข้ามาในห้อง เข้าไปหาคุณแม่ไปตรวจชีพจร ตรวจลิ้น ถามประวัติ และทั้งอาจารย์หมอ และเด็กฝึกงานต่างก็ไม่ลืมที่จะขายของ คือยาขนานต่างๆ มากมาย หลังจากนั้นขึ้นมาบนรถ ปรากฏว่าแต่ละคนมียาติดไม้ติดมือมา คนละ 2-4 ขนานเลยทีเดียว

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่ทดลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ ABC Club แล้ว ให้มาใช้บริการของ ABC Club เพิ่มขึ้น

Design

สำหรับกิจการที่ทดลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ ABC Club แล้วนั้นจะต้องเสนอการบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ฟรี 1 ครั้ง เพื่อให้เขาได้รู้จัก และเข้าใจผลของการใช้บริการกับ ABC Club ให้มากขึ้นไปอีก

Destiny

ทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจกัน จะต้องเสนอการบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจฟรี 1 ครั้ง กับทางผู้ที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้อีกด้วย

1.3.4 การทำให้คนซื้อใช้แล้วนำไปบอกต่อบุคคลอื่น

Discovery

น้องชายของผมเป็นอาจารย์ประจำอยู่ที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาเขตลำปาง ผมได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดนครสวรรค์ จ.ลำปางในช่วงวันหยุดเทศกาล น้องชายผมจองห้องพักของโรงแรมหนึ่งใน จ.ลำปางให้กับ คุณพ่อ คุณแม่ของผม เพราะผมไปพักกับน้องชายที่หอพักมหาวิทยาลัย ในขณะที่เดินเข้าไปพักยังห้องพักของโรงแรม ตรงบริเวณเคาท์เตอร์เช็คอินของโรงแรม มีใบปลิวของ ร้านอาหารในตัวจังหวัดอยู่ 2-3 ราย ผมได้สอบถามพนักงานของโรงแรมได้ความว่า ใบปลิวต่างๆ เหล่านี้เป็นของร้านอาหารที่เป็นเพื่อนๆ กันกับเจ้าของโรงแรม นำมาฝากแจกเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์กัน ผมได้สอบถามน้องชาย เขาบอกว่า มี 1 ร้านจากจำนวนใบปลิวเป็นร้านเก่าแก่ของจังหวัด อีก 2 ร้าน ยังไม่เคยไปใช้บริการเช่นกัน พอเดินมาเห็นใบปลิวจึงได้ทราบว่ามีบริการอยู่ที่ใด จะได้พาครอบครัว และเพื่อนๆ ไปใช้บริการกัน

Dream

ให้กิจการที่เป็นลูกค้าของ ABC Club ช่วยประชาสัมพันธ์การให้บริการของ ABC Club ด้วยการบอกต่อ

Design

สำหรับกิจการที่เป็นลูกค้าของ ABC Club แล้ว จะขออนุญาตนำ นามบัตรไปช่วยวางไว้ที่สถานประกอบการ ช่วยประชาสัมพันธ์การให้บริการของ ABC Club ด้วยการบอกต่อ

Destiny

ทุกครั้งที่มีการลูกค้ามาใช้บริการของ ABC Club จะต้องขออนุญาตนำ นามบัตรไปฝากวางไว้ที่สถานประกอบการ เพื่อให้ลูกค้าเป็นคนบอกต่อการให้บริการของ ABC Club

1.4 สรุปผลการทำ Reflection เดือนที่ 1 ธันวาคม 2552

จากการวิเคราะห์ผลการปฏิบัติโดยการทำ Reflection ได้รวบรวมประสบการณ์ลูกค้า
ที่ดีที่สุดในการกระทำ ที่ทำให้ลูกค้าแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดีเพิ่มจำนวนขึ้น ดังนี้

1. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มารู้จัก ABC Club

โดยการแจกนามบัตรทุกครั้งที่มีโอกาสพบปะผู้คน พร้อมแนะนำตัวเองไปด้วย

2. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาทดลองใช้บริการ

โดยทุกครั้งที่มีการแจกนามบัตรจะต้องพูดคุยแลกเปลี่ยนถึงธุรกิจของผู้รับ
นามบัตรด้วย พร้อมทั้งแนะนำตัวเองว่าเราทำงานอะไร

3. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้ใช้บริการจริง

โดยทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจกัน จะต้องเสนอการบริการให้
คำปรึกษาทางธุรกิจฟรี 1 ครั้ง กับทางผู้ที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้อีกด้วย

4. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาใช้บริการซ้ำ

(ยังไม่มีลูกค้าเกิดขึ้นในชั้นพีรามิดขั้นนี้)

5. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้นำการบริการไปบอกต่อ

โดยทุกครั้งที่มีลูกค้ามาใช้บริการของ ABC Club จะต้องขออนุญาตนำ นามบัตร
ไปฝากวางไว้ที่สถานประกอบการ เพื่อให้ลูกค้าเป็นคนบอกต่อการใช้บริการของ ABC Club

2. ผลการศึกษาจากสุนทรียสาธกรอบวงจรที่ 2 เดือน มกราคม 2553

2.1 แสดงผลการค้นหาประสบการณ์ด้านบวกในการปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า รอบวงจรที่ 2 เดือน มกราคม 2553

ตารางที่ 4.3 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน มกราคม 2553

พีรามิดขั้นที่ 1 การทำให้คนไม่รู้จัก -> มารู้จัก ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<ul style="list-style-type: none"> - Update ข้อมูลใน เว็บไซต์ของ ABC Club - ร่วมก่อตั้งชมรมเพิ่มเติม - แจกนามบัตรเพิ่ม 100 ใบ - เขียน Blog ลง Gotoknow.org 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบว่า การใส่รูปภาพโฆษณาต่างประเทศที่สื่อให้เห็น ไอเดียแปลกๆ แล้วส่งต่อไปยังรายชื่อในเมล์ สามารถเชิญชวนให้มีคนมารู้จักเพิ่มขึ้น - ค้นพบกลุ่มคนที่สนใจศึกษาพฤติกรรมการบอกต่อของผู้หญิง - ค้นพบการแจกนามบัตรตามสถานประกอบการต่างๆ โดยร่วมกับการแนะนำวิธีการดีๆ ให้เจ้าของกิจการ โดยเฉพาะผู้หญิง - ค้นพบ www.gotoknow.org Blog ชุมชนแห่งการเรียนรู้ ที่มีผู้ชมมากที่สุดแห่งหนึ่งในไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งลิงค์รูปโฆษณากระจายทางเมล์ (ภาคผนวก ก 2.1) - ร่วมก่อตั้ง Female Marketing Community - เขียนประสบการณ์ที่ได้ “จับถูก” มา ใน www.gotoknow.org (ภาคผนวก ก 2.2) 	<ul style="list-style-type: none"> - มีผู้เข้าชมรวม 375 ครั้ง 264 คน (ภาคผนวก ก 2.1) - มีคนรู้จักจากนามบัตรเพิ่ม 100 คน และที่มีผลต่อ คือ - ร้านบ้านยาตะวัน จ.ขอนแก่น - ร้านวัสดุก่อสร้าง หนองคาย - ร้าน The Dog Club ขอนแก่น - รวม 3 ราย - จำนวนผู้เข้าชม 13 Blogs เฉลี่ย Blog ละ 85 คน/Blog (ภาคผนวก ก 2.2)

ตารางที่ 4.3 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน มกราคม 2553 (ต่อ)

พีรามิดขั้นที่ 2 การทำให้คนรู้จักแล้ว -> มาทดลองใช้ (คุย) ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<ul style="list-style-type: none"> - แจกนามบัตรพร้อมอธิบาย - แนะนำตัวเองว่าเป็นที่ปรึกษา - เขียน Blog ลง Gotoknow.org - พฤติกรรมการบอกต่อของสตรี 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบว่า การอธิบายคำว่า “จับถูก” ให้เข้าใจง่าย ทำให้คนสนใจได้มากขึ้น - บอกไปตรงๆว่าเป็น “ที่ปรึกษาธุรกิจ” และมีบริการอย่างไรบ้าง - ค้นพบว่า การให้ทดลองใช้บริการ ได้ผลมากกับบริษัท หรือสินค้าใหม่ๆ ที่เพิ่งออกตลาด โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นผู้หญิง - เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับการจับถูก ในหัวข้อ “Appreciative Inquiry by ALMON” - ค้นพบว่า ผู้หญิง 1 คน ถ้าประทับใจเรื่องใด จะบอกต่อ ไปอีก 27 คน 	<ul style="list-style-type: none"> - อธิบายว่า “จับถูก” คือ การทำสิ่งที่ Work - อธิบายธุรกิจของเรา ว่าเราช่วยเขา ลดต้นทุน เพิ่มกำไร และ พัฒนาองค์กร - ทดลองให้คำปรึกษาฟรี 1 เรื่อง - เขียนบทความใน www.gotoknow.org (ภาคผนวก ก 2.3) - เน้นการพูดคุยให้ความสนใจที่ผู้หญิง เพราะผู้หญิงมีอัตราการบอกต่อมากกว่าผู้ชาย 	<ul style="list-style-type: none"> - บ้านยาตะวันตกำปรึกษาการตลาด - ร้าน The Dog Club ปรึกษาเรื่องการตลาด - ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่หนองคาย ทดลองใช้บริการ - โรงพยาบาลสมุยอินเตอร์ ขอคำปรึกษาการตลาด รวม 4 ราย - จำนวนผู้ตอบบทความรวม 16 คน(ภาคผนวก ก 2.3)
พีรามิดขั้นที่ 3 การทำให้คนทดลองใช้แล้ว -> มาซื้อใช้ ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<ul style="list-style-type: none"> - ทฤษฎี Royalty 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบ ทฤษฎี Royalty Pyramid : พีรามิดแห่งความภักดี 	<ul style="list-style-type: none"> - อธิบายอย่างง่ายๆ เรื่องทฤษฎี 	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมที่นำแบบสอบถามไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน มกราคม 2553 (ต่อ)

<p>Pyramid</p> <p>- ทำแบบสอบถามความประทับใจแก่ลูกค้ากิจการ</p> <p>- คิดนวัตกรรมในสถานประกอบการ</p>	<p>- ค้นพบว่า การเริ่มต้นด้วยสิ่งที้ง่ายๆในการให้เจ้าของกิจการทำได้โดยไม่ต้องเสียเวลา คือการทำแบบสอบถามความประทับใจให้ลูกค้าไปกรอกเอง</p> <p>- ค้นพบว่าความคิดนวัตกรรมเล็กๆน้อยๆ ที่ช่วยลดระยะเวลาในการทำงาน ช่วยให้เจ้าของกิจการที่ทดลองใช้มาใช้บริการเราได้</p>	<p>Royalty Pyramid แก่ผู้ประกอบการที่สนใจ</p> <p>- ทำแบบสอบถามความประทับใจให้นำไปใช้</p> <p>- คิดนวัตกรรมเล็กๆน้อยๆให้กิจการ เพื่อลดระยะเวลาในการทำงาน <i>(ภาคผนวก ก 2.4)</i></p>	<p>- บ้านยาตะวัน จ.ขอนแก่น</p> <p>- ร้าน The Dog Club จ.ขอนแก่น</p> <p>- ร้านขายวัสดุก่อสร้าง</p> <p>- โรงพยาบาลสมุทัยอินเตอร์ จ.สุราษฎร์ธานี รวม 4 ราย</p> <p>- คิดนวัตกรรม”การแสดงตัวอย่าง เหล็กรัดท่อยาง” แก่ร้านขายอะไหล่รถยนต์ จ.อุดรธานี <i>(ภาคผนวก ก 2.4)</i> รวม 1 ราย</p>
<p>พีรามิดขั้นที่ 5 การทำให้คนซื้อใช้แล้ว -> นำไปบอกต่อ ABC Club</p>			
<p>Action</p>	<p>Discovery (What work)</p>	<p>3D</p>	<p>Performance</p>
<p>- ทฤษฎี Royalty Pyramid</p> <p>- พฤติกรรมการบอกต่อของสตรี</p>	<p>- ค้นพบ ทฤษฎี Royalty Pyramid : พีรามิดแห่งความภักดี</p> <p>- ค้นพบว่า ผู้หญิง 1 คน ถ้าประทับใจเรื่องใด จะบอกต่อไปอีก 27 คน</p>	<p>- ทั้ง 2 ทฤษฎี ช่วยให้กิจการได้เข้าใจถึงขั้นตอนในการทำการตลาดอย่างง่ายๆ และยังส่งผลต่อ ABC Club อีก</p>	<p>- บ้านยาตะวัน ได้เล่า และบอกต่อ ทฤษฎี Royalty Pyramid แก่ สอนง.ประกันชีวิตแห่งหนึ่งใน จ.ขอนแก่น</p>

2.2 สรุปการปฏิบัติการ (Action) เดือนที่ 2 มกราคม 2553

หลังจากมีการปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติบางประการเพื่อให้เกิดความเหมาะสม และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ทำให้เกิดจำนวนลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นจากเดือนที่ 1 ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงสรุปผลการปฏิบัติการ (Action) รอบวงจรที่ 2 เดือน มกราคม 2553

ชั้นที่	พีรามิดความภักดี	การปฏิบัติการ (Action)	จำนวนลูกค้า (คน)
1	รู้จัก	เว็บไซต์ abcclub	264
		แกลนามบัตร	100
		Blog Gotoknow	85
		รวม	449
2	ทดลองใช้	พูดคุย	4
		Blog Gotoknow	16
		รวม	20
3	ใช้บริการจริง	แบบสอบถาม	4
4	ใช้บริการซ้ำ	-	0
5	บอกต่อ	การตลาดอิสตรี	1

สรุปรายชื่อลูกค้าที่ใช้บริการที่เกิดขึ้นในเดือนนี้

1. ร้านขายยา บ้านยาตะวัน จ.ขอนแก่น
2. โรงพยาบาลสมุยอินเตอร์
3. ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ จ. หนองคาย
4. ร้าน The Dog Club ที่ ห้างเซนทรัล จ.ขอนแก่น

2.3 Reflection เดือนที่ 2 มกราคม 2553

2.3.1 การทำให้คนไม่รู้จัก มารู้จัก ABC Club

Discovery

ผมได้เปิดเว็บไซต์ของ ABC Club ไว้ที่ <http://abcclub.ning.com> เพื่อรวบรวมข้อมูล และรับสมัครสมาชิก มีวันหนึ่งผมได้ค้นหาเว็บไซต์ประเภทเดียวกันจาก www.google.com

ผมรู้สึกประทับใจในเว็บไซต์ของประเทศไทย ที่ใช้ www.ning.com เหมือนกับของ ABC Club นั่นคือ <http://thaioffcamera.ning.com> เป็นเว็บไซต์เผยแพร่ความรู้ด้านการถ่ายภาพ และเป็นเว็บไซต์ที่อยู่ลำดับต้นๆ ของ Google อีกด้วย ที่ผมประทับใจในเว็บไซต์นี้ก็คือ คลิปวิดีโอสอนการถ่ายภาพเบื้องต้นที่ดึงข้อมูลมาจาก www.youtube.com อีกที่หนึ่งน่าสนใจมากๆ มีทั้งของคนไทยทำขึ้น และคนต่างชาติทำขึ้นอีกด้วย ผมจึงเข้าไปดูคลิปวิดีโอจาก Youtube ผมก็ค้นหาคlipวิดีโอโฆษณาของคนไทย ที่ผมประทับใจที่สุดเป็นโฆษณายาสระผมยี่ห้อหนึ่ง ที่ชมแล้วประทับใจมากๆ นั่นคือโฆษณายาสระผมแพนทิน <http://www.youtube.com/watch?v=HMibV2cu6pY> ผมจึงได้นำคลิปดังกล่าวเข้าไปใน เว็บไซต์ ABC Club ของผม จากนั้นก็กระจายข้อมูลต่อไปให้คนที่อยู่ในรายชื่อเมล์ของผม

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่ไม่รู้จัก ABC Club ให้มารู้จัก ABC Club จากการนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

Design

ทำการเปิดเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ ABC Club สามารถประชาสัมพันธ์ได้ไกลทั่วโลก นำข้อมูลมัลติมีเดียต่างๆ เช่น รูปภาพ คลิปเสียงเพลง คลิปวิดีโอ ที่โดนใจเรามากที่สุดเพิ่มเข้าไปเพื่อดึงดูดความสนใจ จากนั้นก็กระจายข้อมูลต่อทางอีเมลเพื่อให้คนเข้ามารู้จัก

Destiny

ค้นหา และนำรูป หรือคลิปโฆษณาที่เราประทับใจมากที่สุดเพิ่มเข้าไปในเว็บไซต์ในทุกๆ เดือนๆ ละ 5 คลิป จากนั้นก็กระจายข้อมูลผ่านทางอีเมล

2.3.2 การทำให้คนรู้จัก มาทดลองพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้กับ ABC Club

Discovery

มีวันหนึ่งผมเดินทางมาวังมิถิมาธารอนที่ จ.ขอนแก่น ได้เข้าพักที่หอพักรายวันแห่งหนึ่งบริเวณ ถ.มะลิวัลย์ เป็นห้องพักเปิดใหม่ยังไม่ค่อยมีคนเข้ามาพักมากนัก ผมเข้าไปพัก 2 วัน 1 คืน แล้วรู้สึกว่าการพักนี้ควรจะได้รับการปรับปรุงด้านความประทับใจอีกเล็กน้อยอาทิเช่น ความสูงของหมอนหนุนในห้องพัก จำนวนปลั๊กไฟที่มีให้น้อยเกินไป และที่ผมประทับใจมากที่สุดคือในห้องพักมีขนมเค้กก้อนเล็กๆ ก้อนหนึ่งที่ทางห้องพักจัดเตรียม ไว้ให้แขกที่มาพักด้วย เมื่อผมได้ไปวังมิถิมาธารอนเสร็จในตอนเช้าของวันอาทิตย์ และเข้าไปพักผ่อนต่ออีกเล็กน้อย หลังจากนั้นประมาณช่วงสายๆ ผมได้คืนห้องพัก พร้อมทั้งแนบเอกสารยอชื่นหนึ่งไปด้วย เป็นนามบัตรของ ABC Club โดยที่ด้านหลังของนามบัตรได้แนะนำปัญหา และความประทับใจในการใช้ห้องพักใน

คืนนั้นว่า ควรจะปรับปรุงสิ่งใด และควรที่จะสนับสนุนสิ่งใดต่อไป พอคิดว่าผู้ที่ทำการบริการคินห้องของผมเป็นลูกสาวเจ้าของห้องพักนั้น จึงได้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเกิดขึ้นอีกด้วย น้องคนนั้นยังกล่าวขอบคุณที่แนะนำข้อสังเกตนี้ให้เธอรู้อีกด้วย

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่รู้จัก ABC Club ไปพร้อมกับการทดลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้พูดคุยถึง วิธีการทำงานของ ABC Club ไปพร้อมกัน

Design

เมื่อเดินทางไปใช้บริการในสถานที่ต่างๆ จากนั้นใช้การสังเกตปัญหาของกิจการนั้นๆ ทำการบันทึกไว้ด้านหลังนามบัตรของ ABC Club แล้วยื่นนามบัตรนั้นแก่เจ้าของ หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในกิจการ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้กิจการนั้นๆ ไปพร้อมๆ กับการที่ทำให้คนที่ไม่รู้จักมารู้จัก ABC Club ให้มากขึ้นอีกด้วย

Destiny

ทุกครั้งที่มีเข้าไปใช้บริการ หรือสินค้าใดๆ ใช้การสังเกตปัญหาของกิจการ นำมาบันทึกไว้ด้านหลังนามบัตรของ ABC Club นำไปมอบให้เจ้าของกิจการ เพื่อให้เจ้าของกิจการที่ไม่รู้จักมารู้จัก และทดลองพูดคุยกับ ABC Club ไปพร้อมกัน

2.3.3 การทำให้คนทดลองพูดคุย มาใช้บริการของ ABC Club

Discovery

บ่ายวันหนึ่งผมได้มีโอกาสพูดคุยกับ คุณน้ำผู้หญิงท่านหนึ่งเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายยาชื่อร้าน “บ้านยาตะวัน” เป็นร้านจำหน่ายยาแผนปัจจุบันที่เพิ่งเปิดใหม่บริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จ.ขอนแก่น คุณน้ำมาขอคำปรึกษาเรื่องการตลาดสำหรับร้านยามาได้สักพักแล้ว วันนั้นผมได้บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการตลาดสำหรับสตรี Female Marketing ว่า “พฤติกรรมการบอกต่อของผู้หญิง 1 คน จะบอกเล่าเรื่องราวที่ตนเองประทับใจต่อไปอีก 27 คน แต่พฤติกรรมการบอกต่อของผู้ชายจะบอกเล่าเรื่องราวที่ตนเองประทับใจต่อไปเพียงแค่ 2 คนเท่านั้น” ผมจึงอธิบายต่อไปว่า ให้พัฒนา ปรับปรุงร้านยา ให้เป็นที่ประทับใจกับ เพศหญิงมากที่สุด เพื่อให้ผู้หญิงที่เข้ามาใช้บริการนำความประทับใจไปบอกต่อเอง คุณน้ำได้ฟังดังนั้น เกิดความประทับใจในสิ่งที่ผมให้ฟัง จากนั้นก็นัดผมไปคุยต่อที่ร้านยาของคุณน้ำในอาทิตย์ถัดไป เพื่อไปดูสถานที่จริง ว่าจะต้องปรับปรุงสิ่งใดบ้าง โดยผมเสนอจะรับปรึกษาฟรี 1 ครั้ง

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่ทดลองใช้บริการแล้ว ให้มาใช้บริการของ ABC Club เพิ่มขึ้น

Design

สำหรับกิจการที่ทดลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ ABC Club แล้ว พบว่าต้องการให้ ABC Club ช่วยเหลือด้านการตลาด จะต้องพูดคุยถึงเรื่อง หลักการ “การตลาดสำหรับสตรี Female Marketing” พร้อมทั้งยกตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์มาประกอบการอธิบายให้เห็นภาพมากขึ้น เพื่อสนับสนุนหลักการดังกล่าว และยังสามารถช่วยให้เจ้าของกิจการสามารถนำไปประยุกต์เองได้ โดยง่ายด้วย

Destiny

ทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจกัน แล้วพบว่าต้องการให้ ABC Club ช่วยเหลือด้านการตลาด จะต้องพูดคุยถึงเรื่อง หลักการ “การตลาดสำหรับสตรี Female Marketing”

2.3.4 การทำให้คนซื้อใช้แล้ว นำไปบอกต่อบุคคลอื่น

Discovery

เดือนนี้ผมได้ค้นพบ หลักการ “พีรามิดแห่งความภักดี” เป็นหลักการง่ายๆ ที่สามารถอธิบายการประกอบธุรกิจได้ อธิบายได้ภายในเวลาไม่นาน กล่าวไว้เป็นขั้นๆ ว่า “ผู้ที่ไม่รู้จักมารู้จักธุรกิจของเรา จากผู้ที่รู้จักแล้วมาทดลองใช้ธุรกิจของเรา จากผู้ทดลองใช้มาซื้อใช้สินค้าหรือบริการของเรา และจากผู้ที่ซื้อใช้นำไปบอกต่อ” ผมได้นำหลักการนี้ไปบอกเล่าให้กับคุณน้ำ เจ้าของร้านจำหน่ายยา บริเวณมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในวันที่คุณน้ำคนนั้นนัดผมไปพูดคุยที่ร้านของเขา ผมเล่าให้ฟังพร้อมทั้งอธิบายว่า ให้คุณน้ำสังเกตพฤติกรรม และถามลูกค้าโดยตรง เกี่ยวกับแต่ละชั้นของบันได ว่าลูกค้าของร้านยาโดนใจจุดไหนของร้าน ถึงเข้ามาเป็นลูกค้า จากผู้ที่ไม่รู้จักเลย จนกระทั่ง สังเกตว่าลูกค้านำความประทับใจนี้ไปบอกต่อให้ผู้อื่นเข้ามาใช้บริการของเรา หรือยัง พออธิบายจบ คุณน้ำประทับใจมากๆ บอกว่าหลักการนี้สามารถนำไปใช้ได้จริง และทำได้ง่ายด้วย หลังจากนั้นไม่นาน คุณน้ำก็นำเรื่องราวนี้ไปบอกต่อกับเพื่อนบ้านของคุณน้ำซึ่งทำธุรกิจประกันชีวิตอยู่ และคุณน้ำคนนั้นก็โทรมาปรึกษา เชิญผมเข้าไปอธิบายหลักการนี้ให้ฟังอีกรอบด้วย

Dream

ให้ลูกค้าของ ABC Club เป็นคนบอกต่อหลักการ หรือเรื่องราวต่างๆ ที่ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน บอกต่อไปยังลูกค้าอีกหลายๆ คน

Design

ทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันนั้น จะต้องบอกเล่าหลักการ และ เรื่องราว 2

หัวข้อด้วยกันคือ การตลาดสำหรับอิสตรี (Female Marketing) และ พีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) พร้อมทั้งเรื่องราวที่เคยประสบมา เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำไปใช้ นำไปบอกเล่าต่ออย่างง่ายๆ ได้

Destiny

ทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันนั้น จะต้องบอกเล่าหลักการ และ เรื่องราว 2 หัวข้อด้วยกันคือ การตลาดสำหรับอิสตรี (Female Marketing) และ พีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

2.4 สรุปผลการทำ Reflection เดือนที่ 2 มกราคม 2553

จากการวิเคราะห์ผลการปฏิบัติโดยการทำ Reflection ได้ประสบการณ์ลูกค้าที่ดีที่สุดในการกระทำที่ทำให้ลูกค้าแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดีเพิ่มจำนวนขึ้น เพื่อนำไปใช้ในเดือนถัดไป ดังนี้

1. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มารู้จัก ABC Club

โดยการค้นหา และนำคลิปโฆษณาที่เราประทับใจมากที่สุดเพิ่มเข้าไปในเว็บไซต์ในทุกๆ เดือนๆ ละ 5 คลิป จากนั้นก็กระจายข้อมูลผ่านทางอีเมล

2. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาทดลองใช้บริการ

โดยทุกครั้งที่มีเข้าใช้บริการ หรือสินค้าใดๆ ใช้การสังเกตปัญหาของกิจการ นำมาบันทึกไว้ด้านหลังนามบัตรของ ABC Club นำไปมอบให้เจ้าของกิจการ เพื่อให้เจ้าของกิจการที่ไม่รู้จักมารู้จัก และทดลองพูดคุยกับ ABC Club ไปพร้อมกัน

3. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้ใช้บริการจริง

โดยทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจกัน แล้วพบว่าต้องการให้ ABC Club ช่วยเหลือด้านการตลาด จะต้องพูดคุยถึงเรื่อง หลักการ “การตลาดสำหรับอิสตรี Female Marketing”

4. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาใช้บริการซ้ำ

(ยังไม่มีลูกค้าเกิดขึ้นในชั้นพีรามิดขั้นนี้)

5. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้นำการบริการไปบอกต่อ

ทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันนั้น จะต้องบอกเล่าหลักการ และ เรื่องราว 2 หัวข้อด้วยกันคือ การตลาดสำหรับอิสตรี (Female Marketing) และพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

3. ผลการศึกษาจากศูนย์วิจัยสารกรอบวงจรที่ 3 เดือน กุมภาพันธ์ 2553

3.1 แสดงผลการค้นหาประสบการณ์ด้านบวกในการปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า รอบวงจรที่ 3 เดือน กุมภาพันธ์ 2553

ตารางที่ 4.5 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน กุมภาพันธ์ 2553

พีรามิดขั้นที่ 1 การทำให้คนไม่รู้จก -> มารู้จัก ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<ul style="list-style-type: none"> - ร่วมส่งแผนธุรกิจ เข้าประกวดในการ แข่งขันรอบประเทศ - Update ข้อมูลใน เว็บไซต์ ABC - แจกนามบัตรเพิ่ม 100 ใบ - เขียน Blog ลง Gotoknow.org 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบว่า การได้เข้าร่วมแข่งขัน หรือ สัมมนาทำให้ คนรู้จักมากขึ้นทั่วประเทศ - ค้นพบว่า การใส่คลิปโฆษณา แล้วส่งต่อไปยังรายชื่อ ในเมลล์ สามารถชวนให้มีคนมารู้จักเพิ่มขึ้น - ค้นพบการแจกนามบัตรตามสถานที่ต่างๆ โดยร่วมกับการ แนะนำวิธีการดีๆ ให้โดยเฉพาะผู้หญิงซึ่งมีแนวโน้ม การบอกต่อสูงกว่าผู้ชาย - ค้นพบการเขียน Blog ลง Gotoknow สามารถทำให้มี ผู้รู้จักได้ทั่วประเทศไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าร่วมงานแข่งขัน หรือสัมมนาให้ มากขึ้น (ภาคผนวก ก 3.1) - ส่งลิงค์คลิปโฆษณากระจายทางเมลล์ (ภาคผนวก ก 3.2) - เขียนประสบการณ์ที่ได้ “จับถูก” มา อย่างน้อยวันละ 1 บทความ www.gotoknow.org 	<ul style="list-style-type: none"> - มีผู้รู้จักเพิ่มขึ้น 100 คน (ภาคผนวก ก 3.1) - Clip ที่คนให้ความสนใจมาก ที่สุดมีผู้เข้าชม 147 คน - มีผู้เข้าชมรวม 313 ครั้ง 221 คน (ภาคผนวก ก 3.2) - มีคนรู้จักจากนามบัตรเพิ่ม 100 คน และที่มีผลต่อ คือ - บ.ประกันชีวิต จ.ขอนแก่น - ทีมงาน JAM Magazine - มหาวิทยาลัยทางภาคเหนือ

ตารางที่ 4.5 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน กุมภาพันธ์ 2553 (ต่อ)

			- บะขาม นูรีศิริสอร์ท - ผู้เข้าชม 24 Blog เฉลี่ย ละ 156 คน/Blog
พีรามิดขั้นที่ 2 การทำให้คนรู้จักแล้ว -> มาทดลองใช้ (คุย) ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
- แจกนามบัตร พร้อมอธิบาย - แนะนำตัวเองว่า เป็นที่ปรึกษา - เขียน Blog ลง Gotoknow.org	- ค้นพบว่า การอธิบายคำว่า “จับถูก” ให้เข้าใจง่าย ทำให้คนสนใจได้มากขึ้น - บอกไปว่าเป็น “ที่ปรึกษาธุรกิจ” และมีบริการรับ อบรม สัมมนา และพัฒนาองค์กร - ค้นพบว่า การให้ทดลองใช้บริการ ฟรี 1 ครั้งได้ผล มากกับบริษัท หรือสินค้าใหม่ๆ ที่เพิ่งออกตลาด - เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับ Female Marketing ลง	- อธิบายว่า “จับถูก” คือการทำสิ่งที่ Work - อธิบายธุรกิจของเรา ว่าเราช่วยเขา ลด ต้นทุน เพิ่มกำไร พัฒนาองค์กร - ปรึกษาฟรี 1 เรื่อง - เขียนเรื่องพฤติกรรม购车ซื้อของสตรี <i>(ภาคผนวก ก 3.3)</i>	- มหาวิทยาลัยในภาคเหนือ ขอ คำปรึกษาการตลาด - ทีมงาน JAM Magazine ให้ เป็นที่ปรึกษาทีม รวม 2 ราย - มีผู้สนใจแสดงความเห็น Blog 68 คน <i>(ภาคผนวก ก 3.3)</i>
พีรามิดขั้นที่ 3 การทำให้คนทดลองใช้แล้ว -> มาซื้อใช้ ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
- นำทฤษฎี Royalty Pyramid ไป	- นำทฤษฎี Royalty Pyramid ไปอธิบายให้เจ้าของ กิจการเข้าใจง่ายๆ โดยอ้างอิงเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง	- อธิบายอย่างง่ายๆ เรื่องทฤษฎี Royalty Pyramid แก่	- บ.ประกันเชิญไปเป็นที่ปรึกษา และบรรยายเรื่อง Royalty Pyramid

ตารางที่ 4.5 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน กุมภาพันธ์ 2553 (ต่อ)

<p>ประยุกต์ใช้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำแบบสอบถามความประทับใจแก่ลูกค้ากิจการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบว่า การเริ่มต้นด้วยสิ่งที้ง่ายๆ ในการให้เจ้าของกิจการทำได้โดยไม่ต้องเสียเวลามาก คือการทำแบบสอบถามความประทับใจให้ลูกค้าไปกรอกเอง 	<p>ผู้ประกอบการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำแบบสอบถามความประทับใจให้เจ้าของกิจการนำไปใช้ <p>(ภาคผนวก ก 3.4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กิจการที่กลับมาขอคำปรึกษา คือ - บ้านยาตะวัน จ.ขอนแก่น - ร้านขายวัสดุก่อสร้าง หนองคาย - รพ.สมุยอินเตอร์ จ.สุราษฎร์ธานี <p>รวม 3 ราย (ภาคผนวก ก 3.4)</p>
<p>พีรามิดขั้นที่ 4 การทำให้คนซื้อใช้แล้ว -> กลับมาซื้อซ้ำ ABC Club</p>			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<ul style="list-style-type: none"> - คิดนวัตกรรมในสถานประกอบการ - นำแบบสอบถามไปประมวลผลออกมาเป็นกลยุทธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบว่า การคิดนวัตกรรมเล็กๆ น้อยๆ ที่ช่วยลดระยะเวลาในการทำงาน ช่วยให้เจ้าของกิจการที่ทดลองใช้มาใช้บริการเราได้ - หลังจากทำแบบสอบถามนำไปให้เจ้าของกิจการนำไปแจกให้บุคคลเป้าหมาย ได้แก่ ลูกค้า หรือพนักงาน แล้วนำกลับมาประมวลผล และทำเป็นกลยุทธ์กลับไปให้กิจการนั้นๆ เป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จในงานชิ้นแรกของ ABC Club ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - คิดนวัตกรรมเล็กๆ น้อยๆ ให้กิจการเพื่อลดระยะเวลาในการทำงาน <p>(ภาคผนวก ก 3.5)</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำแบบสอบถามกลับมาประมวลผลแล้วส่งผลกลับคืนให้กิจการนำไปใช้ต่อไป 	<ul style="list-style-type: none"> - คิดนวัตกรรม การจัดวางสินค้าให้หยิบง่าย ให้ร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ 1 อย่าง <p>(ภาคผนวก ก 3.5)</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจการที่นำผลจากแบบสอบถามไปปฏิบัติแล้ว - ร้านขายยาบ้านยาตะวัน - ร้านขายวัสดุก่อสร้าง จ.หนองคาย รวม 2 ราย

3.2 สรุปการปฏิบัติการ (Action) เดือนที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553

สำหรับการปฏิบัติการในเดือนที่ 3 ของการศึกษานั้น เนื่องจากการศึกษาใน 2 เดือนที่ผ่านมา มีข้อมูลมากพอที่จะทำให้ทราบว่า ควรทำอย่างไรเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลัก และเพื่อให้ทำงานได้สะดวก และมีเวลาเพื่อลูกค้ามากขึ้น หลังจากมีการปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติบางประการ เพื่อให้เกิดความเหมาะสม ทำให้เกิดจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้นดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงสรุปผลการปฏิบัติการ (Action) รอบวงจรที่ 3 เดือน กุมภาพันธ์ 2553

ขั้นที่	ปริมาณความภักดี	การปฏิบัติการ (Action)	จำนวนลูกค้า
1	รู้จัก	เว็บไซต์ abcclub	221
		แจกนามบัตร	100
		Blog Gotoknow	156
		เข้าร่วมแข่งขัน	100
		รวม	577
2	ทดลองใช้	พูดคุย	2
		Blog Gotoknow	68
		รวม	70
3	ใช้บริการจริง	แจกแบบสอบถาม	3
4	ใช้บริการซ้ำ	คิดนวัตกรรม	1
		ประมวลแบบสอบถาม	2
		รวม	3
5	บอกต่อ	-	0

สรุปรายชื่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่เกิดขึ้นในเดือนนี้

1. บริษัทประกันชีวิตใน จ.ขอนแก่น
2. ทีมงาน JAM Magazine
3. มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งทางภาคเหนือ จ.ลำปาง
4. บะขาม บูธิคริสตอรัท

3.3 Reflection เดือนที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553

3.3.1 การทำให้คนไม่รู้จักรู้จัก มารู้จัก ABC Club

Discovery

ผมได้มีโอกาสเข้าร่วมงานแข่งขันประกวดแผนธุรกิจเพื่อสังคม ที่จัดโดย คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Thai Young Philanthropists Network - Social Entrepreneur Incubator Program หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และ บริติช เคานซิล ที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยผม และทีมงาน JAM ได้คิดแผนธุรกิจเพื่อสังคมขึ้นมา 1 แผน ชื่อว่า “JAM Magazine” โดยเกิดขึ้นจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเองของกลุ่มทีมงานทุกคน จนเกิดเป็นนวัตกรรมทางการจัดการความรู้ที่ช่วยส่งเสริมให้ทุกๆ คนสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้ทั่วประเทศ อย่างสนุกสนาน โดยผมได้รับเลือกให้เป็นหัวหน้ากลุ่มไปนำเสนอผลงานในครั้งนี้ โดยการประกวดรอบภูมิภาคนี้ จัดขึ้นที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พวกผมได้นำนามบัตรไปแจกให้ทุกๆ มหาวิทยาลัยทั่วประเทศที่ลงแข่งขัน ได้รู้จัก ABC Club ผมด้วย โดยใช้การเข้าไปทักทาย ให้กำลังใจทุกๆ ทีมอย่างสนิทสนม เข้าไปช่วยเหลือในเรื่องที่พอจะช่วยได้ และเข้าร่วมงานที่ทางผู้จัดการแข่งขัน ได้จัดเตรียมไว้ เช่นงานเลี้ยงต้อนรับ เป็นต้น

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่ไม่รู้จัก ABC Club ให้มารู้จัก ABC Club จากการเข้าร่วมงานประกวดแข่งขัน หรืองานสัมมนาต่างๆ ระดับประเทศ

Design

ติดตามข่าวสารการประกวดแข่งขัน หรือการสัมมนาในด้านธุรกิจจากหนังสือพิมพ์ และตามสื่อต่างๆ เพื่อส่งแผนธุรกิจ หรือร่วมทำกิจกรรมในแต่ละงาน เป็นการทดสอบฝีมือในด้านการบริหารของคนใน ABC Club ทั้งยังช่วยให้มีคนที่รู้จัก ABC Club เพื่อมากขึ้น โดยเฉพาะผู้คนในแวดวงธุรกิจด้วยตนเอง

Destiny

ติดตามข่าวสารการแข่งขัน หรืองานสัมมนาในสื่อต่างๆ อยู่เป็นประจำ เพื่อเข้าร่วมงานอย่างน้อย 1 งานต่อปี

3.3.2 การทำให้คนรู้จัก มาทดลองพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้กับ ABC Club

Discovery

ก่อนหน้าที่ ABC Club จะได้ไปเข้าร่วมการแข่งขันประกวดแผนธุรกิจรอบรองชนะเลิศระดับประเทศนั้น ทาง ABC Club ได้สมัครเข้าร่วมการแข่งขันครั้งนี้โดยส่งบทคัดย่อแผน

ธุรกิจเพื่อสังคม ใช้ชื่อว่า “JAM Magazine” ส่งไปรอบคัดเลือกเสียก่อน และผลปรากฏว่าผ่านเข้ารอบคัดเลือก และต้องส่ง แผนธุรกิจฉบับเต็มให้คณะกรรมการภายในปลายเดือนนี้ ผมจึงได้รวบรวมสมัครพรรคพวก ที่ทั้งเป็นคนใน และคนนอก ABC Club เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ในวันนั้นผมได้นัดสมัครพรรคพวกเขาไปคุยกันที่ห้องสมุดคณะ MBA ในช่วงเวลาหลังเที่ยง เราได้มีการพูดคุยกันถึงโครงร่างของแผนธุรกิจคร่าวๆ ที่ผมได้คิดเอาไว้ก่อน และบอกเป้าหมายของการไปประกวดแข่งขันในครั้งนี้ หลังจากนั้นแต่ละคนก็เสนอแนวทางที่สร้างสรรค์ออกมาคนละหลายๆ เรื่องตั้งแต่ขั้นตอนการเปิดเว็บไซต์เพื่อเป็นเว็บท่าของคลิปความรู้ การโหวตคะแนนแต่ละคลิป จนกระทั่งการนำคลิปบรรจุลงแผ่น DVD การจัดจำหน่าย การแจกตามโรงเรียนเพื่อการกุศลด้วย

Dream

การทำให้นักที่รู้จัก ABC Club เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้พูดคุยกันเพื่อให้มาเข้าร่วม หรือเป็นพันธมิตรกับ ABC Club หรือทำกิจกรรมร่วมกันกับ ABC Club

Design

จัดกิจกรรมของ ABC Club อย่างสม่ำเสมอเพื่อเชิญชวนให้คนที่สนใจเข้าร่วมงานกับ ABC Club ได้มีโอกาสเข้ามาแลกเปลี่ยนความรู้กันกับ ABC Club ได้ง่ายขึ้น

Destiny

จัดกิจกรรมที่น่าสนใจเน้นความสนุกสนาน และการแบ่งปันประสบการณ์กัน อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

3.3.3 การทำให้คนทดลองพูดคุย มาใช้บริการของ ABC Club

Discovery

มีอยู่วันหนึ่งผมเดินทางไปห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลขอนแก่นเพื่อเข้าไปพบลูกค้ารายหนึ่ง เป็นร้านรับตกแต่งขนสุนัข ชื่อ “The Dog Club” อยู่บริเวณชั้นหนึ่งของลานจอดรถทางเข้าห้าง เมื่อผมเข้าไปก็พบว่า เจ้าของร้านมีหุ้นส่วน 5-6 คน แต่ละคนก็มีธุรกิจของตนเองอยู่แล้ว ที่มีเปิดร้านรับตกแต่งขนสุนัข ก็เป็นงานอดิเรกของหมู่เพื่อน ผมได้มีโอกาสเข้าไปพบร้านนี้ 2-3 ครั้ง ที่น่าสังเกตคือ ไม่มีเจ้าของร้านอยู่ประจำเลย ผมจึงค้นหาวิธีที่จะสามารถสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าของร้านนี้ได้ โดยได้ทำการออกแบบ แบบสอบถามความประทับใจ เพื่อให้ลูกค้าของสถานประกอบการได้บรรยายความประทับใจในการซื้อสินค้า หรือการใช้บริการที่ประทับใจที่สุดในชีวิต เพื่อนำประสบการณ์ที่ดีที่สุดนั้น มาพัฒนาร้าน หรือสถานประกอบการ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ความประทับใจที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า โดยจะให้ลูกค้า บรรยายความประทับใจไม่น้อยกว่า 8-10 บรรทัดเพื่อจะได้ชี้เฉพาะเจาะจงถึงจุดที่ลูกค้าประทับใจ และนำมาพัฒนาต่อได้

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่ทดลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ ABC Club แล้ว ให้มาใช้บริการของ ABC Club เพิ่มขึ้น

Design

สำหรับกิจการที่ทดลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ ABC Club แล้ว พบว่าการที่จะให้พนักงาน หรือตัวเจ้าของกิจการ สอบถามประสบการณ์ที่ดีที่สุดกับลูกค้าเป็นการยาก จะต้องออกแบบแบบสอบถามขึ้นมาเพื่อกิจการนั้น โดยเฉพาะ เพื่อให้ลูกค้าของกิจการสามารถบรรยายความประทับใจออกมา และสามารถนำไปพัฒนากิจการได้

Destiny

ทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจ ผมจะเสนอให้กิจการนำแบบสอบถามความประทับใจนี้ไปแจกให้ลูกค้าของกิจการได้บรรยายความประทับใจในแต่ละหัวข้อนั้นออกมาประมาณ 8-10 บรรทัด เพื่อสามารถนำกลับมาพัฒนากิจการด้วยวิธีการจับคู่ให้เป็นที่น่าประทับใจลูกค้าได้

3.3.4 การทำให้คนซื้อใช้แล้ว กลับมาซื้อซ้ำ

Discovery

หลังจากที่นำแบบสอบถามไปให้กิจการหลายกิจการ แจกให้ลูกค้าของกิจการอีกทอดหนึ่ง ผมได้มีโอกาสไปเยี่ยมลูกค้า ร้านจำหน่ายยาแผนปัจจุบัน “ร้านบ้านยาตะวันออก” เพื่อนำแบบสอบถามที่กรอกเสร็จแล้ว มาเขียนเป็นกลยุทธ์ให้บ้านยาตะวันออกต่อไป แบบสอบถามนั้นเป็นแบบสอบถามความประทับใจของผู้หญิง ที่มีต่อสินค้า หรือบริการ ที่เกิดการบอกต่อมากที่สุด นำมาค้นหาประสบการณ์ความประทับใจของลูกค้าที่ดีที่สุด ออกมาได้กลยุทธ์สร้างความประทับใจ 13 ข้อ อาทิเช่น ตกแต่งร้านให้ดูเรียบง่าย มีเพลงฟัง มีหนังสือให้อ่าน เพื่อผ่อนคลาย พนักงานต้อนรับเป็นกันเองอย่างอบอุ่น และมีความรู้ในสินค้า หรือบริการนั้นเป็นอย่างดี และประสบการณ์ที่ผมประทับใจที่สุดคือ การตกแต่งร้านขายยาแต่ไม่เหมือนร้านขายยา ทำให้ลูกค้าท่านนี้เกิดความประทับใจมากๆ หลังจากนั้นผมได้นำกลยุทธ์นี้ ส่งกลับไปให้คุณน้ำเจ้าของร้าน บ้านยาตะวันออก และหลังจากวันนั้นประมาณ 1 สัปดาห์ ผมได้โทรศัพท์ไปสอบถาม ได้ความว่ากำลังจัดหา โต๊ะเก้าอี้ ชั้นวางหนังสือ และหนังสือเพื่อสุขภาพเพื่อให้ลูกค้าของร้านมานั่งพักผ่อน และยังสอบถามผมเรื่องต่างๆ อีกด้วย

Dream

ให้ลูกค้าของ ABC Club กลับมาเป็นลูกค้าของ ABC Club อยู่เรื่อยๆ สมำเสมอ

Design

นำแบบสอบถามที่ส่งไปให้กิจการกลับคืนมาเพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าของกิจการแต่ละกิจการนั้นๆ และคอยติดตามผลของกลยุทธ์นั้น เพื่อเป็นการยืนยันความสามารถของ ABC Club และเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้ซ้ำอีกรอบด้วย

Destiny

ทุกครั้งที่มีการแจกแบบสอบถาม จากนั้น 1 เดือน ให้นำแบบสอบถามนั้นกลับมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์สร้างความประทับใจให้กับกิจการ(ลูกค้าของ ABC Club) แล้วหลังจากนั้น 2 สัปดาห์ ต้องติดตามผลการนำไปใช้ เพื่อตรวจสอบว่ากิจการสนใจจะใช้บริการเพิ่ม หรือไม่

3.4 สรุปผลการทำ Reflection เดือนที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553

จากการวิเคราะห์ผลการปฏิบัติโดยการทำ Reflection ได้ประสบการณ์ลูกค้าที่ดีที่สุดในการกระทำที่ทำให้ลูกค้าแต่ละชั้นของพีรามิดเพิ่มจำนวนขึ้น เพื่อนำไปใช้ในเดือนถัดไป ดังนี้

1. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มารู้จัก ABC Club

โดยการติดตามข่าวสารการแข่งขัน หรืองานสัมมนาในสื่อต่างๆ อยู่เป็นประจำ เพื่อเข้าร่วมงานอย่างน้อย 1 งานต่อปี

2. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาทดลองใช้บริการ

โดยการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจเน้นความสนุกสนาน และการแบ่งปันประสบการณ์กัน อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

3. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้ใช้บริการจริง

โดยทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจ เสนอให้กิจการนำแบบสอบถามความประทับใจนี้ไปแจกให้ลูกค้าได้บรรยายความประทับใจนั้นออกมาประมาณ 8-10 บรรทัด เพื่อสามารถนำมาพัฒนากิจการให้เป็นที่น่าประทับใจลูกค้าได้

4. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาใช้บริการซ้ำ

โดยทุกครั้งที่มีการแจกแบบสอบถาม จากนั้น 1 เดือน ให้นำแบบสอบถามนั้นกลับมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์สร้างความประทับใจให้กับกิจการ(ลูกค้าของ ABC Club) แล้วหลังจากนั้น 2 สัปดาห์ ต้องติดตามผลการนำไปใช้ เพื่อตรวจสอบว่ากิจการสนใจจะใช้บริการเพิ่ม หรือไม่

5. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้นำการบริการไปบอกต่อ

(ในเดือนนี้ ไม่มีลูกค้าเกิดขึ้นในชั้นพีรามิดชั้นนี้)

4. ผลการศึกษาจากศูนย์สาธิตรอบวงจรที่ 4 เดือน มีนาคม 2553

4.1 แสดงผลการค้นหาประสบการณ์ด้านบวกในการปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า รอบวงจรที่ 4 เดือน มีนาคม 2553

ตารางที่ 4.7 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน มีนาคม 2553

พีรามิดขั้นที่ 1 การทำให้คนไม่รู้จักรู้จัก -> มารู้จัก ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<ul style="list-style-type: none"> - เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับ กลุ่ม World Cafe - ร่วมเป็นวิทยากรรับเชิญในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง - นำบทความลงเว็บไซต์ - นำข้อมูล เข้า Facebook - เข้าร่วมงานแต่งงานเพื่อนเก่า 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบการทำกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรจะช่วยทำให้มีกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น - ค้นพบว่า การได้เข้าร่วมเป็นวิทยากรรับเชิญ ทำให้มีคนรู้จักมากขึ้น เท่ากับจำนวนผู้เข้าร่วมอบรม - นำบทความจากการไปทำ World Cafe ไปลงไว้ในเว็บไซต์ - ค้นพบว่า Facebook สามารถนำเสนอ ABC Club ให้กับคนทั่วโลกได้ - ค้นพบว่าการทำงานแต่งงานเพื่อนจะได้พบเจอเพื่อนเก่าที่ทำธุรกิจอยู่แล้วมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มอื่นๆ - เข้าร่วมเป็นวิทยากรรับเชิญให้บ่อยครั้งขึ้น - ลงบทความการทำงานลงเว็บไซต์ <i>(ภาคผนวก ก 4.1-4.2)</i> - นำบทความของ ABC Club และทีมลง Facebook <i>(ภาคผนวก ก 4.3)</i> - เข้าร่วมงานแต่งงานเพื่อนเก่า - แจกนามบัตรเฉพาะผู้ที่ทำธุรกิจส่วนตัว 	<ul style="list-style-type: none"> - มีผู้รู้จักเพิ่มขึ้น 200 คนจากหลายคณะใน ม.ขอนแก่น <i>(ภาคผนวก ก 4.1)</i> - มีผู้เข้าชมรวม 204 ครั้ง 176 คน <i>(ภาคผนวก ก 4.2)</i> - มีแฟนเพจจำนวน 122 คน <i>(ภาคผนวก ก 4.3)</i> - มีคนรู้จักจากนามบัตรเพิ่ม 100 คน และที่มีผลต่อ คือ - ร้านจำหน่ายอุปกรณ์โทรศัพท์ - อาจารย์สอนพิเศษ ที่กรุงเทพฯ

ตารางที่ 4.7 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน มีนาคม 2553 (ต่อ)

<ul style="list-style-type: none"> - แจกนามบัตรเฉพาะผู้ทำธุรกิจ - เขียน Blog ลง Gotoknow.org 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบการแจกนามบัตรเฉพาะผู้ทำธุรกิจจะส่งผลต่อ ABC Club มากกว่า - ค้นพบการเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับ Appreciative Innovation ลง Gotoknow 	<ul style="list-style-type: none"> - เขียน “นวัตกรรมจากการจับถูก” 	<ul style="list-style-type: none"> - แพทย์ประจำคลินิกความงาม - ร้านขายวัสดุก่อสร้าง อ.บ้านฝ้อ - โรงงานเฟอร์นิเจอร์ จ.ระยอง - ผู้เข้าชม 8 Blog เฉลี่ย ละ 142 คน/Blog (ภาคผนวก ก 4.4)
<p>พีรามิดขั้นที่ 2 การทำให้คนรู้จักแล้ว -> มาทดลองใช้ (คุย) ABC Club</p>			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
<ul style="list-style-type: none"> - ลงบทความจากการไปเป็นวิทยากรในเว็บไซต์ - สอบถามสารทุกข์สุกดิบเพื่อค้นหาปัญหาทางธุรกิจของเพื่อน - เขียน Blog ลง Gotoknow.org 	<ul style="list-style-type: none"> - ค้นพบว่าการเขียนบทความลงเว็บไซต์ ABC Club ทำให้มีผู้สนใจมาสอบถามการบริการของ ABC Club เพิ่มขึ้น - ค้นพบว่าการทำ World Café จะทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไปประยุกต์ใช้ - แนะนำวิธีการแก้ปัญหาโดยใช้ Appreciative Inquiry เพื่อช่วยให้เจ้าของกิจการแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง - เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับ Appreciative Innovation ลง Gotoknow 	<ul style="list-style-type: none"> - ลงบทความความรู้การจับถูกอย่างสม่ำเสมอ - ปรับใช้ทฤษฎี World Cafe กับเจ้าของกิจการ - อธิบายธุรกิจของเรา ว่าเราช่วยเขาลดต้นทุน เพิ่มกำไร พัฒนาองค์กร - เขียนเรื่อง “นวัตกรรมจากการจับถูก”(ภาคผนวก ก 4.4) 	<ul style="list-style-type: none"> - มีบทความให้ผู้สนใจเข้ามาอ่านได้มากถึง 200 บทความ - ร้านจำหน่ายอุปกรณ์โทรศัพท์ จ.หนองคาย พุดคุยด้วยมีคนรู้จักขอคำปรึกษา การจับถูก - โรงงานเฟอร์นิเจอร์ จ.ระยอง - ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง - มีผู้สนใจแสดงความเห็น Blog เฉลี่ย 27 คน

ตารางที่ 4.7 แสดงการปฏิบัติ (Action) ของ ABC Club ภายในเดือน มีนาคม 2553 (ต่อ)

พีรามิดขั้นที่ 3 การทำให้คนทดลองใช้แล้ว -> มาซื้อใช้ ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
- ลงบทความจากการไปเป็นวิทยากรในเว็บไซต์	- ค้นพบว่าการเขียนบทความลงเว็บไซต์ ABC Club ทำให้มีผู้สนใจมาสอบถามการบริการของ ABC Club เพิ่มขึ้น และยังตัดสินใจใช้บริการกับ ABC Club ด้วย	- นำบทความไอเดียต่างในเว็บไซต์	- ร้านขายวัสดุก่อสร้าง อ.บ้านฝื่อ - บ. Citibank Thailand ขอให้ไปสอนวิธีการจัดการธุรกิจด้วยการจับคู่ - บุคลากรคณะทันตแพทย์ ม.ขอนแก่น - คณะสัตวแพทย์ ม.ขอนแก่น ให้ไปจัดกิจกรรม World Café ที่คณะรวม 4 ราย
พีรามิดขั้นที่ 4 การทำให้คนซื้อใช้แล้ว -> กลับมาใช้ซ้ำ ABC Club			
Action	Discovery (What work)	3D	Performance
- กลับไปพูดคุยกับเจ้าของกิจการอยู่เสมอ	- ค้นพบว่าการกลับไปคุยกับเจ้าของกิจการอย่างสม่ำเสมอ เปิดโอกาสให้มีการกลับมาซื้อใช้เพิ่มขึ้น แลกเปลี่ยนเรื่องราวที่เขย่งทำมา	- กลับไปพูดคุยเจ้าของกิจการสม่ำเสมอ <i>(ภาคผนวก ก 4.5)</i>	- ร้านยาวชิราพรเกษัช ขอ คำปรึกษาเรื่องการจัดวางสินค้า ภายในร้าน <i>(ภาคผนวก ก 4.5)</i>

4.2 สรุปการปฏิบัติการ (Action) เดือนที่ 4 มีนาคม 2553

สำหรับการปฏิบัติการในเดือนสุดท้ายของการศึกษานี้ ยังคงมีการปรับเปลี่ยนวิธีทำงานเพื่อให้ง่ายต่อการทำงาน หลังจากมีการปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติบางประการเพื่อให้เกิดความเหมาะสม ทำให้เกิดจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้นดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงสรุปผลการปฏิบัติการ (Action) เดือนที่ 4 มีนาคม 2553

ชั้นที่	พีรามิดความภักดี	การปฏิบัติการ (Action)	จำนวนลูกค้า (คน)
1	รู้จัก	เว็บไซต์ abcclub	176
		แจกนามบัตร	100
		Blog Gotoknow	142
		รับเชิญบรรยาย	200
		Facebook	122
		รวม	740
2	ทดลองใช้	พูดคุย	2
		Blog Gotoknow	27
		รวม	29
3	ใช้บริการจริง	เขียนบทความ	4
4	ใช้บริการซ้ำ	คิดนวัตกรรม	1
		แบบสอบถาม	0
		รวม	1
5	บอกต่อ	-	0

สรุปรายชื่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่เกิดขึ้นในเดือนนี้

1. ร้านจำหน่ายอุปกรณ์โทรศัพท์ จ.หนองคาย
2. ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง อ.บ้านฝ้อ
3. คณะทันตแพทย์ ม.ขอนแก่น
4. คณะสัตวแพทย์ ม.ขอนแก่น

4.3 Reflection เดือนที่ 4 มีนาคม 2553

4.3.1 การทำให้คนไม่รู้จัก มารู้จัก ABC Club

Discovery

ผมได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมเป็นวิทยากรรับเชิญร่วมกับกลุ่ม World Café ที่คณะสัตวแพทย มหาวิทยาลัยขอนแก่น ก่อนหน้านั้นกลุ่ม World Café นี้เป็นกลุ่มเดียวกันกับที่เข้าร่วมประกวดแผนธุรกิจ JAM Magazine ที่ จ.เชียงใหม่ และงานวิทยากรนี้เป็นงานที่ต่อเนื่องกันมาอีกทีหนึ่ง ก่อนหน้านั้น 1 วันทีมงานได้รวมตัวกันพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันถึงการทำ World Café เมื่อถึงวันงาน พวกเราก็ดำเนินการทำ World Café กันตามที่ได้วางแผนเอาไว้ วันนั้นเองมีนักศึกษาจากหลากหลายคณะในมหาวิทยาลัยขอนแก่น วันนั้นแบ่งนักศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม เข้าและบ่าย กลุ่มละประมาณ 100 คนรวม 200 คน โดยการแยกแต่ละกลุ่มออกเป็น 8 สถานีแลกเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับไอเดียธุรกิจที่ประทับใจแต่ละคน ใน 4 กลุ่มธุรกิจ วันนั้นทุกๆ คนทั้งวิทยากร และนักศึกษาต่างให้ความร่วมมือในการทำ World Café เป็นอย่างดีได้ไอเดียจากการทำ World Café ถึง 200 ไอเดียนำเอาไปต่อยอดได้อีก

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่ไม่รู้จัก ABC Club ให้มารู้จัก ABC Club จากการเข้าร่วมเป็นวิทยากรร่วมกับกลุ่มต่างๆ

Design

เข้าร่วมการเป็นวิทยากรในสถาบันต่างๆ กับกลุ่มต่างๆ ที่เคยรู้จักกันแล้ว โดยการนำหลักการ Appreciative Inquiry เข้าไปใช้กับกระบวนการทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมงานจนกระทั่งการประเมินผล

Destiny

ทุกครั้งที่มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับกลุ่มพันธมิตรอย่างสม่ำเสมอ

4.3.2 การทำให้คนรู้จัก มาทดลองพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้กับ ABC Club

Discovery

มีอยู่วันหนึ่งผมได้เดินทางไปงานแต่งงานเพื่อนเก่าที่ จ.อุดรธานี ได้พบปะกับเพื่อนสมัยเรียนมัธยมศึกษาหลายคน แต่ละคนก็ประกอบธุรกิจต่างๆ นานาไม่เหมือนกัน ตามแต่ที่เรียนมา หรือธุรกิจครอบครัว มีคนหนึ่งเปิดร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ จ.หนองคาย ได้เข้ามาทักทายผม และถามผมเกี่ยวกับ ABC Club จากการที่ผมค่อยๆ ส่งเมลล์ไปให้เพื่อนอยู่เรื่อยๆ และรวมไปถึงบทความที่ผมลงไว้ในเว็บไซต์ <http://abcclub.ning.com> ผมจึงได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ธุรกิจของเพื่อนผมคนนี้ด้วยว่าเขาประกอบธุรกิจจากร้านสะดวกซื้อของครอบครัว และแยกออกมาทำธุรกิจร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผมก็พูดคุยถึง ABC Club ว่ารับเป็นที่ปรึกษา สอนเรื่อง Appreciative Inquiry ให้กับธุรกิจต่างๆ ตั้งแต่ระดับเล็กเป็นต้นไป เพื่อนผมเขาสนใจมากกับเรื่องการตลาดที่ไม่ต้องใช้เงิน เพียงแค่สร้างความประทับใจ ที่ผมนำบทความลงไว้ในเว็บไซต์นั่นเอง ผมจึงเสนอให้เขาโทรศัพท์ติดต่อกลับมาหาผมได้ หากเขาต้องการความรู้เพิ่มเติมอีก

Dream

การทำให้คนที่รู้จัก ABC Club เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้พูดคุยกัน

Design

ลงบทความจากการไปทำกิจกรรมต่างๆ (Action) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คนที่รู้จัก ABC Club แล้วสามารถเข้ามาศึกษาเพื่อนำไปต่อยอดธุรกิจของเขาได้ จากนั้นเมื่อเขาสนใจวิธีการมากขึ้น เขาจะติดต่อกลับมาหา ABC Club เอง

Destiny

ลงบทความจากการไปทำกิจกรรมต่างๆ (Action) อย่างสม่ำเสมอ

4.3.3 การทำให้คนทดลองพูดคุย มาใช้บริการของ ABC Club

Discovery

หลังจากการจัดงานทำ World Café ที่คณะสัตวแพทย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผมได้นำข้อมูลที่ได้จากการทำ World Café ลงไว้ในเว็บไซต์ <http://abcclub.ning.com> ได้ประมาณ 200 ไอเดียธุรกิจที่ทำให้ลูกค้าสามารถประทับใจได้ และได้นำลิงค์ไอเดียธุรกิจดังกล่าว ติตประกาศไว้ในเว็บไซต์หลากหลาย เช่น Facebook Gotoknow หรือแม้กระทั่ง ในโปรแกรม MSN เองก็ได้นำไปติตประกาศเอาไว้ มีอยู่วันหนึ่งผมนั่งทำงานอยู่หน้าคอมพิวเตอร์ภายในที่ทำงาน ก็มีพี่คนหนึ่ง ชื่อว่า “พีตัง” เขาเปิดร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่ อ.บ้านฝ่อ จ.อุดรธานี อยู่ห่างจากตัวเมือง ไม่มากนัก ได้เข้ามาทักทายใน MSN ของผม เกี่ยวกับหัวข้อใน MSN ผมจึงอธิบาย วิธีการจับถูก และงานของ ABC Club ไปคร่าวๆ พีตังสนใจมากๆ ได้สอบถามเกี่ยวกับเรื่องวิธีการเปลี่ยนมุมมองในด้านบวก (Positive Thinking) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ได้จริงกับการบริหารจัดการร้านของพีเขา และยังมีนัดพบผมเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในภายหลังอีกด้วย หลังจากนั้นผมจึงได้มีโอกาสสอนวิธีการจับถูกให้เขา

Dream

เพิ่มจำนวนคนที่ทดลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ ABC Club แล้ว ให้มาใช้บริการของ ABC Club เพิ่มขึ้น

Design

ใช้เครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด อาทิเช่น MSN Facebook Blog Website เพื่อลงบทความ และกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ทำ เพื่อให้คนที่สนใจเข้ามาพบเจอ บทความต่างๆ ทั้งยังเป็นการดึงดูดความสนใจผู้พบเห็นให้เข้ามาใช้เพื่อการศึกษาอีกทางหนึ่ง โดยที่ไม่ต้องเสียเวลาอธิบายอะไรมากมายเลย และ ลูกค้าที่อยู่ห่างไกล สามารถเข้ามาชมได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายอีกด้วย

Destiny

ลงบทความในเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ต่างๆ (Social Media) อย่างสม่ำเสมอ

4.3.4 การทำให้คนซื้อซ้ำแล้ว กลับมาซื้อซ้ำ

Discovery

หลังจากที่นำแบบสอบถามไปให้กิจการหลายกิจการ และเข้าร่วมกิจกรรมกับพันธมิตรหลายครั้ง จนได้ความรู้จากการทำกิจกรรมต่างๆ มากมาย นำเอาไปลงบทความทางอินเทอร์เน็ต มีอยู่วันหนึ่งผมผ่านไปยังร้าน วชิราพรเภสัช ได้มีโอกาสเข้าไปพูดคุยกันถึงเรื่อง ร้านยาของเธอ ในเรื่องการจัดวางสินค้าในร้านที่เคยพูดถึงไว้ก่อนแล้ว แลกเปลี่ยนกับไอเดียการตลาดที่ไม่ต้องใช้เงินมาก มาบอกเล่าให้คุณวชิราพรฟัง เธอชอบใจมากๆ ทั้งเรื่องไอเดียการตกแต่งร้านยาที่ดูไม่เหมือนร้านยา ที่มีลูกค้าคนหนึ่งประทับใจ และเรื่องการทำตลาดแบบมีพันธมิตร ผมยังได้เล่าเหตุการณ์ที่ผมนำแบบสอบถามไปให้ทาง บ้านยาตะวันออก ขอนแก่น ได้นำไปแจกลูกค้าเพื่อหาจุดที่ประทับใจในร้านขายยา คุณวชิราพรสนใจมากๆ ผมจึงเสนอนำแบบสอบถามชุดเดียวกันนั้น มาให้ทางคุณวชิราพรได้นำมาแจกลูกค้าอีกทอดหนึ่งด้วย หลังจากนั้นผมก็นำแบบสอบถามมาให้คุณวชิราพรนำไปแจก

Dream

ให้ลูกค้าของ ABC Club กลับมาเป็นลูกค้าของ ABC Club อยู่เรื่อยๆ สม่ำเสมอ

Design

พยายามติดต่อ หรือไปพบปะกับลูกค้าเดิมอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งเข้าไปแลกเปลี่ยนพูดคุยถึงเรื่องธุรกิจของเขา จากนั้นก็แลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ ABC Club ได้ศึกษา และทำวิจัยเชิงปฏิบัติการมา เพื่อเป็นประโยชน์กับลูกค้าเดิมนำไปใช้ และกลับมาใช้บริการ

Destiny

ติดต่อกลับ ไปยังลูกค้าเดิมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้กัน และกัน

4.4 สรุปผลการทำ Reflection เดือนที่ 4 มีนาคม 2553

จากการวิเคราะห์ผลการปฏิบัติโดยการทำ Reflection ได้ประสบการณ์ลูกค้าที่ดีที่สุดในการกระทำที่ทำให้ลูกค้าแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดีเพิ่มจำนวนขึ้น เพื่อนำไปใช้ในเดือนถัดไป ดังนี้

1. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มารู้จัก ABC Club

โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับกลุ่มพันธมิตรอย่างสม่ำเสมอ

2. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาทดลองใช้บริการ

โดยการลงบทความจากการไปทำกิจกรรมต่างๆ (Action) อย่างสม่ำเสมอ

3. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้ใช้บริการจริง

โดยการลงบทความในเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ต่างๆ (Social Media) อย่างสม่ำเสมอ

4. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาใช้บริการซ้ำ

โดยการติดต่อกลับไปยังลูกค้าเดิมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้กัน และกัน

5. การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้นำการบริการไปบอกต่อ

(ในเดือนนี้ ไม่มีลูกค้าเกิดขึ้นในชั้นพีรามิดขั้นนี้)

5. สรุปการวัดผลการศึกษา การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ มาเพิ่มประสบการณ์ลูกค้าตลอดระยะเวลา 4 เดือนตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2552 ถึง เดือนมีนาคม 2553

5.1 วัดผลเพื่อเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงจากรอบเดือนฐาน

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ปฏิบัติการ (Action) เพื่อเพิ่มประสบการณ์ลูกค้าของ ABC Club โดยใช้วิธีการสุนทรียศาสตร์ จากนั้นนำหลักการพีรามิดแห่งความภักดีมาวัดผลจำนวนลูกค้าที่ภักดี และมีจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิด เป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2552 ถึงเดือนมีนาคม 2553 เพื่อเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงจากรอบเดือนฐาน โดยให้เดือนที่ 1 เป็นเดือนฐาน สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.9

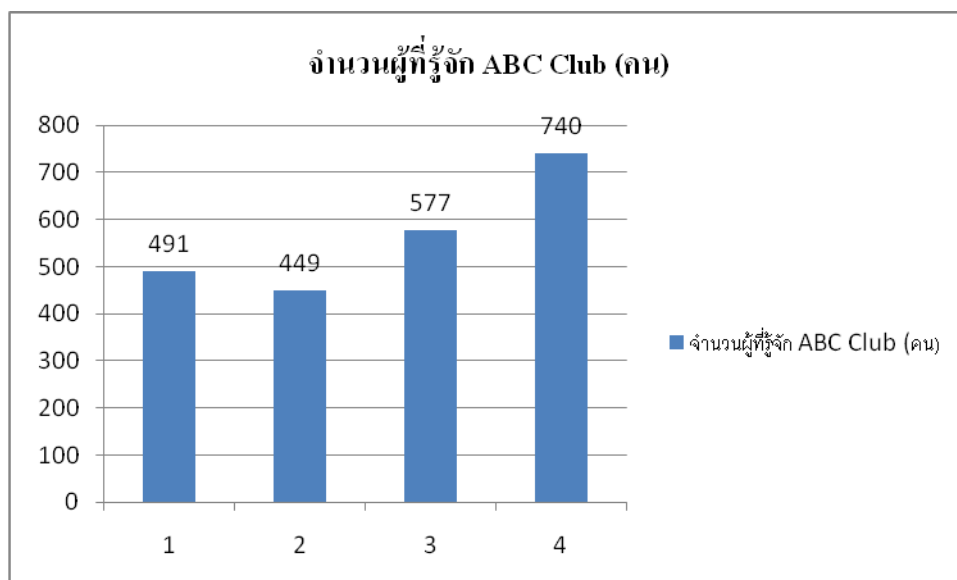
ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบจำนวนลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงจากรอบเดือนฐาน (เดือนที่ 1)

ขั้นที่	พีรามิด ความภักดี	จำนวนลูกค้า เดือน1 (คน)	จำนวนลูกค้า เดือน2 (คน)	จำนวนลูกค้า เดือน3 (คน)	จำนวนลูกค้า เดือน4 (คน)
1	รู้จัก	491	449	577	740
2	ทดลองใช้	3	20	70	29
3	ใช้บริการจริง	2	4	3	4
4	ใช้บริการซ้ำ	0	0	3	1
5	บอกต่อ	1	1	0	0

สามารถนำมาเขียนเป็นกราฟตามแต่ละขั้นพีรามิดได้ ดังนี้

5.1.1 จำนวนลูกค้าที่รู้จัก ABC Club

จำนวนลูกค้าที่รู้จักกับชมรม ABC Club นั้น มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในระยะเวลาที่ทำการศึกษาดลอดทั้ง 4 เดือน ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 แสดงจำนวนลูกค้าที่รู้จัก ABC Club ในแต่ละเดือน

เดือนที่ 1 มีผู้รู้จัก ABC Club 491 คน คิดเป็นเดือนฐาน

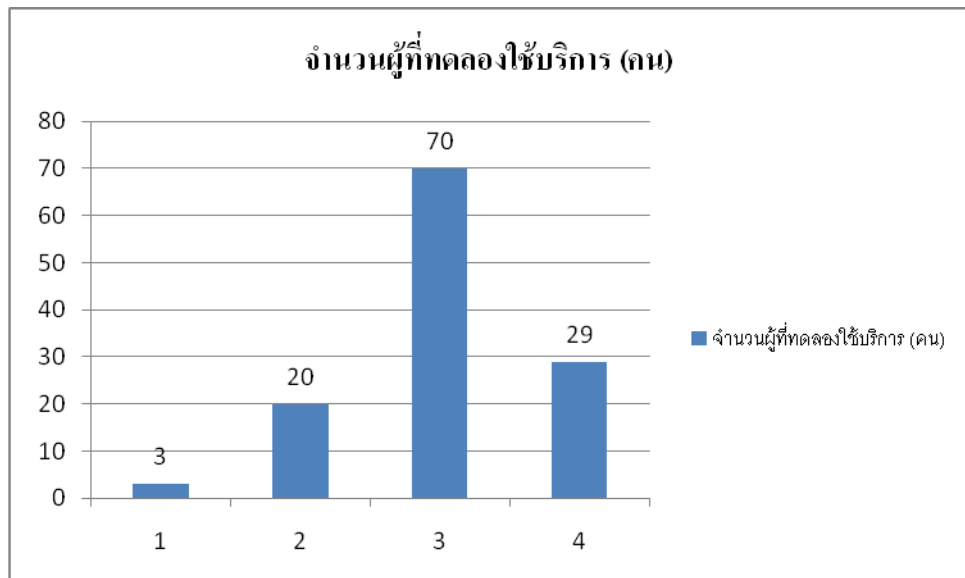
เดือนที่ 2 มีผู้รู้จัก ABC Club 449 คน ลดลงจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = -8.55%

เดือนที่ 3 มีผู้รู้จัก ABC Club 577 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 17.52%

เดือนที่ 4 มีผู้รู้จัก ABC Club 740 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 50.71%

5.1.2 จำนวนลูกค้าที่ทดลองใช้บริการ

จำนวนลูกค้าที่ทดลองใช้บริการ ABC Club นั้น มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในระยะเวลาที่ทำการศึกษาลดทั้ง 3 เดือนแรก ส่วนในเดือนที่ 4 นั้น ลูกค้าที่ทดลองใช้บริการมีจำนวนลดลง เนื่องจาก ผู้ศึกษาเขียน Blog เกี่ยวกับเรื่อง นวัตกรรมจากการจับถูก ซึ่งยังไม่เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มคนไทยมากนัก จึงไม่ค่อยมีผู้สนใจเท่าใดนัก ดังแสดงในภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 แสดงจำนวนลูกค้าที่ทดลองใช้บริการ ABC Club ในแต่ละเดือน

เดือนที่ 1 มีผู้ทดลองใช้บริการ 3 คน คิดเป็นเดือนฐาน

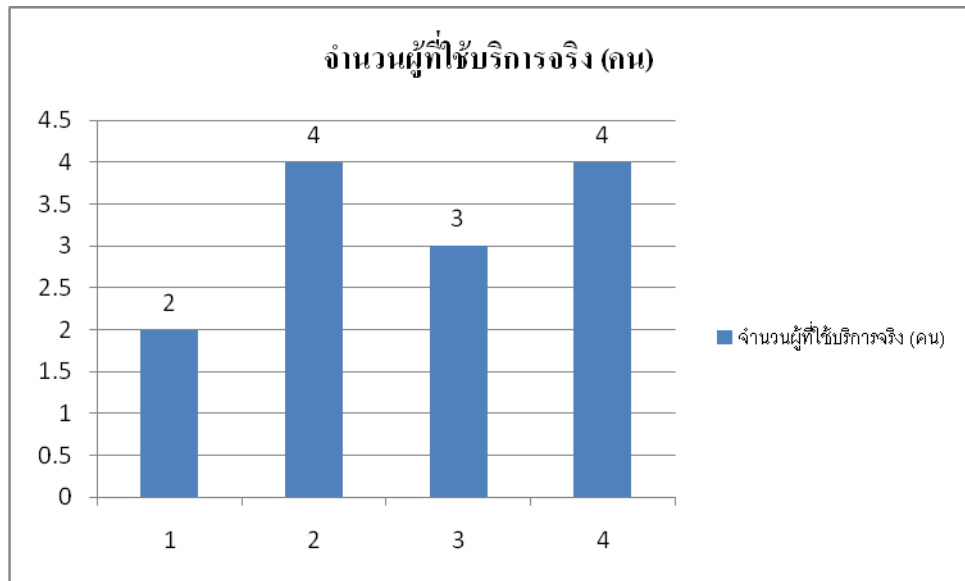
เดือนที่ 2 มีผู้ทดลองใช้บริการ 20 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 566.67%

เดือนที่ 3 มีผู้ทดลองใช้บริการ 70 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 2233.33%

เดือนที่ 4 มีผู้ทดลองใช้บริการ 29 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 866.67%

5.1.3 จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการจริง

จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ ABC Club จริงนั้น โดยเฉลี่ยเพิ่มมากขึ้นจากเดือนที่ 1 ดังแสดงในภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 แสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ ABC Club ในแต่ละเดือน

เดือนที่ 1 มีผู้ใช้บริการจริง 2 คน คิดเป็นเดือนฐาน

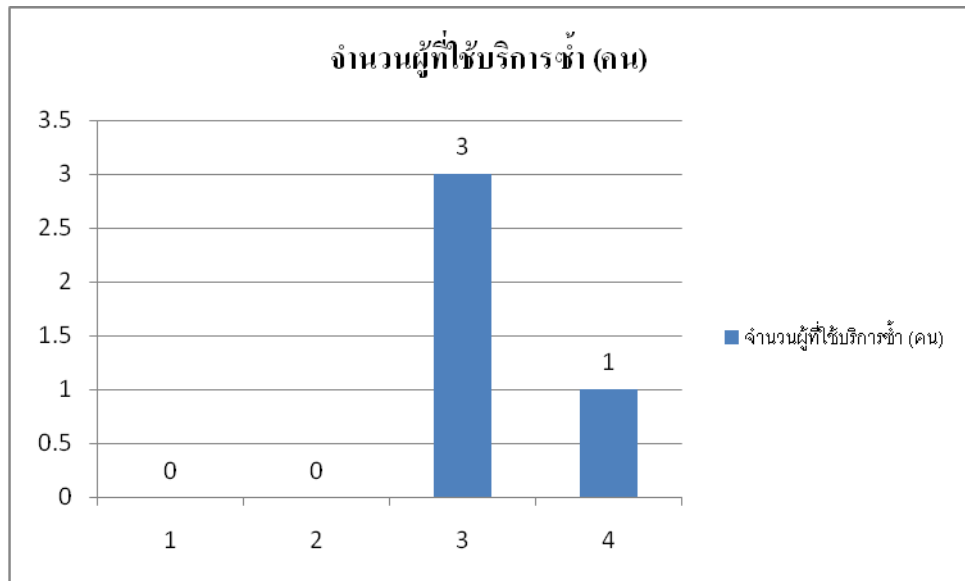
เดือนที่ 2 มีผู้ใช้บริการจริง 4 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 100%

เดือนที่ 3 มีผู้ใช้บริการจริง 3 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 50%

เดือนที่ 4 มีผู้ใช้บริการจริง 4 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 100%

5.1.4 จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการซ้ำ

ในการศึกษานี้ องค์กร ABC Club ยังไม่เกิดลูกค้าที่ใช้บริการซ้ำในเดือนที่ 1 และเดือนที่ 2 แต่จะเกิดขึ้นภายหลังจากนั้น ดังแสดงในภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 แสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการซ้ำ ABC Club ในแต่ละเดือน

เดือนที่ 1 มีผู้ใช้บริการจริง 0 คน คิดเป็นเดือนฐาน

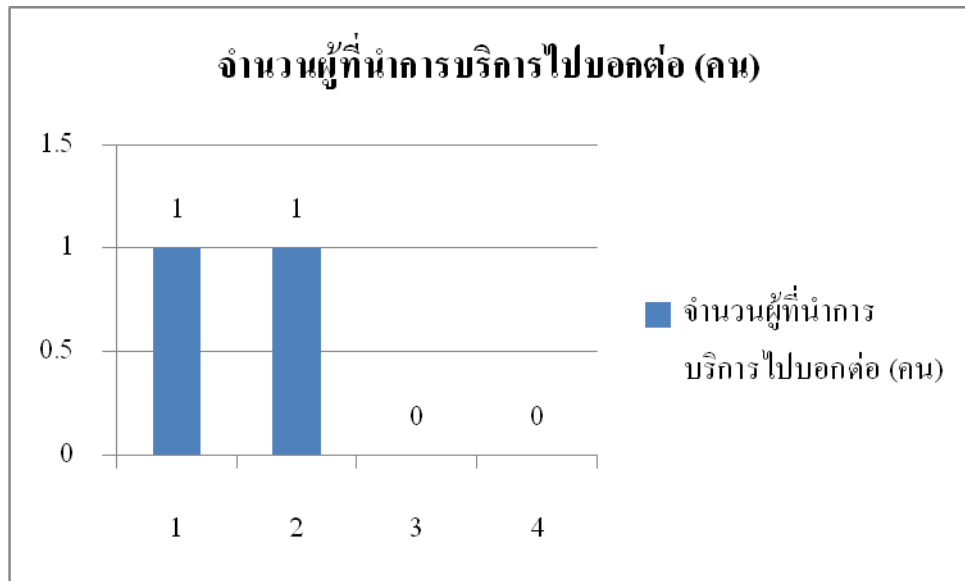
เดือนที่ 2 มีผู้ใช้บริการจริง 0 คน เท่ากับเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 0%

เดือนที่ 3 มีผู้ใช้บริการจริง 3 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 300%

เดือนที่ 4 มีผู้ใช้บริการจริง 1 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 100%

5.1.5 จำนวนลูกค้าที่นำการบริการไปบอกต่อ

จากการศึกษาพบว่า จำนวนลูกค้าที่นำการบริการของ ABC Club ไปบอกต่อนั้น เกิดขึ้นในเดือนที่ 1 และเดือนที่ 2 ของการศึกษาจำนวนที่ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในภาพที่ 4.6 และ สำหรับในเดือนที่ 3 และเดือนที่ 4 ของการศึกษานั้น ไม่พบจำนวนลูกค้าที่ได้นำการบริการของ ABC Club ไปบอกต่อ



ภาพที่ 4.6 แสดงจำนวนลูกค้าที่นำการบริการไปบอกต่อในแต่ละเดือน

เดือนที่ 1 มีผู้นำการบริการไปบอกต่อ 1 คน คิดเป็นเดือนฐาน

เดือนที่ 2 มีผู้นำการบริการไปบอกต่อ 1 คน เท่ากับเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = 0%

เดือนที่ 3 มีผู้นำการบริการไปบอกต่อ 0 คน ลดลงจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = -100%

เดือนที่ 4 มีผู้นำการบริการไปบอกต่อ 0 คน ลดลงจากเดือนที่ 1 คิดเป็น Growth = -100%

จากกราฟทั้ง 5 แสดงถึงแนวโน้มจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มประสบการณ์ลูกค้าด้วยวิธีการสุนทรียสาธก ในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี

5.2 วัดผลเพื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมาย หรือวิสัยทัศน์ที่วางเอาไว้เมื่อเสร็จสิ้นการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ปฏิบัติการ (Action) เพื่อเพิ่มประสบการณ์ลูกค้าของ ABC Club โดยใช้วิธีการสุนทรียสาธก จากนั้นนำหลักการพีรามิดแห่งความภักดีมาวัดผลจำนวนลูกค้าที่ภักดี และมีจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิด เป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2552 ถึงเดือนมีนาคม 2553 เพื่อเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้ในขั้นตอนการ Dream ดังแสดงในตารางที่ 4.10 ดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้ เมื่อเสร็จสิ้นการศึกษา

ชั้นที่	พีรามิด ความภักดี	ลูกค้า เดือน1	ลูกค้า เดือน2	ลูกค้า เดือน3	ลูกค้า เดือน4	ผลรวม (คน)	เป้าหมาย (คน)	คิดเป็น %
1	รู้จัก	491	449	577	740	2257	800	282.125
2	ทดลองใช้	3	20	70	29	122	80	152.5
3	ใช้บริการจริง	2	4	3	4	13	8	162.5
4	ใช้บริการซ้ำ	0	0	3	1	4	4	100
5	บอกต่อ	1	1	0	0	2	2	100

จากตารางแสดงให้เห็นจำนวนลูกค้าสะสมในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่ได้ตั้งเป้าเอาไว้ก่อนทำการศึกษาในขั้นตอนการ Dream ใน AI 4-D Model ภายในระยะเวลา 4 เดือน กล่าวได้ ดังนี้

1. จำนวนผู้ที่รู้จัก ABC Club ตั้งเป้าไว้ 800 คน เกิดขึ้นจริง 2257 คน คิดเป็น 282.13 %
2. จำนวนผู้ที่ทดลองใช้บริการ ตั้งเป้าไว้ 80 คน เกิดขึ้นจริง 122 คน คิดเป็น 152.5 %
3. จำนวนผู้ใช้บริการจริง ตั้งเป้าไว้ 8 คน เกิดขึ้นจริง 13 คน คิดเป็น 162.5 %
4. จำนวนผู้ใช้บริการซ้ำ ตั้งเป้าไว้ 4 คน เกิดขึ้นจริง 4 คน คิดเป็น 100 %
5. จำนวนผู้ที่นำบริการไปบอกต่อ ตั้งเป้าไว้ 2 คน เกิดขึ้นจริง 2 คน คิดเป็น 100 %

แสดงให้เห็นว่า การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก มาเพิ่มประสบการณ์ลูกค้า จนทำให้จำนวนลูกค้าในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี เพิ่มขึ้นได้จริงๆ

6. สรุปการวิเคราะห์ผลการศึกษา การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก มาเพิ่มประสบการณ์ลูกค้า ตลอดระยะเวลา 4 เดือนตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2552 ถึง เดือนมีนาคม 2553

การศึกษานี้ เมื่อทำการวัดผลด้วยพีรามิดแห่งความภักดีแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ผลการปฏิบัติ โดยการทำ Reflection โดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดของการปฏิบัติในรอบนั้นๆ เพื่อนำไปใช้ในเดือนถัดๆ ไป ได้ทั้งหมดดังนี้

6.1 การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มารู้จัก ABC Club

6.1.1 โดยการแจกนามบัตรของ ABC Club ทุกครั้งที่มีโอกาสพบปะผู้คน พร้อมทั้งแนะนำตัวเองไปด้วย

6.1.2 โดยการค้นหา และนำรูป และคลิปโฆษณาที่เราประทับใจมากที่สุดเพิ่มเข้าไป
ในเว็บไซต์ ในทุกๆ เดือนๆ ละ 5 คลิป จากนั้นก็กระจายข้อมูลผ่านทางอีเมล

6.1.3 โดยการติดตามข่าวสารการแข่งขัน หรืองานสัมมนาในสื่อต่างๆ อยู่เป็นประจำ
เพื่อเข้า ร่วมงานอย่างน้อย 1 งานต่อปี

6.1.4 โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับกลุ่มพันธมิตรอย่างสม่ำเสมอ

6.2 การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาทดลองใช้บริการ

6.2.1 โดยทุกครั้งที่มีการแจกนามบัตรจะต้องพูดคุยแลกเปลี่ยนถึงธุรกิจของผู้รับ
นามบัตรด้วย พร้อมทั้งแนะนำตัวเองว่าเราทำงานอะไร

6.2.2 โดยทุกครั้งที่มีเข้าใช้บริการ หรือสินค้าใดๆ ใช้การสังเกตปัญหาของกิจการ
นำมาบันทึก ไว้ด้านหลังนามบัตรของ ABC Club นำไปมอบให้เจ้าของกิจการ เพื่อให้เจ้าของ
กิจการที่ไม่รู้จักมารู้จัก และทดลองพูดคุยกับ ABC Club ไปพร้อมกัน

6.2.3 โดยการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจซึ่งจัดเน้นความสนุกสนาน และการแบ่งปัน
แลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

6.2.4 โดยการลงบทความจากการไปทำกิจกรรมต่างๆ (Action) อย่างสม่ำเสมอ

6.3 การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้ใช้บริการจริง

6.3.1 โดยทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจกัน จะต้องเสนอการบริการให้
คำปรึกษาทางธุรกิจฟรี 1 ครั้ง กับทางผู้ที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้อีกด้วย

6.3.2 โดยทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจกัน พบว่าต้องการให้ ABC Club
ช่วยเหลือด้านการตลาด จำเป็นต้องพูดคุยถึงเรื่อง หลักการ “การตลาดสำหรับสตรี Female
Marketing”

6.3.3 โดยทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ธุรกิจ เสนอให้กิจการนำแบบสอบถาม
ความประทับใจนี้ ไปแจกให้ลูกค้าได้บรรยายความประทับใจนั้นออกมาประมาณ 8-10 บรรทัด เพื่อ
สามารถนำมาพัฒนากิจการให้เป็นที่น่าประทับใจลูกค้าได้

6.3.5 โดยการลงบทความในเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ต่างๆ (Social Media)
อย่างสม่ำเสมอ

6.4 การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาใช้บริการซ้ำ

6.4.1 โดยทุกครั้งที่มีการแจกแบบสอบถาม จากนั้น 1 เดือน ให้นำแบบสอบถามนั้น
กลับมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์สร้างความประทับใจให้กับกิจการ (ลูกค้าของ ABC Club) แล้ว หลังจาก
นั้น 2 สัปดาห์ ต้องติดตามผลการนำไปใช้ เพื่อตรวจสอบว่ากิจการสนใจจะใช้บริการเพิ่ม หรือไม่

6.4.2 โดยติดต่อกลับไปยังลูกค้าเดิมสม่ำเสมอ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน

6.5 การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้หน้าการบริการไปบอกต่อ

6.5.1 โดยทุกครั้งที่มีลูกค้ามาใช้บริการของ ABC Club จะต้องขออนุญาตนำ นามบัตร ไปฝากวางไว้ที่สถานประกอบการ เพื่อให้ลูกค้าเป็นคนบอกต่อการให้บริการของ ABC Club

6.5.2 โดยทุกครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันนั้น จำเป็นต้องมีการบอกเล่าหลักการ เรื่องราว และหัวข้อด้วยกัน นั่นคือ การตลาดสำหรับบิสตรี (Female Marketing) และ พีรามิดแห่ง ความภักดี (Loyalty Pyramid)

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ได้กำหนดไว้

1. เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดมาเพิ่มประสบการณ์ลูกค้าของ ABC Club ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของ ABC Club เพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่ง ความภักดี บรรลุได้ พิสูจน์โดย สรุปผลการวิเคราะห์ข้างต้น เป็นประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุด ทั้ง ในแง่ของ

1.1 การส่งผลให้ลูกค้าขึ้นไปอีกชั้นของพีรามิดได้

1.2 การส่งผลให้เกิดจำนวนลูกค้ามากที่สุดในการปฏิบัติได้

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่ได้กำหนดไว้

2. เพื่อพิสูจน์ว่าการใช้สุนทรียสาธกมาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี บรรลุได้ พิสูจน์โดย ผลการวัดผลการศึกษา พิสูจน์ได้ว่า สามารถประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก มาเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า จนทำให้จำนวนลูกค้าในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี เพิ่มขึ้น ได้จริง

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษากการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า กรณีศึกษา ABC Club มีวัตถุประสงค์เพื่อสามารถค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดมาเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของ ABC Club เพิ่มมากขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) และเพื่อพิสูจน์ว่าการใช้สุนทรียสาธกมาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี โดยใช้กระบวนการของสุนทรียสาธก ร่วมกับหลักการพีรามิดแห่งความภักดี

ขณะที่ผู้ศึกษาได้เริ่มทำการศึกษานั้น บริษัท ABC Club เพิ่งเริ่มต้นก่อตั้งมาได้ไม่นาน ยังไม่มีแม้แต่ลูกค้าที่รู้จักกับ ABC Club เลย ผู้ศึกษาจึงอยากทราบว่า การนำวิธีการสุนทรียสาธกมาพัฒนาองค์กร และเพิ่มประสบการณ์ลูกค้า โดยใช้หลักการพีรามิดแห่งความภักดีเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวัดผล สามารถทำได้ หรือจริงไม่ และทำได้อย่างไร โดยทำการศึกษาดลอดระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2552 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2553 ผู้ศึกษาได้ใช้สุนทรียสาธกเป็นเครื่องมือหลักในการค้นหาข้อมูล โดยใช้การสังเกต สอบถาม สัมภาษณ์ จากบุคคล จากสิ่งของ หรือสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว ในขั้นตอนการ Discovery ใน AI 4-D Model เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดมาเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของ ABC Club เพิ่มมากขึ้นในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี และใช้ อีก 3 ขั้นตอนที่เหลือของ AI 4-D Model เพื่อพิสูจน์ว่าการใช้สุนทรียสาธกมาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้าได้จริง

ในทุกๆ เดือน ผู้ศึกษาจะทำการวัดจำนวนลูกค้าขององค์กร ABC Club ที่อยู่ในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี เพื่อเป็นการวัดผลการปฏิบัติในแต่ละรอบเดือน จากนั้นนำการปฏิบัติที่ทำในแต่ละรอบวงจร มาทำการวิเคราะห์ผล ทำการสะท้อนการปฏิบัติงาน (Reflection) โดยใช้สุนทรียสาธก เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดของการปฏิบัติในรอบนั้นๆ เพื่อนำไปใช้ในเดือนถัดๆ ไป

และหลังจากจบระยะเวลาการศึกษา ผู้ศึกษาได้นำผลรวมของลูกค้าในแต่ละชั้นของพีรามิดแห่งความภักดี มาเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่กำหนดไว้ก่อนการศึกษา เพื่อเป็นการพิสูจน์วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้อีกด้วย

จากการศึกษาทำให้ผู้ศึกษาสามารถค้นพบประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดมาเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของ ABC Club เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นดังนี้

1. **การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มารู้จัก ABC Club** โดยการแจกนามบัตร, การนำรูป และคลิปโฆษณาที่ประทับใจเพิ่มในเว็บไซต์, การเข้าร่วมการแข่งขัน หรืองานสัมมนาเป็นประจำ, การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับกลุ่มพันธมิตร สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้มากถึง 740 คน คิดเป็น 50.71% ของเดือนที่ 1 ซึ่งเป็นเดือนฐาน และผลโดยรวมแล้วมีลูกค้ารวม 2,257 คน คิดเป็น 282.125% จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ (800คน)
2. **การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาทดลองใช้บริการ** โดยการพูดคุยแลกเปลี่ยนถึงธุรกิจทุกครั้งที่มีการแจกนามบัตร, การสังเกตปัญหาของกิจการบันทึกไว้ด้านหลังนามบัตร, การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจเน้นความสนุกสนาน และการแบ่งปันประสบการณ์, การลงบทความจากการไปทำกิจกรรม สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้ถึง 70 คน คิดเป็น 2,233.33% ของเดือนที่ 1 ซึ่งเป็นเดือนฐาน และผลโดยรวมแล้วมีลูกค้ารวม 122 คน คิดเป็น 152.5% จากเป้าที่ตั้งไว้ (80คน)
3. **การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้ใช้บริการจริง** โดยการเสนอการบริการให้คำปรึกษาธุรกิจฟรี 1 ครั้ง, การพูดคุยถึงเรื่อง หลักการ “การตลาดสำหรับอิสตรี หรือพฤติกรรมการซื้อของผู้หญิง Female Marketing”, การเสนอให้กิจการนำแบบสอบถามความประทับใจนี้แจกให้ลูกค้า, การลงบทความในเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ต่างๆ (Social Media) สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้ถึง 4 คน คิดเป็น 100% ของเดือนที่ 1 ซึ่งเป็นเดือนฐาน และผลโดยรวมแล้วมีลูกค้ารวม 13 คน คิดเป็น 162.5% จากเป้าที่ตั้งไว้ (8คน)
4. **การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาใช้บริการซ้ำ** โดยการนำแบบสอบถามความประทับใจนั้นกลับมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์, การติดต่อกลับไปยังลูกค้าเดิมอย่างสม่ำเสมอ สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้ถึง 3 คน คิดเป็น 100% ของเดือนที่ 1 ซึ่งเป็นเดือนฐาน และผลโดยรวมแล้วมีลูกค้ารวม 4 คน คิดเป็น 100% จากเป้าที่ตั้งไว้ (4คน)
5. **การทำเพิ่มจำนวนลูกค้าให้นำบริการไปบอกต่อ** โดยการขออนุญาตนำนามบัตรฝากวางไว้ที่สถานประกอบการ, การบอกเล่าหลักการ และเรื่องราวในหัวข้อการตลาดสำหรับอิสตรี (Female Marketing) และ พีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้ถึง 1 คน คิดเป็น 100% ของเดือนที่ 1 ซึ่งเป็นเดือนฐาน และผลโดยรวมแล้วมีลูกค้ารวม 2 คน คิดเป็น 100% จากเป้าที่ตั้งไว้ (2คน)

ดังนั้นพิสูจน์ได้ว่าการใช้สุนทรียศาสตร์มาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่สุดจนเกิดความภักดีในแต่ละขั้นของพีรามิดแห่งความภักดี ทำได้จริง

2. ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ที่สนใจจะนำความรู้ที่ผู้ศึกษาได้ถ่ายทอดมาไปใช้งาน หรือขยายผลต่อในงานของตนเอง ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ และแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อที่จะทำให้การศึกษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นดังนี้

- 2.1 ผู้ศึกษาควรจะเป็นคนช่างสังเกต รู้จักการสัมภาษณ์ รู้จักการสอบถาม
- 2.2 ผู้ศึกษาควรจะเป็นคนที่มองโลกในแง่บวก แม้สักเล็กน้อย
- 2.3 ผู้ศึกษาควรจะเป็นคนขยันปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้รู้ และเข้าใจในงานที่ตนเองทำอย่างถ่องแท้ เพราะจะทำให้สามารถค้นหาประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดได้โดยง่าย
- 2.4 ผู้ศึกษาควรจะต้องตั้งเป้าหมายในการปฏิบัติงานไว้ให้สูง เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้ตนเองปฏิบัติงานได้เต็มความสามารถที่สุด
- 2.5 ผู้ศึกษาสามารถนำ สุนทรียสาธก ไปประยุกต์ได้ในเกือบทุกการปฏิบัติงานของตนเอง และในหนทางที่ดีที่สุดคือการประยุกต์ใช้กับการจัดการความรู้เพื่อสามารถนำประสบการณ์ที่ได้ไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่น หรือแม้กระทั่งตนเอง ได้เรียนรู้ในภายหลังอีกด้วย

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 3.1 สามารถประยุกต์ใช้วิธีการ สุนทรียสาธก (Appriciative Inquiry) ร่วมกับความรู้ด้านอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า ช่วยพัฒนาองค์กรของลูกค้า ABC Club ได้
- 3.2 สามารถประยุกต์ใช้วิธีการ สุนทรียสาธก (Appriciative Inquiry) กับ พีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่ภักดีกับ ABC Club ตั้งแต่ผู้ที่ไม่รู้จักจนกระทั่งนำความประทับใจในการบริการของ ABC Club ไปบอกต่อ

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพัฒน์ พัฒนเศรษฐานนท์. (2551). การนำระบบ SAP มาใช้ในกระบวนการผลิตกระเบื้องด้วย
วิธีการ **Appreciative Inquiry**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จารุ กาญจนสินธุ์. (2551). การใช้ **Appreciative Inquiry** ในการส่งเสริมสุขภาพเจ้าหน้าที่
โรงพยาบาลพล. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัย
บัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล. (2546). **IRM:CRM การตลาดมุ่งสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ธัญนันท์ จักรธำรงค์. (2551). การวางแผนกลยุทธ์กลุ่มเวชภัณฑ์โดยใช้ **Appreciative Inquiry** : ใน
กรณีศึกษาด้านการตลาดของเวชภัณฑ์ยา PAR ของบริษัทเอ ในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี.
รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญดี บุญญาภิจ และคณะ. (2549). การจัดการความรู้ จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3.
กรุงเทพฯ: บริษัท จีรวัฒน์ เอ็กซ์เพรส จำกัด.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ: ชรรวมผลการพิมพ์.
- อังกริยา สุทธิชาติ. (2551). การวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขาย A โดยใช้ **Appreciative
Inquiry**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้าน
การจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Barrett, F.J. & R.E. Fry. (2005). **Appreciative Inquiry**. 1st ed. Ohio: Taos Institute Publications.
- Coorperider, D.L. & D. Whitney. (2005). **Appreciative Inquiry**. San Francisco, CA: Berrett -
Koenler Publishers, Inc.
- Reed, J. (2007). **Appreciative Inquiry**. California: Sage Publications, Inc.
- Takeuchi H. & I. Nonaka. (2000). Theory of Organization Knowledge Creation. In Morey D.
(editor), **Knowledge Management Classic and Contemporary Works**. Massachusetts:
Mary Reilly Graphics.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Watkins, J.M. & B.J. Mohr. (2001). **Appreciative Inquiry**. San Francisco, CA: A Wiley Company.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

คำอธิบายเพิ่มเติม การปฏิบัติงาน (Action)

1. คำอธิบายเพิ่มเติม Action เดือนที่ 1

1.1 เว็บไซต์ของ ABC Club คือ <http://abcclub.ning.com>

The screenshot shows the Ning network interface for ABC Club. The header includes the Ning logo and navigation options like 'Create a Ning Network', 'Nipatamon Sign Out', and a search bar. The main title is 'ABC Club : Appreciative Business Consultant Club' with a subtitle 'ศาสตร์แห่งการ "จับถูก" เพื่อธุรกิจที่มีความสุข'. Below the title is a 'MAIN' navigation bar with links like 'เยี่ยมชม', 'ห้องส่วนตัว', 'คนจับถูก', etc. The content area is divided into several sections: 'Links' with a banner for 'Animal Business' and a link to 'Thailand Appreciative Inquiry Network'; 'Vision' with a list of 4 points; 'Show&Share' with three posts about 'จับถูก @ Shopping', 'จับถูก @ ในบ้าน', and 'จับถูก @ นอกบ้าน (ห้องเที่ยว)'. The right sidebar features a 'Nipatamon' profile, a 'Google' search bar, and a 'Badge' section.

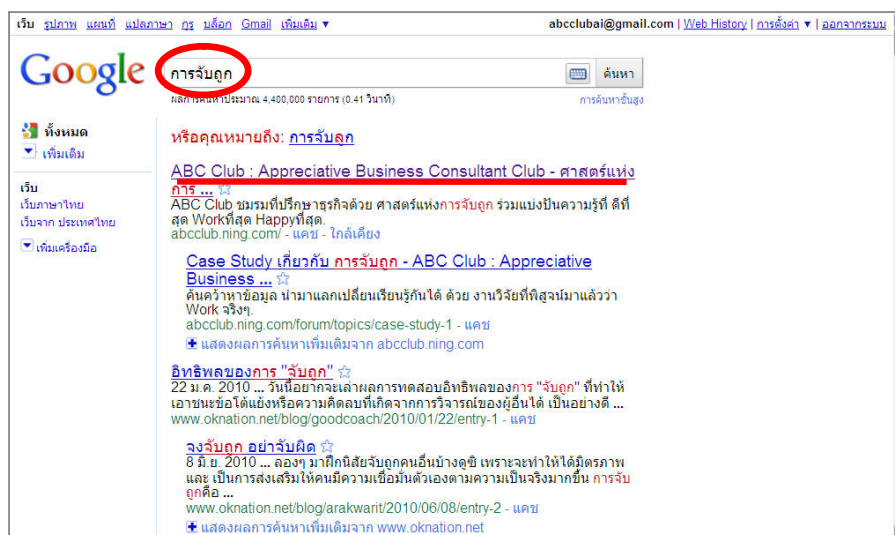
ภาพที่ ก.1 แสดงหน้าเว็บไซต์ของ ABC Club

1.2 ขยายคำว่า “การจับถูก” ในเว็บไซต์ <http://abcclub.ning.com>



ภาพที่ ก.2 แสดงการขยายผลคำว่า “การจับถูก” ในเว็บไซต์

ผลของการขยายผลคำว่า “การจับถูก” ในเว็บไซต์ <http://abcclub.ning.com> โดยการค้นหาคำว่า “การจับถูก” อยู่ในหน้าแรกของเว็บไซต์ www.google.co.th



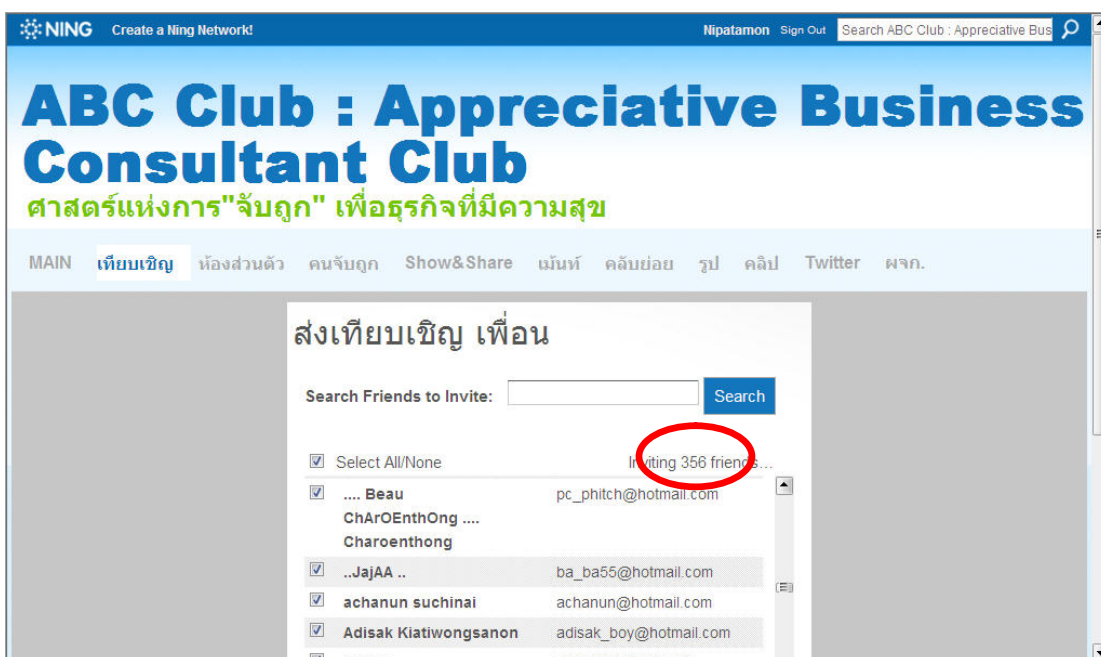
ภาพที่ ก.3 แสดงผลการค้นหาคำว่า “การจับถูก” ของเว็บไซต์ Google

1.3 ทำการเผยแพร่เว็บไซต์ โดยการกระจายข้อมูลทาง E-Mail



ภาพที่ ก.4 แสดงการทำกรเผยแพร่เว็บไซต์ โดยการกระจายข้อมูลทาง E-Mail

ผลก็คือ มีผู้ที่ได้รับเมล์จากทางเว็บไซต์ 356 คน



ภาพที่ ก.5 แสดงผลการทำกรเผยแพร่เว็บไซต์

1.4 ออกแบบนามบัตรให้ดูง่าย, สะดุดตาด้วยสีส้ม และการวางตัวอักษร



ภาพที่ ก.6 แสดงแบบนามบัตรของ ABC Club

ผลจากการแจกนามบัตร คือ มีผู้สนใจจะทดลองใช้บริการของ ABC Club 30 ราย และมีผู้สนใจใช้บริการ ABC Club 3 ราย คือ

1. โรงสีข้าว ที่ จ.หนองบัวลำภู
2. ร้านยาวชิราพรเกษัช จ.อุตรธานี
3. ร้านขายอะไหล่รถยนต์ จ.อุตรธานี

2. คำอธิบาย เพิ่มเติม Action เดือนที่ 2

- 2.1 ทำการเผยแพร่รูปภาพโฆษณา ทางเว็บไซต์ abcclub.ning.com

NING Create a Ning Network! Nipatamon Sign Out Search ABC Club : Appreciative Bu

ABC Club : Appreciative Business Consultant Club

ศาสตร์แห่งการ"จับถูก" เพื่อธุรกิจที่มีความสุข

MAIN [เยี่ยมชม](#) [ห้องส่วนตัว](#) [คนจับถูก](#) [Show&Share](#) [เมนู](#) [คลังย่อย](#) **รูป** [คลิป](#) [Twitter](#) [ผก.](#)

รูป ทั้งหมด อัลบั้ม ทั้งหมด รูป ของฉัน อัลบั้ม ของฉัน สไลด์โปรด + [เพิ่ม อัลบั้ม](#) **Nipatamon**

Sign Out
 Inbox
 เพื่อน - ส่งข้อความ
 Settings
 Quick Add...

โฆษณา โคนใจ
 Added by Nipatamon on October 7, 2009 at 10:43pm
[View Albums](#)

ภาพ 1 ภาพ แทนคำพูดได้ เป็น 1000 นับประสาอะไร นักโฆษณาจึงไม่น่าภาพ มาสื่อความหมายให้ลูกค้า ชึ่ง

[View Slideshow](#)
[Get Embed Code](#)
[Edit Album](#)
[Delete Album](#)
[Share](#)
[Feature](#)

Previous 1 2 3 ... 6 Next Page 2 Go

เพิ่ม Comment

[Follow](#) - Email me when people comment [Add Comment](#)

เกี่ยวกับ
 Nipatamon created this Ning Network. [Create a Ning Network!](#)

Badge

เป็นเจ้าของ :
 ABC Club :
 Appreciative...
 ABC Club ชมรมที่ปรึกษาธุรกิจด้วยศาสตร์แห่งการจับถูก รวมแบบมีความสุขที่สุด Workst สุด Happyที่สุด
 270 members
[Get Badge](#)

© 2010 Created by Nipatamon on Ning. Create a Ning Network! Badges | Help | Privacy | Terms of Service

ภาพที่ ก.7 แสดงการทำการเผยแพร่รูปภาพโฆษณา ทางเว็บไซต์

2.2 เขียนประสบการณ์ “การจับลูก (Appreciative Inquiry)” ใน www.gotoknow.org

The screenshot shows a blog page on www.gotoknow.org. The header includes the site name and a navigation menu. The main content area displays two blog posts:

- โฆษณาระดับโลก เขาคิด เขาทำกันยังไง (2) : Honda (1)**
เป็นโฆษณาของค่ายรถยนต์จากญี่ปุ่นยี่ห้อหนึ่ง ที่สื่อออกมาถึง Physical Evidence ที่พออยู่แล้ว น่าสนใจ เลขที่เดียว ติดตามผลงานโฆษณาไทย และ เทศได้ที่ [มีต่อ >](#)
หมวดหมู่: [เรื่องทั่วไป](#)
คำสำคัญ: [abc club](#) [honda](#) [จับลูก](#) [รถยนต์](#) [โฆษณา](#)
สัญญาอนุญาต: [มีชี: แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน](#) [\(CC\) BY-NC-SA](#)
โดย [Mr.จับลูก](#) สร้าง: ๑.01 มี.ค. 2553 @ 07:13 แก้ไข: ๑.01 มี.ค. 2553 @ 07:13
- โฆษณาระดับโลก เขาคิด เขาทำกันยังไง (1) (0)**
เป็นตัวอย่างหนึ่ง ที่สื่อออกมาให้เห็น สักภาพของเด็ก ที่ผู้ใหญ่ ควรให้ความสนใจ มิใช่เลขเลข ปล่อยไป หรือ แม่แต่ คำว่า เพราะเขาจริงจังรีบๆ เกินไป ติดตาม โฆษณาเด็ดๆ ของทั้งไทยและเทศได้ที่ [มีต่อ >](#)
หมวดหมู่: [เกษตรกรรม](#) [อุตสาหกรรม](#) [ธุรกิจการค้า](#)
คำสำคัญ: [abc club](#) [จับลูก](#) [เด็ก](#) [โฆษณา](#)
สัญญาอนุญาต: [มีชี: แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน](#) [\(CC\) BY-NC-SA](#)
โดย [Mr.จับลูก](#) สร้าง: ๑.01 มี.ค. 2553 @ 07:10 แก้ไข: ๑.01 มี.ค. 2553 @ 07:10

The right sidebar contains:

- RSS: [ABCclub : Appreciative Inquiry by ALMON](#)
- JavaScript Badge: `<script src="http://gotokn with/without stylesheet`
- คำอธิบายบล็อก
- ABC Club
- Appreciative Business Consultant <http://abcclub.ning.com>
- ดีดสรรสิ่งที Work ทีสุด ในการทำธุรกิจ มาทีคุณได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกัน
- โทรปรึกษาธุรกิจฟรี 3 ครั้ง
- รับฝึกอบรม สัมมนา ธุรกิจด้วยการจับลูก
- ค่าจ้างครึ่งหนึ่งมอบให้องค์กรการกุศล
- 081-965-4832
- ALMON : Mr. จับลูกแห่ง ABC Club
- เกี่ยวกับบล็อก
- สารบัญ (13 มินท์ก)

ภาพที่ ก.8 แสดงการเขียนประสบการณ์ “การจับลูก” ใน www.gotoknow.org

ผลลัพธ์ คือ จาก 13 Blogs มีจำนวนผู้เข้าชมเฉลี่ย 85 คน/Blog



Mr. จันทัก
AI Practitioner - ธุรกิจส่วนตัว
ABC Club

ประวัติ :: คนพร้อมขอมูล :: ออนไลน์ :: มัลลิก :: แพลเน็ต (รวมมัลลิก) :: โฟล์ :: คำถาม :: เริ่มอ้างอิง :: มีเมลคิดต่อ

สารบัญหน้า 1 : 13 บันทึกลับ

ชื่อบันทึก	อ่าน	ความเห็น
โฆษณาระดับโลก เขาคิด เขาทำกันยังไง (2) : Honda	88	1
โฆษณาระดับโลก เขาคิด เขาทำกันยังไง (1)	90	0
สุดยอด โฆษณาไทย ที่หาไม่ได้ในทีวีไทย (2) : Double A	72	0
สุดยอด โฆษณาไทย ที่หาไม่ได้ในทีวีไทย (1) : แพนชั่น	64	2
รถกันรื้อบ้านกันรื้อ (1)	66	1
ฝรั่งเขยไทย ภาษาที่สอง และ การเรียนรู้ตั้งแต่เด็ก	76	6
Vision มั่นยาวอยู่ๆ ไม่ใช่ 3-สั้น	88	2
Marketing กิ่ง ก่อ แก้ว (3) : STP คืออะไร	164	1
Marketing กิ่ง ก่อ แก้ว (2) : จาก 4C มา 4P และ 4ส	93	0
Marketing กิ่ง ก่อ แก้ว (1)	72	0
ช่างไม้ดีตลอด อดเขียน Blog ขี้ตบรวา	60	1
การแบ่ง Segment ผู้หญิง ภาคต่อ Female Marketing	93	1
Female Marketing	75	1

<script src="http://gotokn with / without stylesheet

คำอธิบายบล็อก

ABC Club

Appreciative Business Consultant
<http://abcclub.ning.com>

คิดสรรสิ่งที Work ทีสุด ในการทำธุรกิจ มาให้คิดได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกัน

โทรปรึกษาธุรกิจฟรี 3 ครั้ง
รับฝึกอบรม สัมมนา ธุรกิจด้วยการจับถูก
คำจำกัดความใหม่มอบให้องค์กรของคุณ

081-965-4832
ALMON : Mr. จันทักแห่ง ABC Club

เกี่ยวกับบล็อก

- สารบัญ (13 บันทึกลับ)

บันทึกทีได้รับความเห็นค่าสุด

ภาพที่ ก.9 แสดงผลลัพธ์การเขียนประสบการณ์ “การจับถูก”

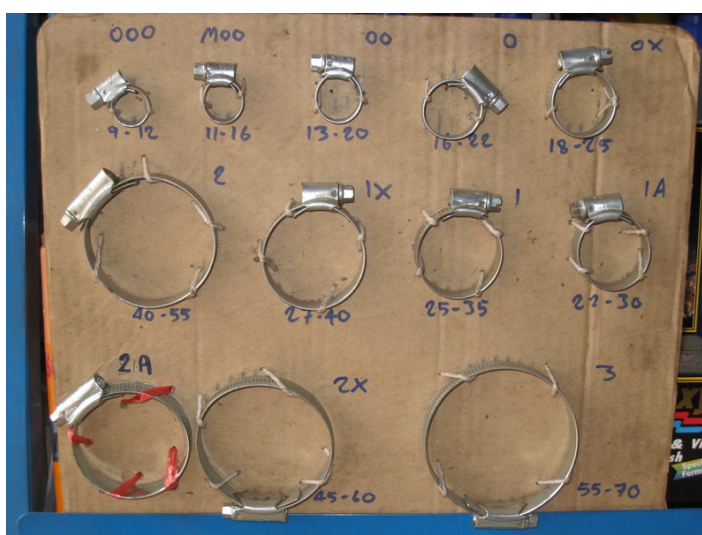
2.3 การเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับ “การจับถูก” ทำให้มีผู้เข้ามาแสดงความเห็นถึง 16 ข้อความ

2.4 การพัฒนาองค์กรโดยคิดนวัตกรรมให้ลูกค้า ที่มาจกประสบการณ์ด้านบวกทีดีทีสุด จากการสังเกตพฤติกรรมการซื้อของผู้หญิงในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง พบว่า นูทขายเครื่องสำอางจะจัดหน้าร้านให้ลูกค้าได้เลือกสินค้าได้ง่ายทีสุด มีสินค้าให้ทดลองใช้ ABC Club ได้ค้นพบการจัดวางสินค้าทีเลือกง่ายนำมาซึ่งความสะดวกสบายในการขาย จึงได้นำมาคิดค้นนวัตกรรมการเลือกสินค้าได้โดยง่ายของลูกค้า ABC Club รายหนึ่งทีเป็นร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ที จ.อุครธานี ดังนี้



ภาพที่ ก.10 แสดงกล่องใส่ “เหล็กรัดท่อยาง” ก่อนการคิดคั่นนวัตกรรม

จากรูปเป็นกล่องใส่ “เหล็กรัดท่อยาง” ซึ่งมีหลากหลายขนาด จากการสังเกต และ สัมภาษณ์เจ้าของร้าน ก่อนที่จะคิดนวัตกรรมได้ ขณะจำหน่ายสินค้าชั้นนี้พบว่า เมื่อลูกค้าเข้ามาซื้อ สินค้าชนิดนี้ ผู้ขายจะใช้เวลาในการเลือกขนาดของสินค้าเป็นเวลานาน ทดลองจับเวลาคร่าวๆเฉลี่ย 2 นาทีต่อครั้ง เพื่อเปิดกล่องทีละกล่องแล้วหยิบเหล็กรัดมาเทียบกับท่อยาง หรือ เหล็กรัดของลูกค้า ที่นำมา



ภาพที่ ก.11 แสดงแผ่นแสดง “เหล็กรัดท่อยาง” หลังการคิดคั่นนวัตกรรม

เมื่อนำนวัตกรรมที่ค้นพบได้มาประยุกต์ใช้ จึงเกิดเป็นแผ่นป้ายแสดงตัวอย่างขนาดต่างๆของผลิตภัณฑ์อย่าง ซึ่งมีมากถึง 12 ขนาด ผู้ขายเพียงแค่นำตัวอย่าง หรือผลิตภัณฑ์ตัวอย่างของลูกค้า เทียบเข้ากับแผ่นป้ายนี้ ก็จะทราบเบอร์ที่เขียนไว้บนหน้ากล่องบรรจุสินค้า ทำการหยิบได้ทันที ไม่ต้องเปิดทีละกล่องมาเทียบ ทดลองจับเวลาคว่าๆเฉลี่ยเพียงแค่ 30 วินาทีเท่านั้น ประหยัดเวลาลงไปถึง 4 เท่าเลยทีเดียว

ผลลัพธ์ของการคิดนวัตกรรมนี้ให้ลูกค้าได้ คือ จากลูกค้าที่ทดลองใช้ มาซื้อใช้บริการ ABC Club เต็มรูปแบบ

3. คำอธิบายเพิ่มเติม Action เดือนที่ 3

3.1 การแข่งขันประกวด แผนธุรกิจเพื่อสังคม



ภาพที่ ก.12 แสดงภาพการเข้าร่วมแข่งขันประกวด แผนธุรกิจเพื่อสังคม



ภาพที่ ก.13 แสดงใบเกียรติบัตรการเข้าร่วมแข่งขันประกวด แผนธุรกิจเพื่อสังคม

ผลคือ มีผู้ที่ทำธุรกิจเพื่อสังคมรู้จัก ABC Club รวม 100 คน จากทั่วประเทศมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเกิดขึ้นภายในงานประกวด

ประกาศผล โครงการประกวดแผนธุรกิจกิจการเพื่อสังคม (SEBP) ที่ผ่านการพิจารณารอบแรก



ทางโครงการ SEBP ขอแสดงความยินดีกับทีมที่ผ่านการพิจารณารอบการคัดเลือกบทย่อยทั้ง 15 ทีม ซึ่งมีรายชื่อดังต่อไปนี้

| ทีม
ที่ | รหัส | ชื่อทีม | หัวหน้าทีม | มหาวิทยาลัย |
|------------|--------|----------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| 1 | SEBP01 | सान 3 วัย | นายธนกิตต์ ศิลาแดง | มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัด
เชียงใหม่ |
| 2 | SEBP02 | LannaGoodview | นางสาววันสว่าง ชื่นพงษ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 3 | SEBP03 | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ | นาย สัตยา จิระธนนท์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4 | SEBP04 | JAM Magazine | นาย นิพัฒน์ ชัยวรรณกุล | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 5 | SEBP05 | Less is More | นางสาวสุมาลัย เจริญเพ็ง | วิทยาลัยสันตพล จังหวัด
อุดรธานี |
| 6 | SEBP06 | iCop | นายฉัตรชัย อภิบาลพูนผล | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |

| ทีม
ที่ | รหัส | ชื่อทีม | หัวหน้าทีม | มหาวิทยาลัย |
|------------|--------|---------------------------------------|---------------------|-----------------------|
| 7 | SEBP07 | Social Enterprise for
Cooperatives | นายวิศรุต ศิริอมรสข | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |

ขอให้ทุกทีมที่ผ่านการเข้ารอบจัดทำแผนธุรกิจเป็นรูปเล่มฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้สำหรับนำเสนอในการแข่งขันรอบภูมิภาค และถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงกำหนดทางทีมงานจะแจ้งให้ทราบในภายหลัง หากมีข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่อคุณมิ่งขวัญ โทรศัพท์ 089-784-0454 หรือผ่านทาง sebp.in.th@gmail.com โดยระบุรหัสทีม และชื่อทีมของท่านในช่อง subject

ภาพที่ ก.14 แสดงผลการประกวดแผนธุรกิจกิจการเพื่อสังคม (SEBP)

3.2 ทำการเผยแพร่คลิปโฆษณา ทางเว็บไซต์ abcclub.ning.com

NING Create a Ning Network! Nipatamon Sign Out Search ABC Club : Appreciative Bu

ABC Club : Appreciative Business Consultant Club

ศาสตร์แห่งการ"จับถูก" เพื่อธุรกิจที่มีความสุข

MAIN เที่ยมเชิญ ห้องส่วนตัว คนจับถูก Show&Share มั่นใจ คลิปย่อย รูป **คลิป** Twitter ผจก.

Clip ทั้งหมด Clip ของฉัน สดโปรด + เพิ่ม Clip Nipatamon

Clip แนะนำ

Best honda commercial ever! Honda - "Choir" Advertisement โฆษณา แทนที่ นักร้อง ซึ่งจนจนลุก โฆษณา มุขเสียว รวมโฆษณาไทย ประกันชีวิต

Sign Out
Inbox
เพื่อน - ส่งเทียบเชิญ
Settings
Quick Add...
โฆษณาโดย Google
ปรับกับผลิตภัณฑ์ของคุณ
เริ่มต้นเริ่มต้นเพียง 5 นาที/วัน ให้ความคุ้มครองถึง 2 ล้านบาททันที
www.Cigna.co.th

ดู ทั้งหมด

Clip ทั้งหมด (27)

Sort by: Latest

Best honda commercial ever!
โฆษณา HONDA ที่ดีที่สุด
Tags: ดีที่สุด, HONDA
Nipatamon 25 views
Dec. 10, 2009

Honda - "Choir" Advertisement
ลองหา โฆษณา HONDA เขา "ให้เสียง" ประกอบโฆษณากันยังไง ดูแล้วจะ หัวเราะ ได้เสียว "วัง"
Tags: เสียว, หัวเราะ
Nipatamon 38 views
Dec. 10, 2009

Are you always late for work?
โฆษณากำ แต่ สา คริบ โฆษณาคนโต แต่ มองใจหมี่ สึกมากๆ การที่ใครรอบมีมาสาย คือรับจจะจอนโต โดดๆที่...
Tags: มาสาย, Adver
Nipatamon 43 views
Dec. 10, 2009

Rich Dad Poor Dad
จุดสำคัญของหนังสือ Rich Dad Poor Dad
Tags: Poor, Dad
Nipatamon 47 views
Oct. 28, 2009

เคล็ดลับแห่งความสำเร็จ by trawut
เคล็ดลับแห่งความสำเร็จ
Tags: ความสำเร็จ, เคล็ดลับ
Nipatamon 43 views
Oct. 28, 2009

เคล็ดลับความรวยกับ 6 หนังสือดังของโลก Law of attraction
เคล็ดลับความรวยกับ 6 หนังสือดังของโลก
Tags: attraction, of
Nipatamon 43 views

เกี่ยวกับ

ภาพที่ ก.15 แสดงการทำการเผยแพร่คลิปโฆษณา

3.3 เขียนประสบการณ์ "พฤติกรรมการซื้อขายของอิสตรี (Female Marketing)" ใน

www.gotoknow.org

The screenshot shows a GotoKnow blog page for 'Female Marketing' by Mr. Jintak. The page layout includes a header with the title and a navigation bar. The main content area features two articles with titles in Thai, such as 'She Stress & Shopping มั่นคง ความเครียด และการช้อปปิ้ง' and 'วิธีการทำขนมพายฝ้าย รับประทาน ไร้ทำไหว ทำขาย (8)'. The right sidebar contains an RSS feed, a JavaScript badge, and contact information for ABC Club, including a phone number and a website link.

ภาพที่ ก.16 แสดงการเขียนประสบการณ์ “พฤติกรรมการซื้อขายของอิสตรี (Female Marketing)”

ผล ก็คือ จาก 24 Blogs มีจำนวนผู้เข้าชมเฉลี่ย 156 คน/Blog ทำให้มีผู้เข้ามาตอบกระทู้ถึง 68 ข้อความ

.....

2. ถ้าให้คุณลองหลับตาค่อยๆ ออกแบบ ร้านอะไรก็ได้ที่จะทำให้ผู้หญิงประทับใจที่สุด จนเธอ
 เหล่านั้นเอาร้านของคุณไปบอกต่อ คุณคิดว่าจะต้องมีอะไรบ้าง เล่าเรื่องราวให้ฟังซัก 8-10 บรรทัด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาพที่ ก.18 แสดงแบบสอบถามความประทับใจ

ผลของการออกแบบ แบบสอบถามความประทับใจ นำไปให้ลูกค้าใช้ คือ มีลูกค้าที่เคย
 ทดลองใช้ นำแบบสอบถามนี้ไปใช้งาน จากนั้นนำกลับมาประมวลผลเชิงคุณภาพ จากนั้นขายไอเดีย
 ให้ลูกค้ากลับคืนถึง 3 ราย ตัวอย่างเช่น ร้านขายยา บ้านยาตะวันออก

จากแบบสอบถาม ความประทับใจของผู้หญิง เพื่อพัฒนา ร้านยา บ้านยาตะวันออก

1. ตกแต่งร้านให้เรียบง่าย เปิดเพลงฟังสบายๆ
 พนักงานบริการอย่างทั่วถึง
2. ตกแต่งร้านให้ดูปลอดภัยสำหรับผู้หญิง
 พนักงานเป็นกันเอง ทราบในสิ่งที่ลูกค้าต้องการอยากทราบ
3. ร้านมีมุมสุขภาพสำหรับผู้หญิง
 พนักงานอภัยยศดี พูดเพราะ ห่วงใยลูกค้า
4. ร้านนั่งสบายๆ มีของทานเล่นที่ไม่ทำให้อ้วน มีอินเตอร์เน็ต มีเพลงสบายๆ
 พนักงานรับรองลูกค้าอย่างดีเยี่ยม (อันนี้ต้องไปถามเพิ่มว่า เยี่ยมนี้ เยี่ยมจุดไหน ยังไง)
5. สินค้ามีคุณภาพราคาถูก
 ร้านตกแต่งน่ารักๆ หวานๆ มีสิ่งต้องทำให้ผู้หญิงสนใจหลายๆอย่าง

6. พนักงานต้อนรับดี เป็นกันเอง
7. ตกแต่งดี เชื้อถือได้ บริการเยี่ยม ตกแต่งดี น่ารัก บริการดี
พนักงานคอยแนะนำ และนำเสนอสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้า
8. ตกแต่งร้านบรรยากาศผ่อนคลาย รู้สึกสบายๆ สะอาด ถูกสุขลักษณะ
ชอบร้านยาชูศักดิ์ มหาสารคาม เพราะเก็ชชคอยดูแล ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี เลือกยาที่มีคุณภาพ บอกลูกค้าถึงผลกระทบที่ตามมา พุดจาไฟเพราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส
9. สีสันเป็นสีขาว ลายพื้นทึบรูปดอกไม้ มีโคมไฟตามมุมห้อง มีมูมนั่งรอของแขกตัว
โซฟา พนักงานอัยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่รายละเอียดทุกอย่าง ขอลองยัง ใจก็ไม่บ่น แม้จะไม่ซื้อก็ไม่แสดงสีหน้าที่ไม่พอใจ และลดราคาได้กระหน้าถึงใจ
10. ตกแต่งร้านน่ารัก มีโต๊ะ เก้าอี้ให้นั่งคุย มีดนตรีฟังสบายๆ คลายเครียด มีที่อ่านหนังสือ
พนักงานต้อนรับเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม พุดเพราะ
11. ร้านยา บริการดี ให้ความรู้ในเรื่องสินค้า
ร้านยาที่ไม่เหมือนร้านยา แต่เป็นร้านยา ตกแต่งสวยไม่เหมือนร้านยา
12. ร้านที่มีหนังสือสำหรับผู้หญิง สุขภาพ ความงาม มีโซนสำหรับผู้หญิง โชนกีฬา
พนักงานดูแลอย่างดี แม้หายไปนานเขาก็ถามสารทุกข์สุขดิบด้วย

แนวทางพัฒนาองค์กร ด้วย สุนทรียสาธก จากแบบสอบถามความประทับใจในที่ทำงาน

1. ความประทับใจที่สุด ในสถานที่ทำงาน
 2. การทำงานที่เหน็ดเหนื่อยที่สุด ในสถานที่ทำงาน
- จากแบบสอบถาม มีแนวทางการพัฒนาองค์กร ดังนี้
1. ประทับใจ: ตอนประเมินงานผ่าน 4 เดือนได้รับคำชม และความสนใจจากผู้บริหาร
ระดับสูง
การเข้าร่วมกิจกรรมงานควาบอยไนท์ปาร์ตี้ เพราะมีการแสดงสนุกสนาน
เหน็ดเหนื่อย: เมื่องานไม่มีปัญหา ได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงาน งานเสร็จตามเป้าหมาย
 2. ประทับใจ: งานปีใหม่ 2553 ทุกคนทำงานพร้อมเพรียง ให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรม
เหน็ดเหนื่อย: เมื่อทุกๆคนช่วยกันทำงาน มีการวางแผน ประสานงานกัน มีประชุมงานประจำ
สัปดาห์ ทราบถึงปัญหา และการทำงานของกัน และกัน
 3. ประทับใจ: งานที่ทำเสร็จก่อนกำหนด ตรงตามเวลา ได้รับคำชมจากเพื่อนร่วมงาน
เหน็ดเหนื่อย: มีการติดต่อสื่อสารผ่านเครื่องมือสื่อสาร E-mail ผู้รับสารเข้าใจนำไปปฏิบัติได้
ถูกต้อง

4. ประทับใจ: เมื่อได้รับรางวัลพนักงานพัฒนาดีเด่น ตอนสิ้นปี พนักงานเห็นความทุ่มเท ตั้งใจ
เหนื่อยน้อย: งานนับสต็อกประจำปี มีการแบ่งทีม แบ่งหน้าที่ งานเสร็จเร็วขึ้น
5. ประทับใจ: คนนี้น่าจะเป็นหัวหน้าฝ่าย Delivery ลูกน้องได้รับงาน และได้รับเงินกันทุกคน
หัวหน้างานจะมีความสุขไปด้วย ลูกค้าได้รับของตรงเวลา ไม่ผิดพลาด ได้รับความชมเชย จาก
เจ้านาย
เหนื่อยน้อย: การทำงานคือการทำให้ดีที่สุด
6. ประทับใจ: รถไม่มีซ่อม รถพร้อม พนักงานพร้อม สามารถพร้อมที่จะทำงานได้เต็ม 100
เหนื่อยน้อย: รถไม่มีซ่อม คนรถซุ่มนุมนุดคุยกัน พัฒนาระเบียงที่ทำงาน มีการรับประทานอาหาร
อาหารร่วมกัน สร้างสัมพันธ์ไมตรี มีปัญหาที่ปรึกษาหารือกัน
7. ประทับใจ: ช่วยงานที่คนอื่นขอความช่วยเหลือจากเรา เราสามารถช่วยงานเพื่อนร่วมงานได้
ทันเวลา และเมื่อเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือเรา เมื่อเรายุ่งๆกับงานอยู่
เหนื่อยน้อย: งานมีกวางแผนล่วงหน้า และดำเนินไปตามแผนงานที่วางไว้ได้ ทุกคนแบ่ง
หน้าที่กันรับผิดชอบ ทำงานเป็นทีม ถ้างานมีปัญหาที่ปรึกษากันในทีม
8. ประทับใจ: งานปาร์ตี้ คาวบอยไนท์ เพราะมีผู้บริหารร่วมแสดงด้วย
เหนื่อยน้อย: งานที่ทุกๆคนในทีมเข้าใจหน้าที่ๆได้รับมอบหมาย ร่วมใจทำงานด้วยกัน
9. ประทับใจ: งานปีใหม่ของบริษัท พนักงานรวมตัวกัน รับประทานอาหารพร้อมชมการ
แสดง
เหนื่อยน้อย: วันทำความสะอาด ลงมือทำงานร่วมกันทำให้งานเสร็จคล่องรวดเร็ว
10. ประทับใจ: วันนับสต็อก ถึงแม้ผู้ตอบเป็นคนแพ้ฝุ่น แต่พอเห็นเพื่อนร่วมงานช่วยๆกัน
ทำงาน ก็สู้ไม่ถอย ทำให้วันนั้นมีโอกาสได้ทำความรู้จักกับเพื่อนคนอื่นๆที่ยังไม่เคยรู้จัก
เหนื่อยน้อย: งานปีใหม่ เขาตั้งใจทำการแสดงชุดนี้มากๆ เป็นงานของบริษัท 1 ครั้ง/ปี ทุ่มเท
กับงานแล้วผลตอบรับมันเกินความคุ้มค่า ที่เราได้รับคำชม
11. ประทับใจ: วันนั้น พนักงานอยู่กันไม่ครบ แต่ลูกค้าเยอะมากๆ ถึงแม้ต้องตอบคำถามที่ยาก
แก่การตอบตาม แต่สามารถปิดการขายได้ มูลค่ามากที่สุดเป็นล้านบาทเลยทีเดียว
เหนื่อยน้อย: วันนั้นเป็นวันฝนตก พนักงานมาทำงานกันครบ ลูกค้าน้อย ต้องเสนอราคา
ทางโทรศัพท์ และ โทรสาร วันนั้นจึงมีการทำความสะอาดสินค้า

สรุปผลจากแบบสอบถาม

1. พนักงานประทับใจการทำงานร่วมกันของทีมงาน แพนก รวมถึงผู้บริหารเหนื่อยพร้อมๆกัน
2. พนักงานประทับใจที่ผู้บริหารระดับสูงกว่าตนขึ้นไป เห็นความสำคัญ กล่าวชม ยิงระดับสูง
เท่าใดยังมีความประทับใจมากขึ้นเท่านั้น

3. พนักงานประทับใจงานที่เสร็จตามเป้าหมาย ตรงตามเวลา
4. พนักงานประทับใจความสนุกจากงานเลี้ยง ซึ่งฝ่ายบริหาร สามารถดัดแปลงมาใช้กับงานประจำได้เช่น การจัดให้มีการแข่งขันการทำงาน กระตุ้น(Alert) ความสนุกของพนักงาน เหมือนเช่นการจัดแข่งการแสดงบนเวที หรือ จัดให้มีการประชุมปรึกษาหารือกันภายในกลุ่มย่อยของสายงาน ในการพัฒนางานของกลุ่ม ปล่อยให้ทุกคนแสดงความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมกัน ไม่แบ่งว่าใครเป็นใคร ให้ทุกคนแสดงฝีมือที่ลับจนคมกริบมาหลายปี โดยไม่ต้องออกคำสั่งใดๆ เป็นต้น
5. แนะนำ ทดลอง ถ่าย VDO การทำงานของแต่ละคน อาจจะสุม หรือเจาะจงถ่าย เพื่อสร้างความสนุกรื่นเริงในการทำงาน และเพื่อเป็นการบันทึกการทำงานที่ดี (Best Practice) เอาไว้ให้พนักงานเข้าใหม่สามารถทำความเข้าใจในงานได้โดยง่ายอีกด้วย

ท้ายนี้ต้องกล่าวขอขอบคุณที่อำนาจที่ยินยอมให้ผมทำงานวิจัย เพื่อพัฒนาองค์กรของพี่
 ขอถือโอกาสแนะนำ ABC Club ชมรมที่ปรึกษาด้วยวิธีการจับถูก ให้ทางผู้บริหารของพี่
 พิจารณาทางกลุ่มเรารับงาน อบรม สัมมนา ด้วย Appreciative Inquiry และ World Café
 ซึ่งผมกล้ายืนยันได้ว่า ทั้งสนุก ทั้งได้ความรู้ และยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรของพี่
 ได้

ABC Club : <http://abcclub.ning.com> ALMON 081-965-4832

3.5 การคิดนวัตกรรมให้ลูกค้าเพิ่มเติม ลดเวลาการหยิบสินค้าจากหลายๆที่มาไว้ในที่เดียว



ภาพที่ ก.19 แสดงตำแหน่งการวางสินค้า ก่อนคิดคั้นนวัตกรรม

จากรูปเป็นสินค้า “กระจกรมองข้างรถยนต์บรรทุก” มีด้วยกัน 4 รุ่น แต่ละรุ่นเก็บอยู่คนละสถานที่กัน จากการสังเกต และสัมภาษณ์พนักงานขายของร้าน พบว่า เมื่อลูกค้าเข้ามาถามซื้อกระจกรมองข้างรถบรรทุก บางทีไม่ได้นำตัวอย่างมาด้วย ทางผู้ขายจะต้องไปหยิบสินค้ามาที่ละชั้น ซึ่งอยู่ต่างที่กัน รวมทั้งบางชั้นอยู่ชั้นบนของชั้นเก็บสินค้า ทำให้ใช้เวลานานในการขาย ทางเจ้าของร้านได้ให้ทาง ABC Club ช่วยแก้ปัญหานี้

ABC Club ได้ใช้ Appreciative Inquiry สังเกต และสัมภาษณ์พนักงานขายหน้าร้าน

ABC: พี่ครับ ผมขอถามหน่อย ตรงจุดไหนของร้านที่พี่หยิบจับสินค้าได้บ่อยครั้งที่สุดครับ

ร้าน: ก็เป็นบริเวณหน้าร้านนะเพราะเจ้าของร้านเขาวางของที่หยิบจับง่าย ขายบ่อยๆไว้ตรงนั้น

ABC: แล้วตั้งแต่พี่ขายมา พี่ชอบวิธีขายของร้านแบบไหนมากที่สุดครับ

ร้าน: พี่ชอบขายกากบาทเพลากลางนะ เพราะว่า เจ้าของร้านสอนมาให้เอาตัวอย่างไปให้ลูกค้าได้ชมได้ดู ทูราคาเลย อย่างกากบาทจะมีอยู่ 3 เกรคนะ 150, 250 กับ 350 ก็เอาไปให้ลูกค้าดูทั้ง 3 ราคาเลย ลูกค้าเขาจะตัดสินใจเองเลย ไม่ต้องไปอธิบายอะไรมากมาย

จากการสัมภาษณ์ข้างต้น เราสรุปได้ว่า พนักงานของทางร้านชอบที่จะขายโดยการยกตัวอย่างให้ลูกค้าได้ดูได้ชมกันให้เห็นกับตา และที่หยิบจับบ่อยที่สุดอยู่บริเวณด้านหน้าร้าน

เราจึงนำประสบการณ์นี้ไปพัฒนาการจัดวางสินค้าตัวอย่างหน้าร้านต่อ โดยใช้สินค้า “กระจกมองข้างรถบรรทุก” เป็นตัวอย่าง ดังรูป



ภาพที่ ก.20 แสดงตำแหน่งการวางสินค้า หลังคิดค้นนวัตกรรม

จากรูป เราได้นำตัวอย่างของสินค้า “กระจกมองข้างรถบรรทุก” ทั้ง 4 รุ่นมาไว้ในที่เดียวกัน ซึ่งอยู่บริเวณด้านหน้าร้าน ที่หยิบจับได้ง่าย เมื่อเปรียบเทียบเวลาการหยิบจับตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาสั่งสินค้า จนกระทั่งปิดการขายได้

เดิม: ต้องเข้าไปหยิบสินค้าตัวอย่าง 4 รุ่นมาให้ลูกค้าชม เฉลี่ยต่อละ 30 วินาที ต้องใช้เวลาทั้งหมดเฉลี่ย 3 นาที

ใหม่: ไปที่ชั้นวาง หยิบสินค้าทั้ง 4 รุ่นออกมาเปรียบเทียบให้ลูกค้าเห็นได้ทันที ใช้เวลาเฉลี่ย 4 ก่อ่ง 30 วินาที ดังนั้นใช้เวลาไปทั้งหมด เพียง 1.5 นาทีเท่านั้น

สรุป: ลดเวลาในการหยิบสินค้าขึ้นนี้ ลดลง 50%

ผลของการคิดนวัตกรรมให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการของ ABC Club ซ้ำ

4. คำอธิบาย เพิ่มเติม Action เดือนที่ 4

4.1 การเข้าร่วมเป็นวิทยากร World Café คณะสัตวแพทย์ ม.ขอนแก่น



ภาพที่ ก.21 แสดงการเข้าร่วมเป็นวิทยากร World Café คณะสัตวแพทย์ ม.ขอนแก่น

ผลคือ มีผู้รู้จักเพิ่มขึ้น 200 คนจากหลายคณะใน ม.ขอนแก่น

4.2 นำบทความการที่ ABC Club ไปทำ World Café ในเว็บไซต์ abcclub.ning.com



Reply by Anantadaj Chalayonnawin on April 5, 2010 at 11:27am

อนันต์เดช ชลายนนาวิน 513081238-1 คณะ มนุษยศาสตร์

- 1.สโตร์ : ผมประทับใจในร้านยงเสียง ที่ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังโรงเรียนขอนแก่นวิทย์ มากเพราะ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และเจ้าของร้านยังใจดีมีส่วนลดให้อีกด้วย สามารถสั่งซื้อของจากทางร้านผ่าน Internet ได้อีกด้วย
- 2.อาหาร : ผมประทับใจในร้าน BKK สาขาหลังม.มาก เพราะอาหารอร่อยมาก พนักงานมีการบริการที่ดีมาก ใสใจลูกค้า ชุดจางไฟเราะ ร้านมีความสะอาดที่ดีมาก และมีเมนูให้เลือกหลากหลาย ราคาไม่แพงเหมาะแก่นักศึกษา อย่างยิ่งที่จะพาเพื่อนฝูงหรือคนรักไปรับประทาน
- 3.การท่องเที่ยว : ริมฝั่งแก่นนครเป็นสถานที่ที่ผมประทับใจมาก เพราะเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่มีบรรยากาศดี มาก มีกิจกรรมให้ทำเยอะแยะมากมาย เช่นการปั่นจักรยานรอบบึง เรือถีบ วาดรูป การเล่นกีฬา และ อื่น ๆ เหมาะสำหรับการไปพักผ่อนในวันหยุด
- 4.สถานศึกษา : Enconcept เป็นสถานบันกวดวิชาที่ผมประทับใจมาก มีการเรียนการสอนที่สนุกไม่น่าเบื่อ ช่วยให้เด็กจำบทเรียนได้ง่าย มีการร้องเพลงเพื่อความไม่น่าเบื่อ การเดินทางสัญจรมีความสะดวก เพราะมีรถเมล์วิ่งผ่านตลอดจนถึงเวลาเลิกเรียน อยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้าแพร้ออีกด้วย

▶ [ตอบกระทู้](#) ที่นี่



Reply by asdasdasdasd on April 5, 2010 at 2:46pm

ประเชษฐ เจริญศรี 513040884-9 วิศวกรรมศาสตร์

- 1.สโตร์ ผมประทับใจร้านเม้งที่อยู่หลังมอ ช้างเซเว่นตรงข้างเยื้องๆ ยูเซนเตอร์ บริการประทับใจพนักงานพูดจาดี มีสินค้ามากมายหลากหลายให้เลือกซื้อ สินค้าภาพในร้านล้วนมีคุณภาพและราคาสมเหตุสมผล
- 2.ร้านอาหาร ผมประทับใจร้านสุนทรี เส้นร้านเหล้าในเมืองเนื่องจาก พนักงานเด็กเสิร์ฟต้อนรับดีพูดจาไพเราะ อาหารอร่อย ราคาไม่แพงมาก ตกแต่งบรรยากาศในร้านได้ดีโดยเฉพาะโคมไฟสีส้ม
- 3.การท่องเที่ยว ผมประทับใจเขื่อนอุบลรัตน์ (ตรงสวนแพ) ที่สามารถนั่งชมบรรยากาศอาทิตย์ตกดินได้ เหมาะแก่การนั่งดื่มเบียร์และคุยกันสังสรรค์เฮฮา ไม่ว่าจะไปกับเพื่อนๆ หรือแฟน สายน้ำเป็นสิมูขดจนเวลาพระอาทิตย์ใกล้โลก ดินสวยมากๆ
- 4.สถานศึกษา ผมประทับใจคณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โยธาเป็นภาควิชาแรก ที่ก่อตั้งพร้อมกับมหาลัย ผมประทับใจในการเรียนการสอน พี่ๆ เพื่อนๆ และอาจารย์ทุกท่าน การจัดระบบการเรียนการสอนเป็นระบบมาก บรรยากาศดี อาจารย์สอนเข้าใจเป็นกันเอง ให้ความสำคัญพร้อมแนวทางการต่างๆ อาจารย์หลายท่านสอนได้อย่างลึกซึ้งถูกแก่นแท้ของวิชานั้นๆ

▶ [ตอบกระทู้](#) ที่นี่

Badge

เป็นสมาชิกของ :
 ABC Club : Appreciative...
 ABC Club ชมรมที่ปรึกษาธุรกิจด้วย
 ศาสตร์แห่งการรับดู
 ร่วมแบ่งปันความรู้ ดีที่สุด Wonderful
 Happyที่สุด

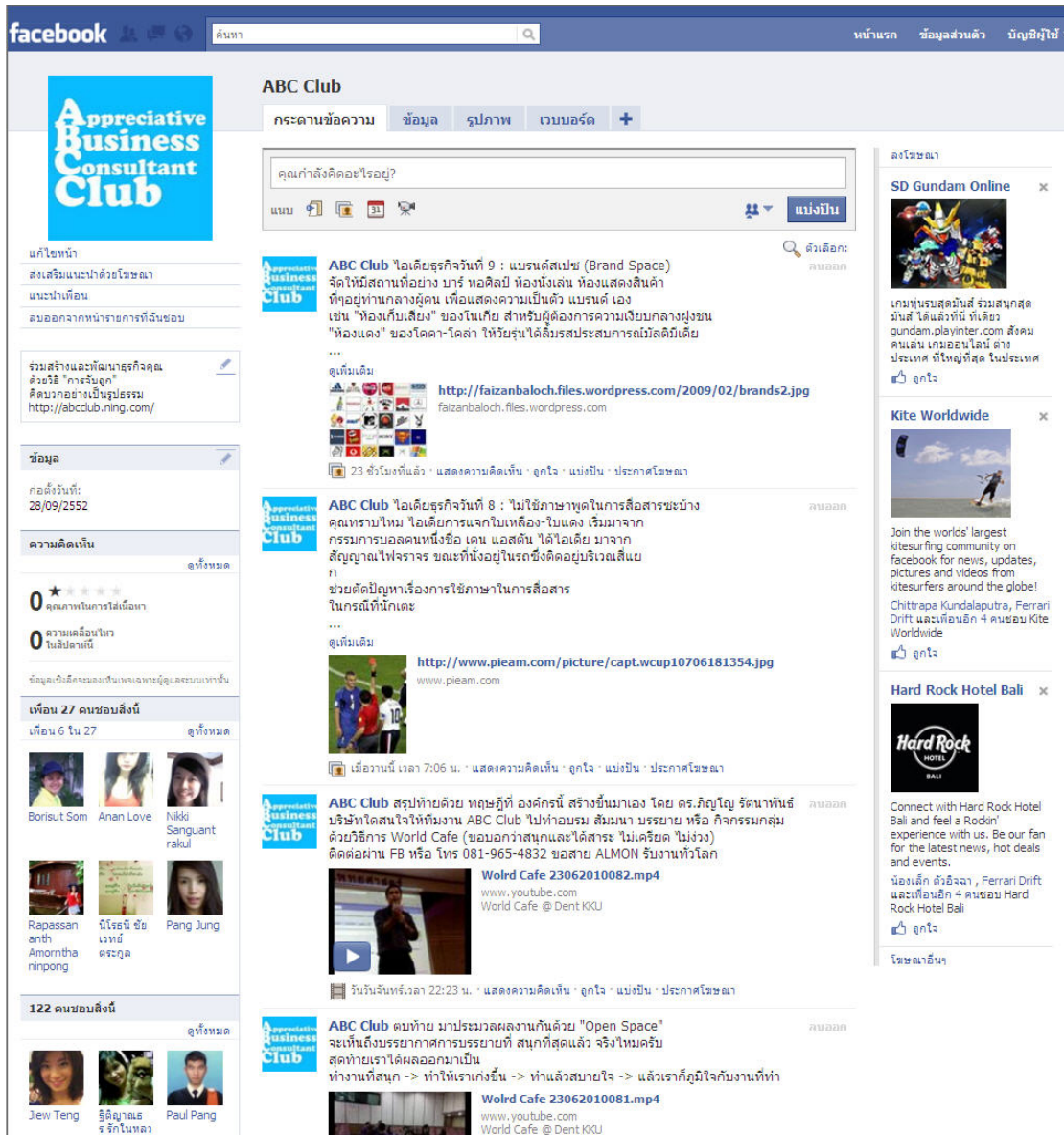
272 members

[Get Badge](#)

ภาพที่ ก.22 แสดงการนำบทความการที่ ABC Club ไปทำ World Café ในเว็บไซต์

ผลคือ ได้ประสบการณ์ด้านบวกที่ดีที่สุดมาเป็นฐานข้อมูลให้ลูกค้าเข้ามาเรียนรู้ได้มากกว่า 150 บทความ

4.3 การนำข้อมูล ABC Club ใน Facebook



ภาพที่ ก.23 แสดงการนำข้อมูล ABC Club ใน Facebook

ผลก็คือ ปัจจุบันมี แฟนเพจจำนวน 122 คน มีข้อมูลไอดีให้ลูกค้าได้เรียนรู้อัพเดททุกๆวัน

4.4 เขียนประสบการณ์ “นวัตกรรมจากการจับถูก (Appreciative Innovation) ใน

Gotoknow.org สร้างแรงบันดาลใจในการเขียนบล็อก | รวมบทกรรม R2R ครั้งที่ 3 | จำนวนบล็อก "ค่าจ้อลลาลา" Gotoknow

Appreciative Innovation

Mr. จินตฤกษ์

หน้าแรก | เมนูรวม | เมนูของฉัน | ออกจากระบบ

home / blog / ainnova

เพิ่มบล็อก | เข้าสู่ระบบ | สมัครสมาชิก | แก้ไขบล็อก | ลบบล็อก

Mr. จินตฤกษ์
AI Practitioner - ธุรกิจส่วนตัว
ABC Club

ประวัติ :: สดพร้อมเขียน :: ลงท้าย :: บล็อก :: แพนเนล (รวมบล็อก) :: โฟล์โว์ :: คำถาม :: เว็บบอร์ด :: อีเมลบล็อก

Percy jackson สวมอินฟินิตี้กับ ดินธนูบุตร (0)

วันก่อนผมไปดูหนัง Percy Jackson : The Lightning Thief เป็นฉากอาจารย์กำลังเริ่มฝึกฝนพระเอก Percy Jackson ของเรา โดยให้ฝึกเขียนที่หมด แบนออกเป็น 2 กศม สีแดง และ สีน้ำเงิน แล้วให้แต่ละฝ่ายสู้กัน เพื่อแข่ง ธงของอีกฝ่ายหนึ่ง ... [คลิก >](#)

หมวดหมู่: [บทละครกรรม](#) [อุตสาหกรรม](#) [ธุรกิจการค้า](#)

คำสำคัญ: [appreciative innovation](#) [percy jackson](#) [จินตฤกษ์](#) [อินฟินิตี้](#) [สวมอินฟินิตี้](#)

สัญญาอนุญาต: ซีซี: แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน (CC) BY-NC-SA

โดย Mr. จินตฤกษ์ ศุกร์: ๑๖. ๒๑. ๒๕๕๓ @ 12:29 น. | 16: ๒๑. ๒๕๕๓ @ 12:29

ทดลองถ่ายรูป FaceBook และ การกินแซนด์ (1)

วันดีได้มีโอกาสไป กินแซนด์ คือ ไปกินข้าวกับแก๊งๆ ที่กินแซนด์กันทุกวัน เป็นครั้งแรกที่ไป มีการถ่ายรูปกันอย่างสนุกสนานในร้านอาหารนั้น มีที่คนหนึ่งพูดขึ้นมาว่า "อย่าลืมถ่ายรูปลง Facebook ด้วยนะ" ... [คลิก >](#)

หมวดหมู่: [การบริหารจัดการ](#) [การจัดการความรู้](#)

คำสำคัญ: [abc club](#) [appreciative innovation](#) [camera](#) [facebook](#) [จินตฤกษ์](#)

สัญญาอนุญาต: ซีซี: แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน (CC) BY-NC-SA

โดย Mr. จินตฤกษ์ ศุกร์: ๑๖. ๒๑. ๒๕๕๓ @ 22:21 น. | 16: ๒๑. ๒๕๕๓ @ 22:21

RSS: Appreciative Innovation

JavaScript Badge

```
<script src="http://gotokn| with/without_stylesheet
```

คำอธิบายบล็อก

ศูนย์วิจัยนวัตกรรม
การค้นหาลองที่ดีที่สุด Work ที่สุด
มาพัฒนาเป็น Innovation (นวัตกรรม)

ABC Club
Appreciative Business Consultant
<http://abcclub.ning.com>

โทร: บริษัทฯ กรุงเทพฯ 3 ครั้ง
รับกิจกรรม สัมมนา ธุรกิจด้วยการจับคู่
คำจำกัดความของห้องปฏิบัติการ

081-965-4832
ALMOH : Mr. จินตฤกษ์ ABC Club

เกี่ยวกับบล็อก

■ สารบัญ (8 บันทึก)

ภาพที่ ก.24 แสดงการเขียนประสบการณ์ “นวัตกรรมจากการจับคู่”

ผล ก็คือ จาก 8 Blogs มีจำนวนผู้เข้าชมเฉลี่ย 142 คน/Blog ทำให้มีผู้เข้ามาตอบกระทู้ถึง 27 ข้อความ

The screenshot shows a personal blog page on GotoKnow.org. The header includes the site name and navigation options like 'หน้าแรก', 'เมนูรวม', and 'เมนูของฉัน'. The main content area displays a table of recent posts with columns for 'ชื่อบันทึก', 'อ่าน', and 'ความเห็น'. The right sidebar contains an RSS feed link, a JavaScript badge, and contact information for the author, Mr. Jintak.

| ชื่อบันทึก | อ่าน | ความเห็น |
|---|------|----------|
| Percy jackson สำนวนอิงป๊อปกับ ดัชเชสโลกศร | 128 | 0 |
| กลองกายรูป FaceBook และ การกินแซ่ซู่ | 95 | 1 |
| สังขะ เฝียงระมัด กับ ทฤษฎีความสนุก | 185 | 13 |
| ทฤษฎีความสนุก เป็นไดอะลิติก และ เป็นเฮียโยน | 122 | 2 |
| ผู้สร้างตำนาน "Ctrl+Alt+Delete" สำโง่งง | 85 | 3 |
| เสียดสีดองโสด รอค้นชีชีซ่า และ โขดกลาง | 172 | 3 |
| ผูกแก้วปอดเหมือน ไข่มุกจากค้างคาว และ โรลลอลงต้นกัญ | 192 | 4 |
| เพ็ล็คซ์ด้อมยาง เครื่องสำอาง ลดเวลา | 155 | 1 |

ภาพที่ ก.25 แสดงผลของการเขียนประสบการณ์ “นวัตกรรมจากการจับถูก”

4.5 การหมั่นกลับไปพูดคุยกับลูกค้าเก่าอย่างสม่ำเสมอ



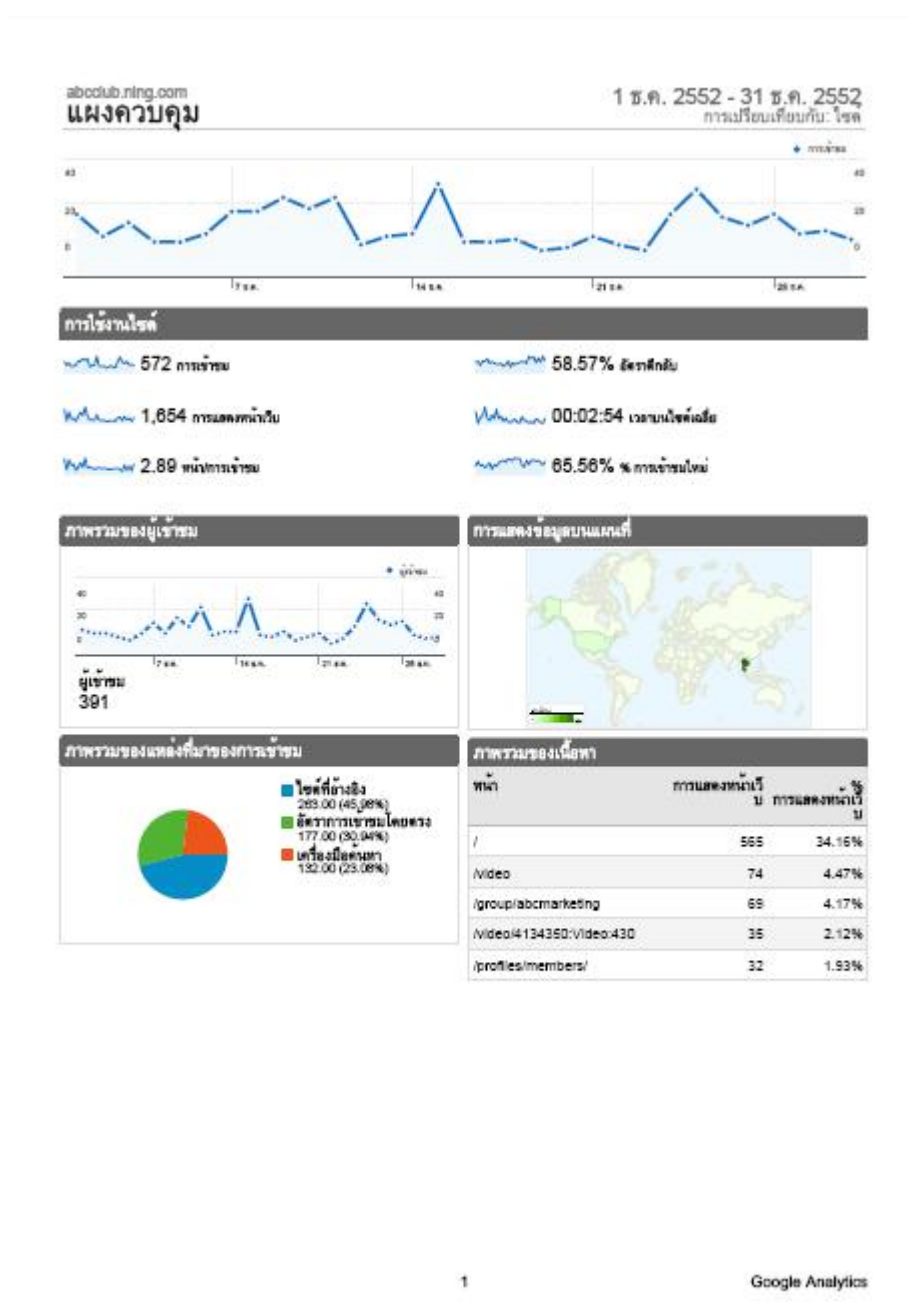
ภาพที่ ก.26 แสดงการหมั่นกลับไปพูดคุยกับลูกค้าเก่า

ผลคือ ก่อให้เกิดการซื้อ หรือใช้บริการของ ABC Club ซ้ำอีกหลายครั้ง

ภาคผนวก ข

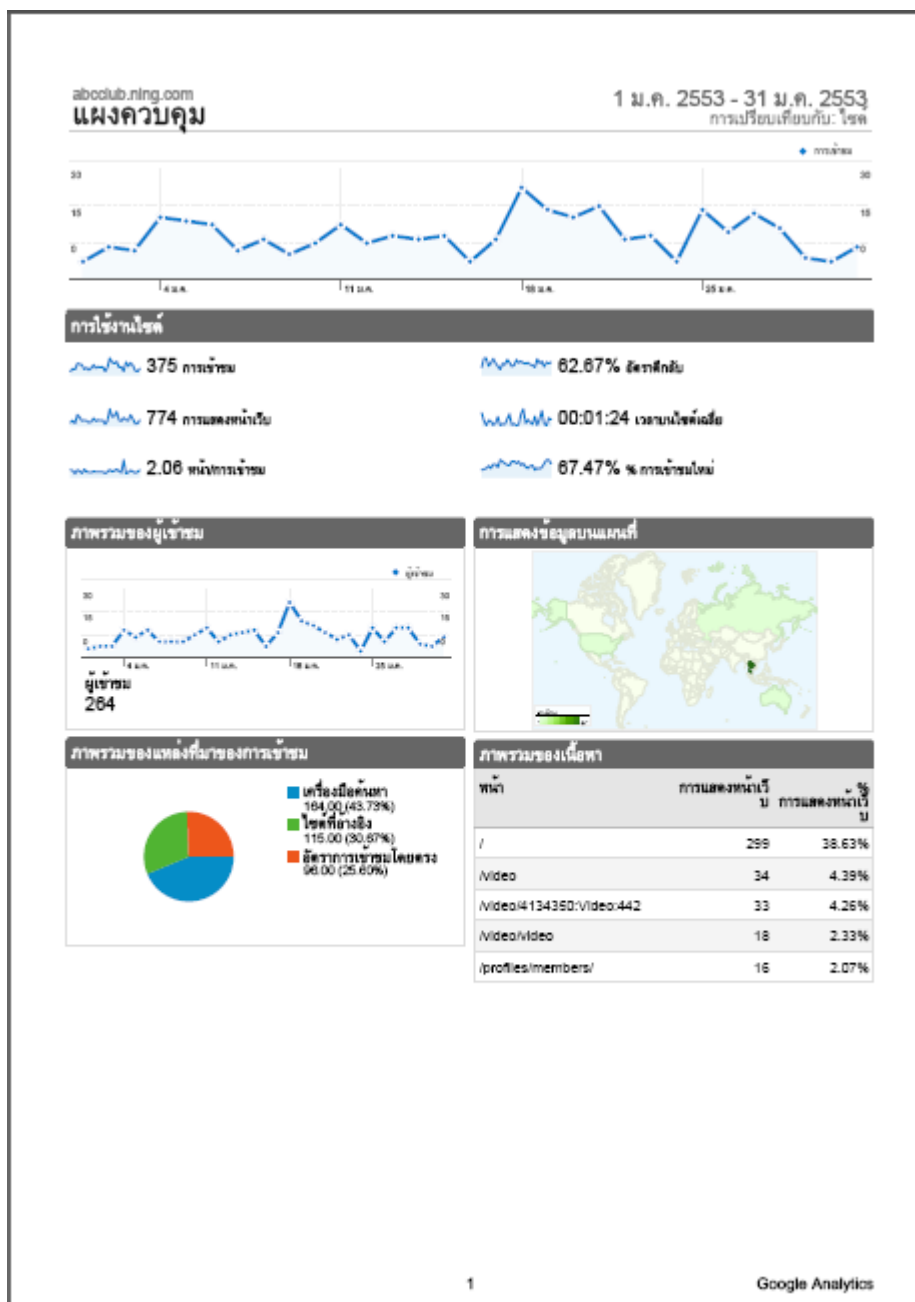
ผลลัพธ์ จำนวนผู้เข้าชม เว็บไซต์ของ ABC Club

1. ผลลัพธ์ จำนวนผู้เข้าชม เว็บไซต์ <http://abcclub.ning.com> ภายในเดือนธันวาคม 2552



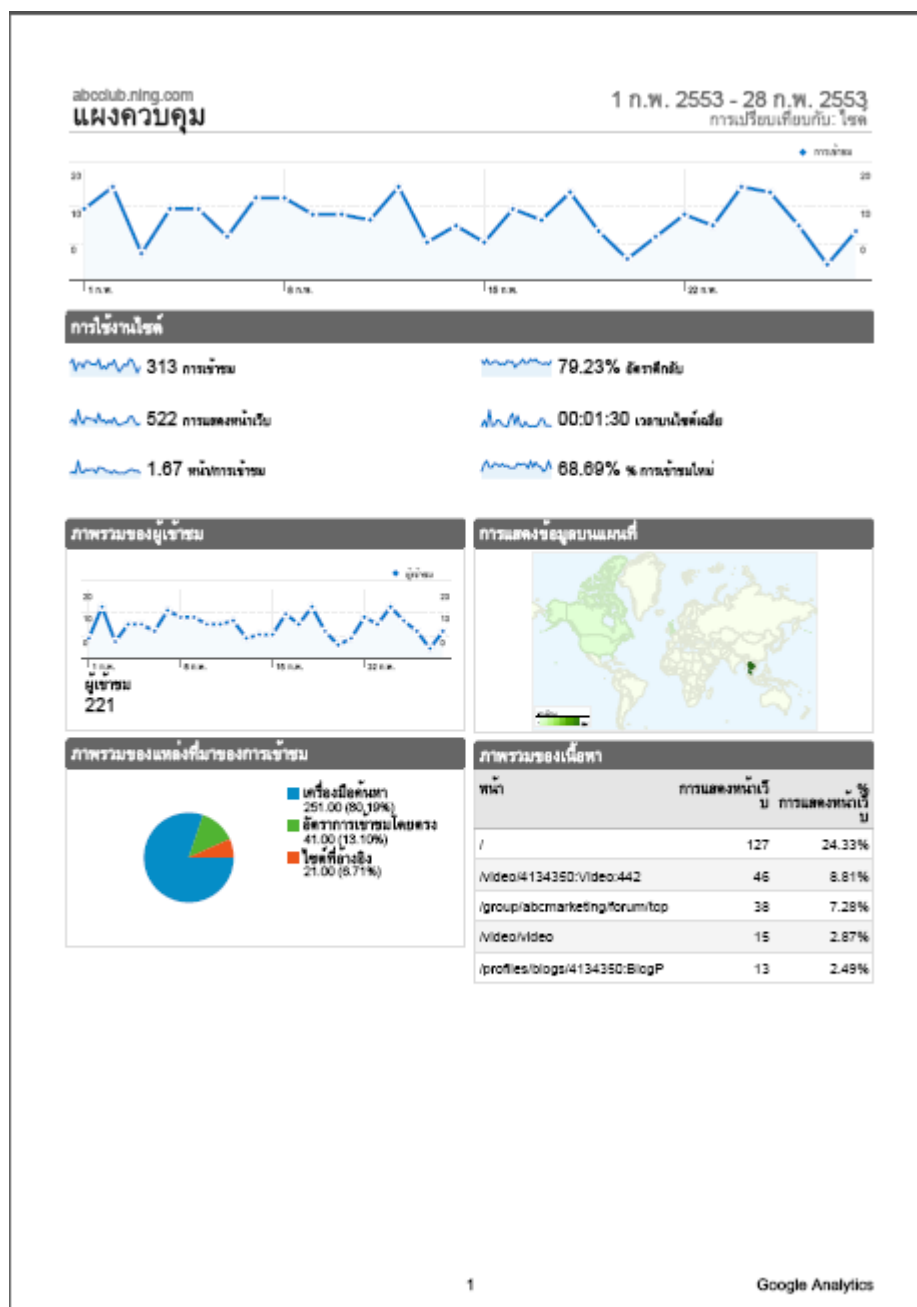
ภาพที่ ข.1 แสดงจำนวนผู้เข้าชม abcclub.ning.com ภายในเดือนธันวาคม 2552

2. ผลลัพธ์ จำนวนผู้เข้าชม เว็บไซต์ <http://abcclub.ning.com> ภายในเดือนมกราคม 2553



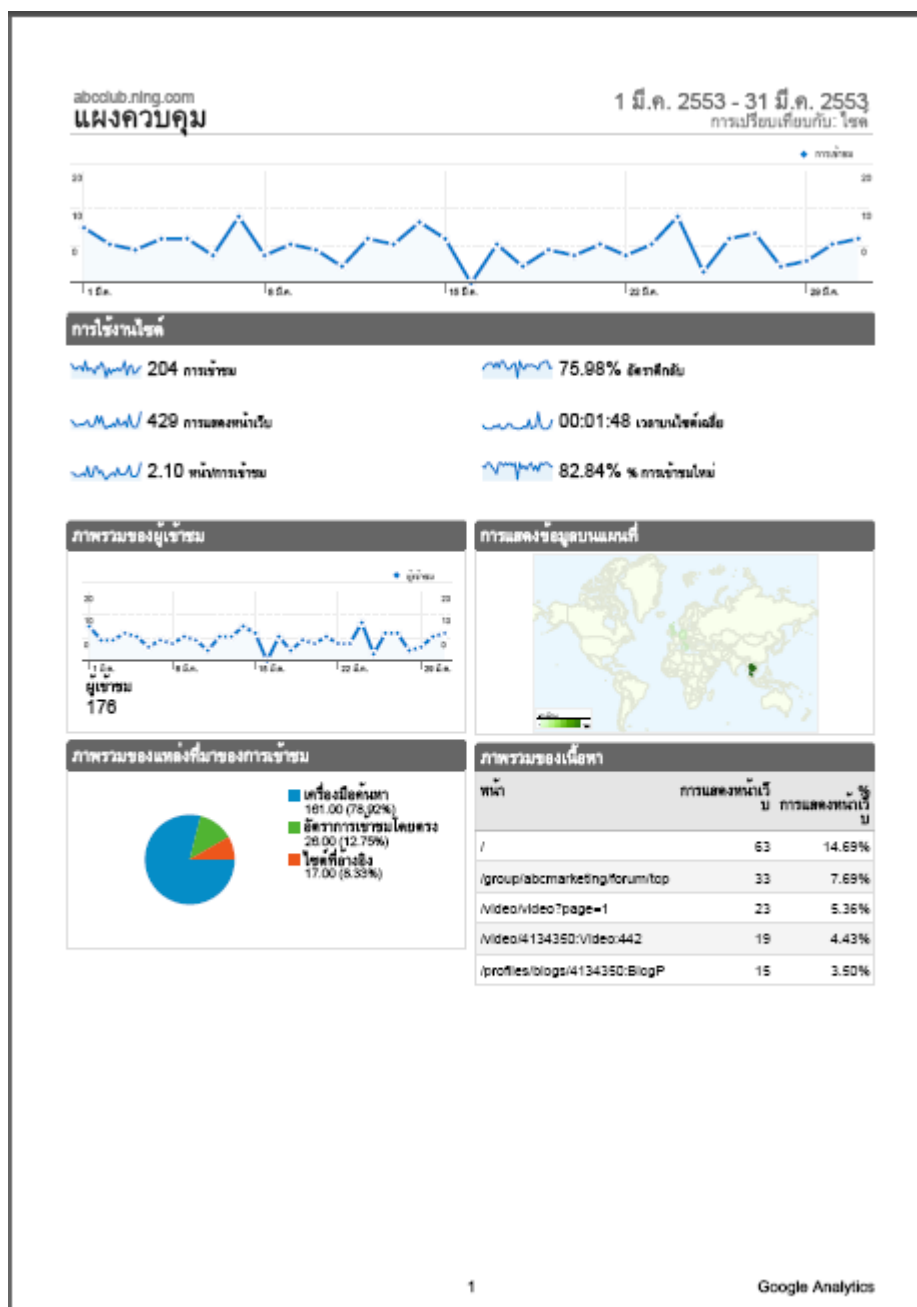
ภาพที่ ข.2 แสดงจำนวนผู้เข้าชม abcclub.ning.com ภายในเดือนมกราคม 2553

3. ผลลัพธ์จำนวนผู้เข้าชม เว็บไซต์ <http://abcclub.ning.com> ในเดือนกุมภาพันธ์ 2553



ภาพที่ ข.3 แสดงจำนวนผู้เข้าชม abcclub.ning.com ภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2553

4. ผลลัพธ์ จำนวนผู้เข้าชม เว็บไซต์ <http://abcclub.ning.com> ภายในเดือนมีนาคม 2553



ภาพที่ ข.4 แสดงจำนวนผู้เข้าชม abcclub.ning.com ภายในเดือนมีนาคม 2553

ประวัติผู้เขียน

นายนิพนธ์ ชัยวรมุขกุล เกิดเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2524 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่โรงเรียนอุดรพิทยานุกูล จังหวัดอุดรธานี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชาอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในปี พ.ศ. 2545 และนิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในปี พ.ศ. 2550 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประวัติการทำงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน เป็นผู้จัดการทั่วไปของ หจก.ศ.อคุลย์ยนต์ (สาขา) จ.อุดรธานี ได้ก่อตั้งชมรม ABC Club เมื่อปี พ.ศ. 2552 เป็นที่ปรึกษาธุรกิจด้วย “การจับถูก (Appreciative Inquiry)” เน้นที่งานพัฒนาองค์กร (Organization Development) รับผิดชอบรม สัมมนา ด้วย World Café