

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญเป็นอย่างมากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกวัน เนื่องจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการใช้งานอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเชื้อชาติใด สัญชาติใด ล้วนให้ความสนใจเพราะ ช่วยให้สามารถติดต่อกันได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทั่วถึงมากยิ่งขึ้น หรือที่เรียกว่า สังคมออนไลน์หรือ Social Network (ณัฐพล บัวอุไร, 2554) จากการสำรวจสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตของ (Internet world stats) ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2558 พบว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมีจำนวนทั้งสิ้น 3,366 ล้านคน และพบว่าภูมิภาคเอเชียมีอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลก คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา ได้แก่ ยุโรป คิดร้อยละ 18.0 และ ละตินอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 10.2 ตามลำดับ การใช้งานอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน ได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่ออำนวยความสะดวกสบายของคนในด้านต่างๆ ซึ่งไม่ได้ถูกจำกัดเพียงแค่นั้น เป็นสื่อกลางที่ใช้เชื่อมต่อข้อมูลระหว่างอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ประโยชน์ในด้านของการทำธุรกิจ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในยุคปัจจุบัน คือ การทำการตลาดผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตนี้เรียกว่าเป็นการตลาดออนไลน์ (e-Marketing) โดยผู้ผลิตสินค้า ผู้ขายสินค้า และการบริการต่างๆ ได้เปิดกว้างมากขึ้น และมีประสิทธิภาพมากกว่าในอดีต ที่มีการซื้อขายเฉพาะทางหน้าร้านเพียงอย่างเดียว จึงทำให้พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของมนุษย์เปลี่ยนไปจากเดิมมาก ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดบน โลกนี้ ก็สามารถเล่นอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อเลือกดูสินค้าและ ค้นหาสินค้าตามที่ตนเองต้องการได้ง่าย อีกทั้งยังมีความสะดวกสบาย ซึ่งไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปซื้อที่หน้าร้าน โดยการทำการตลาดออนไลน์ (e-Marketing) เป็นการตลาดในรูปแบบใหม่ที่เข้ามาช่วยลดปัญหาด้านต้นทุนและสามารถทำธุรกรรมทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่ทั่วโลกบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา ปัจจุบันคนไทยมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์กันมากขึ้น จากผลการสำรวจพบว่า จำนวนคนไทยที่เคยซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 64.9 ทั้งนี้คนไทยมีความนิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เกิดจากการที่ผู้ซื้อได้รับข้อมูลข่าวสาร การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และมีการแสดงข้อคิดเห็นของผู้ที่เคยซื้อหรือใช้สินค้าแล้วจึงนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2558)

ขณะเดียวกันสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก คือ เฟซบุ๊ก จากการสำรวจอัตราการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการถูกใช้งานมากที่เรียกว่า เฟซบุ๊ก ของประชากรทั่วโลกนั้น (Internet world stats) ในปี 2558 แสดงให้เห็นว่าจากประชากร 7,210 ล้านคน มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กจำนวน 1,390 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 19.28 ของประชากรทั้งหมด โดยแบ่งเป็นเพศชาย 760 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 55 ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั่วโลก และเพศหญิง จำนวน 630 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 45 ตามลำดับ ส่วนประเทศที่มีจำนวนผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ สหรัฐอเมริกา มีจำนวน 190 ล้านคน ส่วนประเทศไทยอยู่อันดับ 9 มีจำนวน 35 ล้านคน โดยประเทศไทยมีอัตราร้อยละของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถิติผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทย ปี พ.ศ.2555-2558

ปี	จำนวนผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก (ล้านคน)
2555	14.5
2556	18
2557	26
2558	35

ที่มา: Zocialine.com (2558)

ตารางที่ 2 สถิติผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่มีการใช้งานมากที่สุดในประเทศไทย 5 จังหวัด ในปี 2558

อันดับ	จังหวัด	จำนวน(คน)
1	กรุงเทพมหานคร	20,000,000
2	เชียงใหม่	960,000
3	นครราชสีมา	780,000
4	นนทบุรี	600,000
5	ชลบุรี	540,000

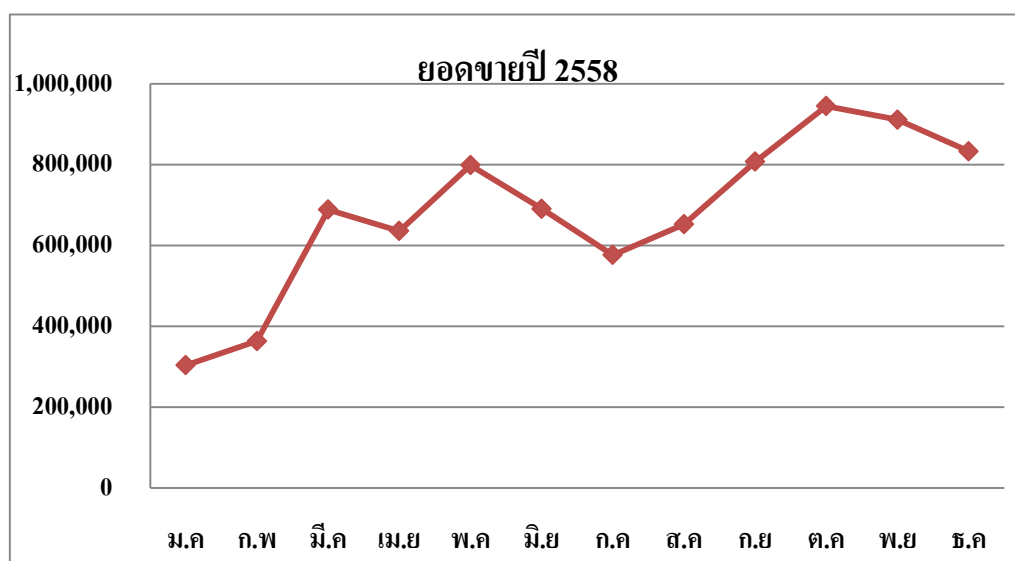
ที่มา: Zocialine.com (2558)

จากการที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั่วโลก เฟซบุ๊กจึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางของการทำการตลาดออนไลน์ (e-Marketing) เนื่องจากเฟซบุ๊กสามารถทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว และทำให้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ระหว่างกลุ่มลูกค้า เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงการทำการตลาดออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (วิลาส น้าเลิศวัฒน์ และคณะ, 2554) ดังนั้น เฟซบุ๊กจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่มีเจ้าของกิจการจำนวนมากไม่น้อยที่ใช้เป็นช่องทางในการขายสินค้าออนไลน์

ร้าน ABC SHOP เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ประกอบธุรกิจร้านขายนาฬิกา Casio รุ่น G-Shock และ Baby G ผ่านช่องทางการขายสินค้าออนไลน์บน Facebook ได้ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน ร้าน ABC SHOP เป็นร้านที่เกิดจากความชอบส่วนตัว และรักในตัวนาฬิกา รุ่น G-Shock ของเจ้าของร้าน ลักษณะพิเศษของนาฬิกา รุ่นนี้คือ มีความแข็งแรง ทนทาน มีสีสวยงาม สามารถใส่ได้ทุกโอกาส กันน้ำได้ 200 เมตร มีฟังก์ชันมากมาย เช่น สามารถวัดอุณหภูมิได้ ตั้งค่าตั้งเล่นเพลงจากโทรศัพท์มือถือผ่านหน้าจอนาฬิกาได้ เป็นต้น โดยนาฬิกาเรือนแรกที่ใช้เริ่มมาจากการเก็บเงินซื้อด้วยตนเอง มีการใช้งานเกือบจะ 2 ปีจึงเกิดความเบื่อและคิดอยากที่จะเปลี่ยนนาฬิกาเรือนใหม่ จึงคิดจะขายเรือนเก่าเพื่อซื้อนาฬิกาเรือนใหม่ ช่องทางแรกที่ขาย คือ ในตอนนั้นเฟซบุ๊กยังไม่เป็นที่นิยม ทางเจ้าของร้านจึงได้ขายในเว็บไซต์หนึ่ง ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เป็นตลาดแลกเปลี่ยนนาฬิกามือสอง โดยหลังจากที่มีการโพสต์ขายพบว่า ราคานาฬิกาไม่ตกลงมากจากราคาที่ซื้อมาใช้งาน จึงทำให้ทางร้านมองเห็นถึงโอกาสของนาฬิกา รุ่นนี้อีกทั้งยังชื่นชอบเป็นการส่วนตัวอยู่แล้ว จึงได้เริ่มศึกษานาฬิกา G-Shock ในรุ่นต่างๆ และวันหนึ่งได้เข้าไปอ่านกระทู้เกี่ยวกับนาฬิกาในเว็บไซต์ ซึ่งสามารถเข้าไปเป็นสมาชิกได้จึงได้ขอเข้าไปเป็นสมาชิก จากนั้นจึงได้รู้ราคาซื้อขายกันของนาฬิกาแต่ละรุ่น ต่อมาจึงได้ศึกษาว่าในขอนแก่นมีร้านขายนาฬิการ้านไหนบ้าง และร้านไหนขายในราคาที่ถูกต้อง ซึ่งได้เจอร้านร้านหนึ่งจึงได้ลองซื้อมา 2 เรือนมาขายก่อนคือ รุ่นสีแดง และรุ่นสีเหลือง และได้ไปโพสต์ขายนาฬิกาในกลุ่มของเว็บไซต์นาฬิกา ซึ่งพบว่าสามารถขายได้ง่าย รวดเร็วและได้กำไรถึงเรือนละ 500 บาท จึงได้มีการขายเรื่อยๆ จนเฟซบุ๊กได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนมากขึ้น ทางผู้ขายจึงได้เข้ามาใช้งานเฟซบุ๊กและจากที่เคยมีการซื้อขายในเว็บไซต์ก็เริ่มมีการมาตั้งกลุ่มขายในเฟซบุ๊กจากกลุ่มที่มีสมาชิกหลักร้อยคน จนปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มถึง หลักหมื่นคน ซึ่งในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมา การขายสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตยังไม่เป็นที่นิยมและแพร่หลายมากนัก มีผู้ขายน้อยราย ตลาดการแข่งขันยังไม่สูงมากนัก ในอดีตที่ผ่านมาจึงทำให้ทางร้าน ABC SHOP มีลูกค้าจำนวนมากและมีกำไรในการทำธุรกิจค่อนข้างดีถึงดีมาก แต่เนื่องจากในปัจจุบันมีการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาดการแข่งขันเริ่มสูงมากขึ้น เริ่มมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น มีการเปิดร้านผ่านช่องทาง Facebook ซึ่งเป็นคู่แข่งทางธุรกิจกับทางร้าน และมีการขายตัดราคา ทำให้ทางร้านมียอดขายที่ลดลง ดังแสดงกราฟเส้นภาพที่ 1 ทั้งนี้ทางร้านได้มีการแก้ปัญหาเพื่อที่จะให้มีลูกค้าหรือมีคนสนใจมากขึ้นด้วยการทำโฆษณาเพจ Facebook ร้าน ABC SHOP ซึ่งในปัจจุบันมีคนกดไลค์เพจ จำนวน 46,500 คน แต่ยอดขายสินค้าจากทางเพจร้านยังเท่าเดิม ด้วยเหตุนี้

ทางร้านจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าในช่องทางออนไลน์ และปัจจัยทางการตลาดของกลุ่มลูกค้า เพื่อหาแนวทางมาใช้ในการกำหนดแผนโครงการที่เหมาะสมกับร้าน ABC SHOP เพื่อที่จะช่วยให้ร้าน ABC SHOP มียอดขายที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถรักษากลุ่มลูกค้าเก่าให้คงอยู่และเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ในเพจ Facebook ร้าน ABC SHOP ให้มากขึ้นด้วย



ภาพที่ 1 ยอดขายปี 2558 ของร้าน ABC SHOP

ที่มา: ABC SHOP, 2558

จากภาพที่ 1 พบว่า ยอดขายในปี 2558 ประสบปัญหายอดขายไม่เป็นไปตามเป้า เนื่องจากมีจำนวนผู้ขายมากมาย ทำให้เกิดการแย่งลูกค้า และขายสินค้าตัดราคากัน ทำให้ส่งผลกระทบต่อยอดขายนาฬิกาออนไลน์ของร้าน ABC SHOP

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษา และหาแนวทางแก้ไขเพื่อเพิ่มยอดขาย ด้วยการนำทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ จุดพลิกผัน ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลหาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อเพิ่มยอดขายให้ร้าน ABC SHOP โดยสามารถรักษากลุ่มลูกค้าเก่าให้คงอยู่และเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ในเพจ Facebook ร้าน ABC SHOP ให้มากขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 2.1 เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกในมุมมองลูกค้า โดยใช้สุนทรียสาธก
- 2.2 เพื่อนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาพัฒนาและปรับปรุง เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้าน

ABC SHOP

3. ขอบเขตการศึกษา

3.1 **ด้านเนื้อหาการศึกษา** ครอบคลุมประเด็นที่ใช้ในการศึกษาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) จุดพลิกผัน (The Tipping Point) ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) การวิเคราะห์ SOAR Analysis

3.2 **ประชากรที่ใช้ในการศึกษา** กลุ่มประชากรที่ใช้ศึกษาคือ ลูกค้าของร้าน ABC SHOP 30 คน แบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าซื้อซ้ำ กลุ่มลูกค้าซื้อประจำ และกลุ่มลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ

3.3 **สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา** การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยการสอบถามถึงประสบการณ์เชิงบวกที่มีต่อร้าน ABC SHOP

3.4 **ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา** การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาในระหว่างเดือนมกราคม เป็นต้นไป

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 เจ้าของธุรกิจสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ประสบการณ์เชิงบวก มาใช้ในการกำหนดแนวทางเพื่อเพิ่มยอดขาย เพิ่มลูกค้าและวางแผนในการดำเนินธุรกิจการขายสินค้าออนไลน์ของร้าน ABC SHOP

4.2 เจ้าของธุรกิจหรือผู้ที่สนใจธุรกิจช่องทางออนไลน์ สามารถศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจของผู้ที่สนใจทำธุรกิจการขายผ่านช่องทางออนไลน์

5. นิยามคำศัพท์

5.1 **Social Network** หมายถึง เว็บไซต์ที่มุ่งเน้นในการสร้างและสะท้อนให้เห็นถึงเครือข่ายหรือความสัมพันธ์ทางสังคม ในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกัน บริการของเครือข่ายทางสังคมจะมีองค์ประกอบหลักที่ใช้เป็นตัวแทนของผู้ใช้งานคือข้อมูลส่วนตัว ความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างบุคคลและบริการเสริมต่างๆ ที่มีความหลากหลายบริการเครือข่ายทางสังคมทั้งหมด โดยให้บริการผ่านหน้าเว็บ และให้มีการตอบโต้ระหว่างผู้ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต

5.2 **Facebook** หมายถึง เว็บไซต์ Social Network เป็นเว็บหนึ่งที่มีผู้ใช้บริการมาก โดยผู้ใช้งานสามารถใช้เพื่อติดต่อสื่อสารหรือทำกิจกรรมร่วมกับผู้ใช้งานท่านอื่นๆ ได้อย่างกว้าง และ

เป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว จึงมีการนำมาใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ เพื่อโฆษณาสินค้า ร้านค้า องค์กรหรือบริษัท รวมถึงการเป็นช่องทางสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างกิจกรรม หรือพูดคุยตอบข้อซักถามถึงสินค้าและบริการทำให้เป็นอีกช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้า

5.3 G-Shock หมายถึง นาฬิกาตระกูล Casio ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ในเรื่องความทนทานต่อการสั่นสะเทือน นาฬิการุ่นนี้ถูกออกแบบเพื่อการกีฬา การทหาร และกิจกรรมผจญภัย และเกือบทั้งหมดของทุกรุ่นของ G-Shock จะมีฟังก์ชันของ นาฬิกาจับเวลา นับเวลาถอยหลัง ไฟส่องสว่าง และสามารถกันน้ำได้

5.4 Baby-G หมายถึง นาฬิกาตระกูล Casio ที่มีรูปลักษณะสีล้วนสวยงาม ราคาเหมาะสมและทันสมัยจึงเป็นที่นิยมของวัยรุ่นในปัจจุบัน โดยนาฬิกามี 2 ระบบคือ ระบบที่แสดงเวลาแบบเข็ม (Analog) และแบบตัวเลขในตัวเรือน (Digital) เดียวกัน ในบางรุ่นจะมีแต่เข็มและในบางรุ่นจะมีแต่ตัวเลข

5.5 ศูนย์วิจัย (Appreciative Inquiry) หมายถึง การค้นหาประสบการณ์ที่ดีด้านบวกของคนรอบๆตัวจากการสัมภาษณ์ พูดคุยอย่างเป็นกันเองเพื่อที่จะนำมาหาจุดร่วมกัน โดยนำประสบการณ์ด้านบวกที่มีร่วมกันมาออกแบบเป็นกลยุทธ์หรือประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การใช้สุนทรียสาธกเพื่อเพิ่มยอดขายร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน: ABC SHOP ดำเนินการโดยการใช้สุนทรียสาธกมาออกแบบคำถามในเชิงบวกเพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจของลูกค้า โดยเริ่มจากการตั้งคำถามเชิงบวกซึ่งเป็นขั้นตอนการค้นหา (Discovery) ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยจะนำข้อมูลมาทำการหาจุดร่วมและจุดโดดเด่น จากนั้นจะเป็นขั้นตอนการวาดฝัน (Dream) โดยเป็นการวาดฝันว่าอยากจะทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างไร เมื่อทราบความฝันแล้ว จากนั้นจะนำความฝันมาออกแบบว่าควรจะทำอย่างไร เพื่อที่จะให้ความฝันนั้นเป็นจริงในขั้นตอน (Design) พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ของความฝันให้ชัดเจน แล้วนำมากำหนดการมอบหมายงานให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในขั้นตอน (Destiny) หลังจากนั้นผู้ประกอบการจะนำมาประยุกต์ใช้กับกิจการ โดยการดำเนินกระบวนการดังนี้เรียกว่าเป็นกระบวนการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry)

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 30 คน ประกอบด้วย

- 3.1.1 ลูกค้าซื้อซ้ำ 10 คน
- 3.1.2 ลูกค้าซื้อประจำ 10 คน
- 3.1.3 ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ 10 คน

3.2 ประเภทของข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้มีการใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และทุติยภูมิ (Secondary data) ดังนี้

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการใช้คำถามที่มุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์เชิงบวกและความประทับใจ ดังนี้

(1) อะไร (What) เป็นการตั้งคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความประทับใจของลูกค้าเกี่ยวกับร้าน ABC SHOP

(2) เมื่อไร (When) เป็นการสัมภาษณ์เมื่อลูกค้าที่มีเวลาว่าง โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และทาง <https://www.facebook.com/>

(3) ใคร (Who) ผู้ศึกษาเป็นคนตั้งคำถาม และสอบถามเองเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ ต้องการ และสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้จริง เพราะหากให้ผู้อื่นสัมภาษณ์ข้อมูลที่ได้อาจไม่ครบถ้วน และอาจมีข้อผิดพลาด

(4) กลุ่มเป้าหมาย (Whom) กลุ่มลูกค้าของทางร้าน ABC SHOP

(5) ที่ไหน (Where) ใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และทาง Facebook.com

(6) อย่างไร (How) ใช้การสัมภาษณ์โดยเป็นการตั้งคำถามแบบสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) คือเป็นคำถามเชิงบวก เพื่อให้ได้ประเด็นที่สนใจ ซึ่งเป็นคำถามสำหรับ ลูกค้าร้าน ABC SHOP

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ ข้อมูลจากหนังสือ และอินเทอร์เน็ต

3.3 การออกแบบคำถามที่ใช้สัมภาษณ์

การออกแบบคำถามจะใช้หลักการตั้งคำถามแบบสุนทรียสาธก โดยการตั้งคำถามจะ ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และปรึกษาขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ที่ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบได้อย่างสบายใจ และเป็นตัวของตัวเอง

3.3.1 คำถามสำหรับลูกค้าร้าน ABC SHOP

(1) ลูกค้ามีร้านขายนาฬิกาในดวงใจไหม

(2) ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไร

(3) อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการร้าน ABC SHOP ทั้งที่มีร้านขายนาฬิกา หลายร้านมาก

(4) หลังใช้บริการกับร้าน ABC SHOP ลูกค้าประทับใจอะไรบ้าง

(5) ลูกค้าอยากให้ทางร้าน ABC SHOP เพิ่มเติมหรือปรับปรุงอะไรบ้างเพื่อที่ จะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้น

(6) ถ้ามีโอกาสแนะนำให้ เพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะ แนะนำอย่างไร

เมื่อทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเสร็จแล้ว จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำมา จัดรูปแบบได้เป็น 2 กลุ่มคือ

(1) กลุ่มปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergence) คือ คำตอบจากการสัมภาษณ์ที่มี การตอบเหมือนกัน

(2) กลุ่มปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergence) คือ คำตอบจากการสัมภาษณ์ที่ ไม่ซ้ำและแปลก แตกต่างจากคำตอบอื่นๆ

3.4 การดำเนินการตามวงจรสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry)

3.4.1 การค้นหา (Discovery) เป็นขั้นตอนการศึกษาเอกสารทางวิชาการ วรรณกรรมที่ เกี่ยวข้อง และเอกสารที่เกี่ยวกับการขายออนไลน์ โดยศึกษาทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry: AI) เพื่อที่จะนำมาออกแบบคำถามเพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกเพื่อหาจุดร่วมและจุด โดดเด่น ศึกษาทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เพื่อที่จะได้เข้าใจในลูกค้าที่แตกต่างกัน จุดพลิกผัน (The Tipping Point) ศึกษาการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) เพื่อหาโอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจ และการวิเคราะห์ SOAR Analysis เพื่อใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยประมวลผล

3.4.2 การวาดฝัน (Dream) หลังจากขั้นตอนการค้นหาแล้วจะพบประสบการณ์เชิงบวก จากนั้นจะเกิดเป็นการวาดฝันถึงเป้าหมาย วิสัยทัศน์ที่อยากจะให้ธุรกิจเป็นและสามารถเป็นไปได้ จริง ซึ่งอาจจะเป็นการที่อยากจะให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น มีลูกค้าใหม่มากขึ้นและรักษาลูกค้าเก่าไว้ ได้ เป็นต้น โดยการนำทสนทนาที่ได้จากการสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาจุดร่วม (Convergence) จุดโดดเด่น (Divergence) โดยวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีต่างๆ

3.4.3 การออกแบบ (Design) หลังจากขั้นตอนการวาดฝัน จะเป็นขั้นตอนในการ กำหนดแผนโครงการของทางร้าน โดยการนำจุดเด่นมาสร้างเป็นแผนโครงการ โดยแผนโครงการที่ ออกแบบนั้นควรจะเป็นแผนโครงการที่สามารถทำได้จริงและมีความเป็นไปได้

3.4.4 การมอบหมาย (Destiny) หลังจากขั้นตอนการออกแบบแล้วจะนำไปสู่ กระบวนการนำไปปฏิบัติจริง ทั้งการจัดทำโปรโมชันร้าน ABC SHOP ทั้งทางด้านการตอบรับจาก ลูกค้า และคอยตรวจสอบไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในระหว่างที่มีการนำไปปฏิบัติ

3.4.5 การวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาจากการใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อค้นหา ประสบการณ์เชิงบวก ในมุมมองของกลุ่มลูกค้าร้าน ABC SHOP โดยนำมาพัฒนาปรับปรุงเป็น แผนโครงการของธุรกิจ เพื่อจะทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นและทำ ให้ลูกค้าประทับใจ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เพื่อเพิ่มยอดขายร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษา: ABC SHOP เป็นการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าที่ร้าน ABC SHOP และนำประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้ามาปรับปรุงและพัฒนาร้าน ABC SHOP เพื่อเพิ่มยอดขาย โดยการใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เป็นเครื่องมือหลัก โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาจุดร่วม (Convergences) และจุดโดดเด่น (Divergences) และนำทฤษฎีต่างๆ เข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยคือ ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) มาประยุกต์ขึ้นบันไดแห่งความภักดีเข้ากับสุนทรียสาธก ในการสัมภาษณ์ลูกค้าตามพีรามิดแห่งความภักดี จุดพลิกผัน (The Tipping Point) ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) ที่จะช่วยให้เห็นถึงโอกาสของกิจการ การวิเคราะห์ SOAR Analysis เพื่อช่วยวางแผนหาแนวทางการปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มยอดขาย

1. การค้นพบ (Discovery)

1.1 ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์โดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)

จากการสัมภาษณ์โดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เพื่อค้นหามุมมองประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และเพื่อค้นหาปัจจัยที่จะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้าน ABC SHOP

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 30 คน คือ ลูกค้าซื้อซ้ำ ลูกค้าซื้อประจำ ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ อย่างละ 10 คน รายละเอียดการสัมภาษณ์อยู่ในภาคผนวกสามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มลูกค้าซื้อซ้ำ

สรุปกรณีศึกษาที่ 1 สิ่งที่ค้นพบ: การที่เราเพิ่มรอบการส่งสินค้าให้ลูกค้าอาจจะทำให้เสียเวลาเล็กน้อย แต่ก็ช่วยให้เราได้ใจลูกค้าจนเลือกให้เป็นร้านในดวงใจ

สรุปกรณีศึกษาที่ 2 สิ่งที่ค้นพบ: การที่เราส่งสินค้าภายในวันที่ลูกค้าโอนเงินและแจ้งลูกค้าว่าจะได้สินค้าวันไหนแล้วลูกค้าได้ตรงตามวันที่บอก จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการบริการที่ใส่ใจมาก แตกต่างจากการส่งสินค้าเสร็จแล้วปิดการขายทันที และการแพ็คสินค้าที่แน่นหนา จะทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าที่ได้รับจะไม่เกิดความเสียหาย

สรุปกรณีศึกษาที่ 3 สิ่งที่ค้นพบ: การที่เราช่วยลูกค้าเลือกสินค้าที่มีหลากหลายรุ่น โดยให้คำแนะนำว่าแต่ละรุ่นมีความพิเศษหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

สรุปกรณีศึกษาที่ 4 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านช่วยให้ลูกค้าปรับตั้งเวลานาฬิกาเองได้ โดยทำทีละขั้นตอน ผ่านการคุยทางโทรศัพท์ และการลดราคาสินค้าให้ลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่ต้องต่อราคา

สรุปกรณีศึกษาที่ 5 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ลูกค้าสนใจในตัวสินค้า แต่ยังตัดสินใจซื้อไม่ได้ เนื่องจากยังไม่มีรุ่นที่โดนใจ ทางร้านได้ให้เวลาลูกค้าตัดสินใจได้เต็มที่ และเพื่อมีร้านอื่นที่มีราคาที่ลูกค้าพอใจจะซื้อ เพราะทางร้านไม่ได้บีบบังคับหรือทำให้ลูกค้าลำบากใจที่จะมาถามหรือซื้อ

สรุปกรณีศึกษาที่ 6 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านทำในสิ่งที่ลูกค้าต้องการเพียงเล็กน้อย ง่ายๆ อย่างเช่น การเขียนการ์ดและห่อของขวัญให้ลูกค้าในวันสำคัญหรือวันพิเศษของลูกค้า ทำให้ลูกค้าและคนที่ได้รับสินค้าเกิดความประทับใจในการบริการมากยิ่งขึ้น

สรุปกรณีศึกษาที่ 7 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านพูดคุยกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายเวลาซื้อสินค้า หรือเวลาลูกค้าขอลดราคาแล้วทางร้านลดให้ ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำอีกครั้ง

สรุปกรณีศึกษาที่ 8 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านแนะนำให้ลูกค้ารู้ว่า การซื้อนาฬิกาเรือนหนึ่ง หากลูกค้าใส่ไปนาน ๆ แล้วเบื่อดีเดิม หรือสายนาฬิกาขาดหรือใส่จนเก่า ก็ไม่จำเป็นต้องซื้อเรือนใหม่เสมอไป เพราะมีทางเลือกเพิ่มเติม คือ สามารถซื้อกรอบและสายสีใหม่หรือสีเดิม มาเปลี่ยนใส่เรือนเดิมได้ เพียงเท่านั้นก็สามารถใส่นาฬิกาได้หลากหลายสีสัน ไม่น่าเบื่ออีกต่อไป อีกทั้งยังทำให้ลูกค้าประหยัดเงินในกระเป๋าอีกด้วย

สรุปกรณีศึกษาที่ 9 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านอัปเดตข้อมูลการขายอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการโพสรูปสินค้าทุกวัน รูปถ่ายลูกค้าในกรณีที่นัดรับสินค้ากับลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถเช็คของได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ แล้วค่อยจ่ายเงิน ทำให้ลูกค้าเกิดความความมั่นใจและสบายใจขึ้น และเชื่อมั่นว่าทางร้านมีการขายสินค้าจริงและส่งสินค้าจริง

สรุปกรณีศึกษาที่ 10 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าในทันที หลังจากที่ลูกค้าโอนเงิน ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการซื้อมากขึ้น เพราะทางร้านจัดส่งสินค้ารวดเร็ว

กลุ่มลูกค้าซื้อประจำ

สรุปกรณีศึกษาที่ 11 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านขายสินค้าของแท้ และมีการรับประกันสินค้าให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการซื้อมากยิ่งขึ้น หากมีการซื้อสินค้าครั้งต่อไป ก็ไม่ต้องกังวลหรือกลัวที่จะได้รับสินค้าปลอม หรือได้รับสินค้าที่ไม่มีการรับประกัน

สรุปกรณีศึกษาที่ 12 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านใส่ใจในการให้ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ในตัวสินค้ากับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นอย่างคุณสมบัติต่าง ๆ หรือข้อแตกต่างในแต่ละรุ่น ทำให้ลูกค้าประทับใจการซื้อ จึงทำให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเป็นประจำกับทางร้าน

สรุปกรณีศึกษาที่ 13 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านมีสินค้าพร้อมจัดส่งให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกไม่ต้องรอสินค้านาน และการส่งสินค้าถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็วก็ยิ่งทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

สรุปกรณีศึกษาที่ 14 สิ่งที่ค้นพบ: การขายสินค้าเป็นการบริการอย่างหนึ่ง ถ้าเราพูดกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง และใส่ใจรายละเอียดที่จะแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าประทับใจมากขึ้น

สรุปกรณีศึกษาที่ 15 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ลูกค้ามาซื้อสินค้าแล้วทางร้านพูดคุยอย่างเป็นกันเอง หรือถ้าสินค้านั้นไหนหมด ทางร้านก็ช่วยหาสินค้ามาให้ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาไปหาสินค้าเอง ทำให้ลูกค้าประทับใจจนเป็นลูกค้าซื้อประจำ

สรุปกรณีศึกษาที่ 16 สิ่งที่ค้นพบ: หลังจากทางร้านจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ทางร้านยอมสละเวลาเพียงเล็กน้อยติดต่อกลับไปหาลูกค้าอีกครั้ง เพื่อสอบถามว่า ลูกค้าได้รับสินค้าหรือยังทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่ทางร้านใส่ใจรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ

สรุปกรณีศึกษาที่ 17 สิ่งที่ค้นพบ: หากทางร้านสามารถลดราคาให้ลูกค้าได้เลย ไม่ว่าจะลดมากน้อยเพียงใด ลูกค้าอาจจะซื้อสินค้าพร้อมกันหลาย ๆ เรือนได้ แต่ในทางกลับกัน หากทางร้านนึกถึงแต่กำไรที่จะได้รับเพียงอย่างเดียว จากที่จะขายสินค้าได้หลายเรือน ก็อาจจะขายได้เพียงหนึ่งเรือนหรือขายไม่ได้เลย

สรุปกรณีศึกษาที่ 18 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านมีใบรับประกันสินค้าให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้าและกล้าที่จะสั่งซื้อสินค้ากับทางร้านในครั้งต่อไป

สรุปกรณีศึกษาที่ 19 สิ่งที่ค้นพบ: การมีสินค้าที่หลากหลายและราคาไม่สูงมาก เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าสนใจและตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้าน

สรุปกรณีศึกษาที่ 20 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านมีใบรับประกันสินค้าให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้า เลือกที่จะสั่งซื้อสินค้าอีก และการที่ลูกค้าสนใจสินค้าแล้วทางร้านตอบกลับอย่างรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และลูกค้ารู้สึกที่ทางร้านมีความใส่ใจลูกค้า

กลุ่มลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ

สรุปกรณีศึกษาที่ 21 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านขายสินค้าให้ลูกค้าที่เป็นคนรู้จัก เนื่องจากลูกค้าไม่มั่นใจที่จะซื้อสินค้าจากร้านอื่น ดังนั้น ทางร้านควรทำให้ลูกค้าประทับใจ เพราะลูกค้าสามารถบอกต่อและแนะนำลูกค้าคนอื่น ให้มาซื้อสินค้ากับทางร้านอีกครั้ง

สรุปกรณีศึกษาที่ 22 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านถ่ายรูปสินค้าเพิ่มเติมให้ลูกค้า เนื่องจากลูกค้ายังไม่มั่นใจว่าสินค้าที่จะได้รับนั้นเป็นสินค้าใหม่ที่ไม่มีความเสียหาย ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้

ลูกค้า และการที่ทางร้านรีบแพ็คสินค้า ก่อนที่ไปรษณีย์จะปิดทำการ เพื่อที่จะส่งสินค้าให้ทันใน
รอบวันนั้น ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเป็นอย่างมาก

สรุปกรณีศึกษาที่ 23 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านสร้างความน่าเชื่อถือของร้านให้กับลูกค้า
ที่เคยซื้อสินค้าไปแล้ว ถ้ามีลูกค้าที่สนใจและอยากซื้อครั้งแรกกับทางร้าน ลูกค้าเก่าที่เคยซื้อสินค้า
กับทางร้านไปแล้ว อาจจะเป็นลูกค้าที่บอกต่อความมั่นใจในการซื้อสินค้าและบริการได้ดีอีก
ด้วย

สรุปกรณีศึกษาที่ 24 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าที่ทางร้านขาย
เป็นของแท้ และมีการส่งของชัวร์ ถ้าทางร้านทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ จะเป็นสิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าเกิดการ
บอกต่อกันมากขึ้น ทำให้มีลูกค้ามาซื้อสินค้ากับทางร้านมากขึ้น

สรุปกรณีศึกษาที่ 25 สิ่งที่ค้นพบ: การที่มีกลุ่มลูกค้าที่มั่นใจเชื่อใจในการซื้อสินค้ากับทาง
ร้านอยู่แล้ว ทางร้านควรจะรักษากลุ่มนี้ไว้ให้ดี เพราะลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นลูกค้ากลุ่มสำคัญที่จะ
บอกต่อให้ลูกค้าท่านอื่น ๆ ให้เข้ามาซื้อสินค้ากับทางร้านมากขึ้น และการที่มีสินค้าให้ลูกค้าได้เลือก
เยอะ หลากหลาย และราคาไม่สูงมาก ยังจะทำให้เกิดการดึงดูดลูกค้าให้อยากเข้ามาซื้อสินค้ามากขึ้น

สรุปกรณีศึกษาที่ 26 สิ่งที่ค้นพบ: การขายสินค้าออนไลน์หลังจากมีการสั่งซื้อสินค้าและ
ชำระเงินค่าสินค้าเรียบร้อยแล้ว ทางร้านควรจะรีบจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าทันที เพื่อให้ลูกค้าเกิดความ
สบายใจ และเชื่อมั่น เพราะสินค้าออนไลน์จะขายไม่ได้ หากลูกค้าไม่มีความมั่นใจกับทางร้าน

สรุปกรณีศึกษาที่ 27 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และบริการ
ให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณเองสะดวกที่สุด เช่น หากมีการนัดรับสินค้า ทางร้านควรไปส่งสินค้าให้ลูกค้าเอง
ถึงที่แทนการที่ลูกค้าจะต้องเสียเวลารับสินค้าเอง เป็นการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเป็นอย่างมาก

สรุปกรณีศึกษาที่ 28 สิ่งที่ค้นพบ: การขายสินค้าออนไลน์ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าเป็นสิ่ง
สำคัญ ทางร้านต้องมีความซื่อสัตย์ในตัวสินค้า คือ สินค้ามีลักษณะอย่างไรก็แจ้งกับลูกค้าอย่างนั้น
ไม่ควรจะพูดเกินจริงหรือพูดโน้มน้าวเพื่อให้ลูกค้าซื้อจนเกินไป เพราะหากลูกค้าได้รับสินค้าไม่ตรง
ตามที่พูด อาจจะทำให้เสียลูกค้าคนนั้นไป อีกทั้งการขายสินค้าออนไลน์ยังมีทั้งข้อดีและข้อเสีย หาก
ทางร้านไม่มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เพราะหากลูกค้าพูดถึงทางร้านในแง่ลบเพียงหนึ่งคน ก็อาจจะทำ
ให้ชื่อเสียงของทางร้านติดลบได้

สรุปกรณีศึกษาที่ 29 สิ่งที่ค้นพบ: การที่ทางร้านรีบส่งสินค้าให้ลูกค้า และหลังจากส่ง
สินค้าได้ติดต่อลูกค้าเพื่อให้เลข EMS ให้ลูกค้าสามารถติดตามสถานะของสินค้าได้ ซึ่งจะมีส่วน
หนึ่งที่จะทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าทางร้านส่งสินค้าจริง

สรุปกรณีศึกษาที่ 30 สิ่งที่น่าสนใจ: การที่ทางร้านให้ลูกค้าได้มีตัวเลือกในการได้เลือกสิน
 ฐานที่นอกเหนือจากการที่ลูกค้าสนใจ และลูกค้าได้ลองสวมใส่ได้เลือกในเรือนที่ตัวเองสนใจและ
 เหมาะกับลูกค้าจริง ๆ จะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 6 แสดงความถี่จากการหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น
 (Divergences) จากประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าซื้อซ้ำ ลูกค้าซื้อประจำ และลูกค้าซื้อแล้วนำไป
 บอกต่อ จำนวน 30 คนของร้าน ABC SHOP (ร้อยละจากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์)

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
1. ลูกค้าประทับใจคนขายที่เป็นกันเอง คุยง่าย ใส่ใจลูกค้า	26	11.10
2. ลูกค้าชอบที่สินค้าราคาไม่แพง ราคาถูกกว่าร้านอื่น	19	8.09
3. ลูกค้าชอบที่ส่งสินค้าจริง ส่งพัสดุ	17	7.23
4. ลูกค้าชอบที่เป็นร้านที่น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้	16	6.81
5. ลูกค้าชอบที่ส่งสินค้ารวดเร็ว ตรงเวลา	14	5.96
6. ลูกค้ารู้จักทาง Page ร้าน	14	5.96
7. ลูกค้ารู้จักจากกลุ่ม G-Shock	14	5.96
8. ลูกค้าชอบที่คนขายต่อรองราคาง่าย	11	4.68
9. ลูกค้าชอบที่ได้รับสินค้าตรงตามวันเวลาที่แจ้ง	10	4.26
10. ลูกค้าเน้นราคาเป็นหลัก	10	4.26
11. ลูกค้าชอบที่สินค้าเป็นของแท้ 100%	9	3.83
12. ลูกค้าชอบที่มีสินค้าเยอะและหลากหลาย	6	2.55
13. ลูกค้าชอบที่สินค้ามีคุณภาพ	6	2.55
14. ลูกค้ารู้จักเพราะเห็น โพสต์ขายสินค้า โพสต์ประมูลบ่อยๆ	6	2.55
15. ลูกค้าชอบที่ได้รับสินค้าตรงตามที่สั่ง	4	1.70
16. ลูกค้าชอบที่มีการแจ้งเลข EMS หลังส่งทันที	4	1.70
17. ลูกค้าชอบที่แพ็คเกจสินค้าดี	3	1.28
18. ลูกค้าชอบที่มีการเพิ่มรอบการส่งสินค้าให้ลูกค้า	3	1.28
19. ลูกค้าชอบที่เวลาถามแล้วที่ร้านไม่มีสินค้าแต่ก็พยายามหาสินค้ามา ให้ลูกค้า	3	1.28
20. ลูกค้าอยากให้อัดโปรโมชั่นลดราคาให้ลูกค้าเก่า	3	1.28

ตารางที่ 6 แสดงความถี่จากการหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) จากประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าซื้อซ้ำ ลูกค้าซื้อประจำ และลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ จำนวน 30 คนของร้าน ABC SHOP (ร้อยละจากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์) (ต่อ)

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
21. ลูกค้าอยากให้มีการแจกของเล็กๆน้อยๆ ในช่วงเทศกาล	3	1.28
22. ลูกค้าอยากให้ทางร้านตอบลูกค้าให้เร็วขึ้น	3	1.28
23. ลูกค้าชอบที่มีสินค้าพร้อมส่ง	2	0.85
24. ลูกค้าชอบที่สินค้าสวยถูกใจ	2	0.85
25. ลูกค้าชอบที่สินค้ามีตามต้องการ	2	0.85
26. ลูกค้ารู้จักเพราะมีคนแนะนำมา	2	0.85
27. ลูกค้าดูรีวิวของลูกค้าเก่าที่เคยซื้อก่อนจะสั่งซื้อ	2	0.85
28. ลูกค้าชอบที่ทางร้านมีการแนะนำสินค้า	2	0.85
29. ลูกค้าอยากให้มีการจับฉลากแจกนาฬิการุ่นยอดนิยม	2	0.85
30. ลูกค้าอยากให้มีการรีวิวนาฬิการุ่นใหม่ๆ	2	0.85
31. ลูกค้าชอบที่ทางร้านมีการรับประกันสินค้า	2	0.85
32. ลูกค้ารู้จักโดยการค้นหาจาก Google ด้วยคำว่า G-Shock	2	0.85
33. มีสินค้าน่าสนใจที่หายาก	1	0.43
34. ลูกค้าประทับใจที่วันวาเลนไทน์อยากให้ทางร้านเขียนการ์ดกับห่อของขวัญให้ ทางร้านก็ทำให้อย่างดี	1	0.43
35. ลูกค้าชอบที่เวลาถามราคาแล้วทางร้านตอบทันที ไม่เหมือนร้านอื่น	1	0.43
36. ลูกค้าชอบที่ตอนนำสินค้ามาทางร้านไม่รู้สถานที่แต่ก็พยายามมาส่งสินค้าจนได้	1	0.43
37. ลูกค้าอยากให้มีการจัดโปรโมชั่น แจกนาฬิการุ่น Limited Edition	1	0.43
38. ลูกค้าอยากให้มีวัน เดือน ปี ที่นาฬิกาแต่ละรุ่นผลิต	1	0.43
39. ลูกค้าชอบที่ทางร้านมีการติดตามว่าสินค้าถึงมือลูกค้าหรือยัง	1	0.43
40. ลูกค้าชอบที่ทางร้านตอบเร็ว ไม่รอนาน	1	0.43
41. ลูกค้าชอบที่ทางร้านให้เวลาลูกค้าตัดสินใจก่อนซื้อ	1	0.43
42. ลูกค้าอยากให้มีนาฬิการุ่นที่หายากเยอะๆ	1	0.43

ตารางที่ 6 แสดงความถี่จากการหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) จากประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าซื้อซ้ำ ลูกค้าซื้อประจำ และลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ จำนวน 30 คนของร้าน ABC SHOP (ร้อยละจากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์) (ต่อ)

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
43. ลูกค้าอยากให้โพสต์ขายสินค้าในกลุ่ม G-Shock อื่นๆด้วยเพื่อมีลูกค้าท่านอื่นสนใจจะได้ซื้อของแท้ ราคาไม่แพง	1	0.43
รวม	235	100

จากตารางที่ 6 พบว่าปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) มีดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) คือ ข้อที่มีความถี่มากกว่าหนึ่ง

1. ลูกค้าประทับใจคนขายที่เป็นกันเอง คุยง่าย ใส่ใจลูกค้า
2. ลูกค้าชอบที่สินค้าราคาไม่แพง ราคาถูกกว่าร้านอื่น
3. ลูกค้าชอบที่ส่งสินค้าจริง ส่งชัวร์
4. ลูกค้าชอบที่เป็นร้านที่น่าเชื่อถือ ไว้ใจได้
5. ลูกค้าชอบที่ส่งสินค้ารวดเร็ว ตรงเวลา
6. ลูกค้ารู้จักทาง Page ร้าน
7. ลูกค้ารู้จักจากกลุ่ม G-Shock
8. ลูกค้าชอบที่คนขายต่อรองราคาง่าย
9. ลูกค้าชอบที่ได้รับสินค้าตรงตามวันเวลาที่แจ้ง
10. ลูกค้าเน้นราคาเป็นหลัก
11. ลูกค้าชอบที่สินค้าเป็นของแท้ 100%
12. ลูกค้าชอบที่มีสินค้าเยอะและหลากหลาย
13. ลูกค้าชอบที่สินค้ามีคุณภาพ
14. ลูกค้ารู้จักเพราะเห็นโพสต์ขายสินค้า โพสต์ประมวลบ่อยๆ
15. ลูกค้าชอบที่ได้รับสินค้าตรงตามที่สั่ง

ลูกค้า

16. ลูกค้าชอบที่มีการแจ้งเลข EMS หลังส่งทันที
17. ลูกค้าชอบที่แพ็คเกจสินค้าดี
18. ลูกค้าชอบที่มีการเพิ่มรอบการส่งสินค้าให้ลูกค้า
19. ลูกค้าชอบที่เวลาถามแล้วที่ร้าน ไม่มีสินค้าแต่ก็พยายามหาสินค้ามาให้
20. ลูกค้าอยากให้อัดโปรโมชั่นลดราคาให้ลูกค้าเก่า
21. ลูกค้าอยากให้มีการแจกของเล็กๆน้อยๆ ในช่วงเทศกาล
22. ลูกค้าอยากให้ทางร้านตอบลูกค้าให้เร็วขึ้น
23. ลูกค้าชอบที่มีสินค้าพร้อมส่ง
24. ลูกค้าชอบที่สินค้าสวยดูใจ
25. ลูกค้าชอบที่สินค้ามีตามต้องการ
26. ลูกค้ารู้จักเพราะมีคนแนะนำมา
27. ลูกค้าดูรีวิวของลูกค้าเก่าที่เคยซื้อก่อนจะสั่งซื้อ
28. ลูกค้าชอบที่ทางร้านมีการแนะนำสินค้า
29. ลูกค้าอยากให้มีการจับฉลากแจกนาฬิกาเรือนยอดนิยม
30. ลูกค้าอยากให้มีการรีวิวนาฬิกาเรือนใหม่ๆ
31. ลูกค้าชอบที่ทางร้านมีการรับประกันสินค้า
32. ลูกค้ารู้จักโดยการค้นหาจาก Google ด้วยคำว่า G-Shock

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) คือ ข้อที่มีความถี่ไม่เกินหนึ่ง

1. มีสินค้าน่าสนใจที่หายาก
2. ลูกค้าประทับใจที่วันวาเลนไทน์อยากให้ทางร้านเขียนการ์ดกับห่อของขวัญให้ ทางร้านก็ทำให้อย่างดี
3. ลูกค้าชอบที่เวลาถามราคาแล้วทางร้านตอบทันที ไม่เหมือนร้านอื่น
4. ลูกค้าชอบที่ตอนนัดรับสินค้า ทางร้านไม่รู้สถานที่ แต่ก็พยายามมาส่งสินค้าจนได้

5. ลูกค้าอยากให้มีการจัดโปรโมชั่น แจกนาฬิการุ่น Limited Edition
6. ลูกค้าอยากให้มีวัน เดือน ปี ที่นาฬิกาแต่ละรุ่นผลิต
7. ลูกค้าชอบที่ทางร้านมีการติดตามว่าสินค้าถึงมือลูกค้าหรือยัง
8. ลูกค้าชอบที่ทางร้านตอบเร็ว ไม่รอนาน
9. ลูกค้าชอบที่ทางร้านใช้เวลาลูกค้าตัดสินใจก่อนซื้อ
10. ลูกค้าอยากให้มีนาฬิการุ่นที่หายากเยอะๆ
11. ลูกค้าอยากให้มีโพสต์ขายสินค้าในกลุ่ม G-Shock อื่นๆด้วยเพื่อมีลูกค้าท่านอื่นสนใจจะได้ซื้อของแท้ ราคาไม่แพง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าทั้ง 30 คน ทำให้ทราบถึงลูกค้าที่ทางร้านพบว่า เป็นลูกค้าที่มีความแปลกไม่เหมือนกันกับลูกค้าทั่วไปคือ ลูกค้าที่เป็นตำรวจที่ถือว่าเป็นลูกค้าซื้อซ้ำของทางร้านเพราะมีการซื้อขายนาค้ากันถึง 4-5 ครั้ง ลูกค้าตำรวจนี้ทางร้านสอบถามจึงทราบว่า เป็นลูกค้าที่ชอบนาฬิกา G-Shock อยู่แล้วและนอกจากจะซื้อไว้ใช้เองยังนำไปขายต่อให้กลุ่มคนรู้จักด้วย ส่วนลูกค้าที่ทางร้านคิดว่าเป็นลูกค้าแปลกและมีความมีความน่าสนใจมากอีกคนคือ พนักงานบริษัทที่มีการซื้อสินค้าเป็นนาฬิกา Baby-G สีขาว 2 เรือนเพื่อเอาไปมอบให้รุ่นน้องที่มาฝึกงานที่บริษัท ซึ่งลูกค้าคนนี้ถือว่าเป็นลูกค้าที่ทางร้านแปลกใจมากเพราะปกติ การมาฝึกงานที่บริษัทหรือสำนักงานใดๆ ก็ตาม ส่วนใหญ่หลังฝึกงานเสร็จรุ่นพี่ที่ฝึกงานจะเลี้ยงส่งท้ายด้วยการพาไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารกันส่วนใหญ่ ซึ่งหลังจากที่มีการขายนาค้าให้ลูกค้าคนนี้ ทางร้านคิดว่าการขายให้ลูกค้าคนนี้การขายที่น่าสนใจมาก เพราะทางร้านสามารถนำมาเป็นสร้างเป็นโครงการที่จะทำในอนาคตได้เพราะ ทางร้านขายนาค้าอยู่ในตัวมหาวิทยาลัยขอนแก่นแต่ยังไม่ได้เปิดหน้าร้าน อาจจะนำการซื้อสินค้าของลูกค้าแปลกๆ นี้ มาประยุกต์ในการขายได้ เช่น ในการรับน้องในแต่ละปีรุ่นพี่จะมีการซื้อสินค้าต่างๆ ให้น้องๆ ไม่ว่าจะเป็นซื้อของใช้ ซื้อขนมต่างๆ แต่หากทางร้านมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงที่มีการรับน้องทำโปรโมชั่นลดราคาสินค้าเพื่อให้ดึงดูดใจและโพสต์สินค้าที่มีสีสันให้ตรงกับกลุ่มของลูกค้าที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น วัยเรียนอาจได้รับความนิยมได้ และในส่วนกลุ่มคน 3 กลุ่ม ในจุดพลิกผัน (The tipping Point) สามารถสรุปได้ดังนี้คือ ผู้เชื่อมโยง (Connector) คือ ลูกค้าเก่าของร้าน ABC SHOP ผู้รู้ (Maven) คือ คนขายที่เป็นเจ้าของร้านนาฬิกาที่ขายมานานถึง 20 ปี และเป็นเจ้าของกิจการร้านขายนาฬิกาที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดสุพรรณบุรี (Salesman) คือ ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ

1.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis)

ด้านกฎหมายและการเมือง (Political and Legal)

สรรพากรมีการจัดเก็บภาษีกับการขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น เพราะมีการหลีกเลี่ยงภาษี ทำให้ผู้ขายต้องมีการจ่ายภาษีให้ถูกต้อง สำหรับโอกาสในธุรกิจขายสินค้าออนไลน์จะมีการจ่ายภาษี 2 รูปแบบ คือ แบบเหมาจ่าย และแบบตามความจำเป็น โดยวิธีจ่ายแบบเหมาจ่าย เป็นการคำนวณแบบเหมาต้นทุนในอัตรา 80% ของรายได้ ซึ่งหมายความว่าถึงการนำยอดเงินเพียง 20% ของรายได้มาคำนวณ วิธีนี้ร้านค้าออนไลน์ส่วนใหญ่จะนิยมใช้เพราะ ง่าย สะดวก และคุ้มค่า ซึ่งหากผู้สนใจทำธุรกิจขายสินค้าออนไลน์สามารถเลือกที่จะจ่ายแบบเหมาจ่ายจะคุ้มมากกว่า ส่วนวิธีจ่ายแบบตามความจำเป็น สามารถนำค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง มาหักเป็นต้นทุน โดยถ้าร้านค้าเลือกใช้วิธีนี้ จะต้องมีหลักฐานที่ครบถ้วนและถูกต้อง เพราะหากทางสรรพากรตรวจสอบเอกสารแล้วไม่ถูกต้องครบถ้วน อาจจะทำให้เสียภาษีมากกว่าเดิม

ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

ปัจจุบันคนไทยมีแนวโน้มการซื้อสินค้าออนไลน์กันมากขึ้น จากผลการสำรวจของเอ็ดต้า (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ ETDA, 2558) พบว่า คนไทยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 64.9 ซึ่งคาดว่าในปีหน้าจะเพิ่มขึ้นอีก ทั้งนี้กลุ่มสินค้าแฟชั่นยังเป็นกลุ่มสินค้าที่มียอดการสั่งซื้อสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ ถึงร้อยละ 42.6 รองลงมาคือสินค้ากลุ่มไอทีร้อยละ 27.5 สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความงามร้อยละ 24.4 ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น คือเกิดจากการที่ผู้ซื้อได้รับข้อมูลการรีวิวสินค้า และการอ่านความเห็นของผู้เคยใช้สินค้าจากการที่มีคนซื้อสินค้าออนไลน์กันมากขึ้น จึงทำให้ทางร้านมีโอกาสเพิ่มมากขึ้น ในการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural)

ปัจจุบันกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่หันมาใช้ชีวิตตามนักร้อง นักแสดง ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ตนเองชื่นชอบมากขึ้น จึงมีการใช้จ่ายในสินค้าฟุ่มเฟือยเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตัวหรือการใช้ชีวิตประจำวันต่าง ๆ ธุรกิจร้านขายนาฬิกาจึงได้รับประโยชน์จากส่วนนี้ เพราะในปัจจุบันดารานักแสดง นักร้องล้วนเป็นพรีเซนเตอร์ให้ธุรกิจนาฬิกามากขึ้น ส่งผลให้ร้านนาฬิกามียอดขายจากการที่กลุ่มวัยรุ่นซื้อสินค้าตามบุคคลที่ตนเองชื่นชอบมากขึ้น โดยทางร้านขายนาฬิกาอาจจะนำไปสเตอร์ รูปภาพของนักร้อง นักแสดงมาโชว์หรือโพสต์ขายตามสื่อโซเชียลทำให้คนกลุ่มนี้ติดตามและสนใจซื้อสินค้า

ด้านเทคโนโลยี (Technological)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยมีการพัฒนาให้เข้ากับการใช้ชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบันมากขึ้นทำให้ปัจจุบันคนหันมาเล่นสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์กกันมากขึ้นจากผลการสำรวจของเอ็ดด้า (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ ETDA, 2558) พบว่า คนไทยนิยมใช้ Facebook บ่อยที่สุด ถึงร้อยละ 92.1 ครอบงำในปีที่ 3 ติดต่อกัน (ปี 2556-2558) อันดับ 2 คือ แอปพลิเคชัน Line และอันดับ 3 คือ Google จากการที่คนหันมาใช้งาน Facebook ที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้เกิดโอกาสมากมายกับธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ เช่น การโปรโมทสินค้า การจัดโปรโมชั่นให้คนทั่วไปได้รู้จักผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้ง่ายขึ้น อีกทั้งระบบการเงินซื้อสินค้าออนไลน์ก็สามารถทำได้ง่ายๆทางโทรศัพท์มือถือซึ่งสะดวกกว่าการไปทำธุรกรรมทางธนาคารหรือการโอนเงินที่ดูเินอึ้งทำให้สะดวกสบายต่อผู้ซื้อสินค้ามาก ซึ่ง

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Environmental)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีฤดู 3 ฤดูคือ ฤดูร้อน ฤดูฝน ฤดูหนาว ซึ่งในส่วนของการขายสินค้าออนไลน์จำเป็นต้องมีการเดินทางเพื่อไปส่งสินค้าผ่านที่ทำการไปรษณีย์ หากอยู่ในช่วงฤดูฝนก็มักจะเป็นอุปสรรคในการเดินทางหรือการที่ลูกค้าได้รับสินค้า หากฝนตกหนักลูกค้าเปลี่ยนใจไม่ซื้อสินค้าภายในวันนั้น ทำให้ทางร้านเสียโอกาสในการขายสินค้าทันที และเมื่อไปรษณีย์ต้องไปส่งสินค้าให้ลูกค้า ในระหว่างการเดินทางสินค้าอาจจะเปียก หรือชำรุดได้ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจในตัวสินค้าได้

จากการวิเคราะห์ PESTE Analysis สามารถสรุปได้ว่า ด้านเทคโนโลยีเป็นด้านที่มีผลต่อธุรกิจร้าน ABC SHOP มาที่สุดเพราะ ถ้าทางร้านบริการลูกค้า ให้คำแนะนำหรือทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ลูกค้าก็จะมีการรีวิวและแนะนำให้คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้านผ่านสื่อโซเชียล แต่หากทางร้านบริการไม่ดีหรือทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจลูกค้าอาจจะมีการพูดปากต่อปาก ในสื่อโซเชียลอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจทำให้ทางร้านได้รับผลกระทบในทางนี้ได้โดยตรงเพราะเป็นร้านที่ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

1.3 ผลการวิเคราะห์ SOAR Analysis

ผลการวิเคราะห์ SOAR Analysis เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มยอดขาย

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ SOAR Analysis

<p>Strategic Inquiry</p>	<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> - สินค้าหลากหลาย - การให้คำแนะนำในการซื้อและการบริการของเจ้าของร้าน - สินค้าเป็นของแท้ 100% - การรับประกันสินค้า 1 ปี - การส่งสินค้าที่รวดเร็ว 	<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> - จำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น - ความสะดวกในการสั่งซื้อและการชำระเงินที่มีหลายรูปแบบ - พฤติกรรมของผู้ซื้อสินค้าเปลี่ยนไปจากเดิม
<p>Appreciative Intent</p>	<p>Aspirations</p> <ul style="list-style-type: none"> - หาแหล่งต้นทุนที่ถูกที่สุด - มีสินค้าที่สต็อกไว้จำนวนมากและหลากหลายที่สุด - บริการลูกค้าที่ดีเพื่อให้ลูกค้าประทับใจที่สุด 	<p>Results</p> <ul style="list-style-type: none"> - ยอดขายเพิ่มขึ้น 10% - ลูกค้าประทับใจการบริการจนกลายมาเป็นลูกค้าซื้อซ้ำ ลูกค้าซื้อประจำและลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ - รักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่

1.4 สรุปการดำเนินการจากการสัมภาษณ์ประสบการณ์ และความรู้สึกที่ดีจากลูกค้าร้าน ABC SHOP

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าซื้อซ้ำ กลุ่มลูกค้าซื้อประจำ และกลุ่มลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ กลุ่มละ 10 คน ทั้งหมด 30 คน สามารถสรุปออกเป็นประเด็นหลักๆ ได้ถึง 12 ประเด็น ของประสบการณ์เชิงบวกที่ดีที่สุด ได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1: Appreciative Inquiry กับบริการตามที่ลูกค้าต้องการในวันพิเศษ

Discovery

จากการสัมภาษณ์ลูกค้ากับการบริการพิเศษตามที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ค้นพบประสบการณ์เชิงบวกที่ลูกค้าประทับใจในการบริการจากทางร้าน คือ ลูกค้าได้มีการสั่งซื้อสินค้าก่อนวันวาเลนไทน์เพื่อที่จะนำไปมอบให้กับคนพิเศษ ลูกค้าจึงให้ทางร้านห่อของขวัญให้พร้อมทั้งเขียนการ์ดลงไปในกลุ่มของขวัญด้วย ทางร้านยินดีและเต็มใจทำให้ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยไม่มี

ค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติม ซึ่งทางร้านได้ทำการห่อของขวัญโดยเลือกใช้กระดาษสำหรับการห่อที่มีสีสันสวยงามเป็นพิเศษ เมื่อลูกค้าได้รับสินค้าแล้ว จึงติดต่อทางร้านกลับมาเพื่อขอบคุณที่มีบริการพิเศษแบบนี้ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและยังบอกอีกว่าคงใช้บริการครั้งต่อไปอีกแน่นอน

Dream

อยากเห็นลูกค้าประทับใจและพึงพอใจที่เห็นสินค้าตรงตามที่ต้องการ และอยากให้คนพิเศษของลูกค้าที่ต้องการจะมอบสินค้าให้ และมีความสุขเมื่อได้รับสินค้า

Design

(1) จดชื่อวันสำคัญที่ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเพื่อมอบให้กับคนพิเศษ และเพื่อที่ทางร้านจะได้สอบถามลูกค้าว่าซื้อสินค้าไปใช้งานเอง หรือต้องการมอบสินค้าให้กับคนพิเศษ

(2) จดรายการหลัก ๆ ที่ลูกค้าต้องการให้ทางร้านทำ ให้ เช่น การห่อของขวัญ การผูกโบว์ การเขียนการ์ด การติดสติ๊กเกอร์รูปหัวใจทั่วกล่องสินค้า เป็นต้น

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้สอบถามลูกค้าทุกครั้งที่มีการซื้อขาย ว่าซื้อสินค้าไว้ใช้เองหรือต้องการมอบให้คนพิเศษ

ประเด็นที่ 2: Appreciative Inquiry กับการจัดหาสินค้ามาให้ลูกค้า

Discovery

จากการสัมภาษณ์ลูกค้า พบว่า ลูกค้าบางคนมักจะชอบถามเกี่ยวกับนาฬิกาในบางรุ่น ซึ่งอาจเป็นรุ่นใหม่ล่าสุดที่ออกมาในเดือนนั้น ๆ หรือเป็นรุ่นที่หายาก มีจำนวนจำกัด และสินค้าอาจจะขาดตลาดไปนานแล้ว บางครั้งสินค้าที่ลูกค้าต้องการอาจจะหมด หรือทางร้านไม่ได้สต็อกสินค้าในรุ่นนั้น ๆ ไว้ ทำให้ไม่มีสินค้าพร้อมส่งลูกค้าในทันที ทางร้านจึงพยายามหาสินค้านั้นที่ลูกค้าต้องการให้เร็วที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยทางร้านจะสอบถามจากร้านค้าเครือข่ายที่เคยทำการซื้อขายกันอยู่เป็นประจำ ว่ามีสินค้านั้นหรือไม่ ซึ่งราคาสินค้าอาจจะสูงกว่าราคาปกติที่ทางร้านขาย แต่ทางร้านจะแจ้งลูกค้าก่อนเสมอ เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าลูกค้ารับราคาได้ ทางร้านก็จะสั่งให้และทำการซื้อขายกันต่อไป

Dream

อยากให้ลูกค้าประทับใจในการบริการของทางร้าน ที่ถึงแม้สินค้าที่ร้านจะไม่มี แต่ทางร้านก็หาจากร้านค้าเครือข่ายมาให้ลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

Design

จดบันทึกวันที่ลูกค้าถามมาแล้วทางร้าน ไม่มี ซึ่งต้องไปหาจากร้านค้าเครือข่าย มาให้ลูกค้า เพื่อที่ทางร้านจะได้สต็อกสินค้าไว้เอง ในครั้งต่อไปหากลูกค้าอยากได้สินค้านั้นอีก จะต้องมีสินค้าพร้อมส่งให้ลูกค้าในทันที

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้สอบถามไปยังร้านขายนาฬิกาที่ร้านค้าเครือข่าย ที่มีสินค้าตรงตามที่ลูกค้าต้องการ หากสินค้าที่ร้าน ไม่มีพร้อมส่ง

ประเด็นที่ 3: Appreciative Inquiry กัยการบริการถ่ายรูปสินค้าเพิ่มเติม

Discovery

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ กัยการบริการถ่ายรูปสินค้าเพิ่มเติม ให้ลูกค้า โดยลูกค้าได้เล่าว่า ก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะขอดูรูป รายละเอียดสินค้าเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่มี ทั้งตัวเรือนนาฬิกาหลาย ๆ มุม คู่มือ กล่องนาฬิกา และ ใบรับประกัน เพื่อความสบายใจของลูกค้า เพราะลูกค้ากลัวได้รับสินค้าที่มีตำหนิ หรือได้รับสินค้า ไม่ครบตามที่แจ้งไว้ ทางร้านจึงได้ถ่ายรูปสินค้ามาให้ลูกค้าดูหลาย ๆ มุม ซึ่งทำให้ลูกค้ามั่นใจว่า สินค้าที่จะได้รับเป็นสินค้าใหม่และแท้ 100% ไม่มีตำหนิใด ๆ

Dream

เนื่องจากสินค้าที่ทางร้านขายมีราคาสูง ทางร้านจึงอยากจะทำให้ลูกค้าได้สินค้าที่ดีที่สุด คือ เป็นของแท้ 100% มีความใหม่ ไม่มีรอยขีดข่วน หรือมีตำหนิ เพื่อที่ลูกค้าจะได้พึงพอใจใน สินค้าที่ตนได้รับ

Design

ก่อนจะลงโพสต์ขายสินค้าในรุ่นนั้น ๆ ทางร้านได้มีการถ่ายรูปสินค้าหลาย ๆ มุม และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในแต่ละรุ่น เก็บไว้ เพื่อที่ลูกค้าจะได้เห็นในภาพรวมของสินค้า และเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการขอดูรายละเอียดสินค้า ลูกค้าจะได้ไม่เสียเวลาสอบถามกับทางร้าน ว่ามีรูปสินค้าเพิ่มเติมหรือไม่ ซึ่งหากทางร้านมีรูปสินค้านั้นรายละเอียดชัดเจน ทำให้ลูกค้าสามารถมี เวลาในการตัดสินใจอีกด้วย

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้ถ่ายรูปนาฬิกาในมุมต่าง ๆ ทั้งตัวเรือนและ อุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในกล่อง ก่อนที่จะโพสต์ขายสินค้า หรือเวลาที่มีลูกค้าขอถ่ายรูปสินค้าเพิ่มเติม

ประเด็นที่ 4: Appreciative Inquiry กับการส่งสินค้า

Discovery

(1) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำคนที่ 1 ลูกค้าเล่าว่า ลูกค้าอยากให้ทางร้านส่งสินค้าในรอบเช้า เพราะลูกค้าอยากได้สินค้าเร็ว ๆ ในวันถัดไป โดยปกติทางร้านจะมีการส่งสินค้าเพียงรอบเดียว คือ รอบเย็น เมื่อลูกค้าอยากให้เพิ่มรอบการส่งในตอนเช้า ทางร้านได้ทำการจัดส่งให้ตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ที่ทางร้านใส่ใจในความต้องการของลูกค้า

(2) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำคนที่ 2 ลูกค้าเล่าว่า ทางร้านมีการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว ซึ่งก่อนทำการจัดส่งจะมีการแจ้งว่าสามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้วันไหนบ้าง หากลูกค้าโอนเงินสั่งสินค้าภายในวันที่สั่งซื้อ โดยอยู่ในช่วงเวลาที่สามารถส่งของได้ทัน ทางร้านจะจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าในวันนั้นทันที และสินค้าจะส่งถึงมือลูกค้าได้ตรงตามวันเวลาที่ทางร้านแจ้งด้วย ส่วนการแพ็คสินค้าของทางร้าน ลูกค้ายังได้บอกกับทางร้านอีกว่า แพ็คสินค้าแน่นหนามาก และยกทำให้กล่องสินค้าไม่มีรอยยับ รอยบุบ

(3) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ ได้เล่าว่า ลูกค้าได้โอนเงินชำระค่าสินค้า ในการสั่งซื้อสินค้ากับทางร้านเวลา 16:00 น. ในอีก 30 นาที ไปรษณีย์จะปิดทำการ ถ้าเป็นร้านอื่นจะขยอการส่งสินค้าเป็นวันถัดไป ซึ่งทางร้านได้แจ้งกับลูกค้าว่าจะรีบจัดส่งสินค้าให้ภายในวันนี้ และแจ้งวันที่ลูกค้าจะได้รับสินค้าที่แน่นอน ทำให้ลูกค้าชอบที่ทางร้านใส่ใจในการส่งสินค้า

Dream

ทางร้านอยากที่จะให้ลูกค้าได้มั่นใจที่สุดว่ามีการส่งสินค้าจริง ถึงแม้ว่าการส่งสินค้านอกกรอบหรือส่งสินค้าเร็วและช้ากว่าปกติจะทำให้ทางร้านอาจจะต้องเสียเวลาในการส่งเพิ่มมากขึ้น แต่ก็อยากให้ลูกค้าประทับใจที่ได้รับสินค้าจากทางร้านรวดเร็ว

Design

ปกติทางร้านจะมีการจัดส่งสินค้าเพียง 1 รอบต่อวัน คือ ช่วงเวลา 16.00 น. แต่เพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจของลูกค้า เพราะมีลูกค้าบางท่านจะสะดวกโอนเงินหลังจากสั่งซื้อในช่วงเช้า และช่วงบ่าย ดังนั้น ทางร้านจะมีการจัดส่งสินค้าออกเป็น 2 ช่วง คือ หากลูกค้าโอนก่อน 11.00 น. จะจัดส่งในรอบเช้า และหากลูกค้าโอนเงินในก่อน 17.00 น. จะจัดส่งในรอบเย็น

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้สอบถามลูกค้าทุกครั้งว่าต้องการให้ส่งสินค้าด่วนหรือไม่แล้วจึงแจ้งว่าทางร้านมีการส่งสินค้า 2 รอบ คือ รอบเช้า และรอบเย็น จากเดิมที่มีการส่งรอบเดียว

ประเด็นที่ 5: Appreciative Inquiry กับการจัดโปรโมชั่นลดราคา การแจกนาฬิกา **Limited** รุ่นยอดฮิต หรือแจกรางวัลต่าง ๆ

Discovery

(1) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำคนที่ 1 ลูกค้าซื้อซ้ำคนที่ 3 และ ลูกค้าซื้อซ้ำคนที่ 10 ลูกค้าได้แนะนำให้ทางร้านจัดโปรโมชั่นหรือกิจกรรม เช่น แจกของรางวัลเป็นนาฬิกา รุ่น Limited นาฬิกา รุ่นยอดฮิต โดยทางร้านเห็นว่าเป็นคำแนะนำที่ดีเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทางร้านและลูกค้า เพราะทางร้านไม่เคยจัดโปรโมชั่นและจัดกิจกรรมใด ๆ จึงเห็นว่าน่าสนใจที่จะนำไปทำเป็นโครงการ

(2) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำคนที่ 4 ทางร้านได้สอบถามลูกค้าว่า มีร้านนาฬิกาในดวงใจหรือไม่ ลูกค้าบอกว่า เคยสั่งซื้อสินค้ากับทางเว็บ Lazada เพราะมีสินค้าให้เลือกเยอะ มีความหลากหลาย มีร้านค้าหลายร้านให้เปรียบเทียบราคา ซึ่งมีราคาถูกกว่าในห้างสรรพสินค้า แต่ต้องตรวจสอบให้ดีก่อนจะตัดสินใจซื้อร้านนั้นๆ ว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด ได้รับสินค้าจริงหรือไม่ ถึงแม้ว่าจะเป็นสินค้านี้ห้อยเดียวกัน ชนิดเดียวกัน แต่ราคาสินค้าที่ขายทางเว็บ Lazada กลับถูกกว่าราคาในห้างสรรพสินค้ามาก การส่งสินค้ามีบริการการจัดส่งถึงหน้าบ้าน ซึ่งสินค้าบางอย่างสามารถเลือกวิธีการชำระเงินแบบเก็บเงินปลายทาง โดยที่ได้รับสินค้าแล้วจึงทำการชำระเงินกับพนักงานส่งสินค้า ทำให้ไม่เสี่ยงที่จะไม่ได้รับสินค้าอีกด้วย อีกทั้งยังมีการจัดโปรโมชั่นลดราคาออกมาเรื่อย ๆ ทำให้มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก จากที่ลูกค้าได้เล่ามา ทางร้านคิดว่าควรที่จะมีระบบเก็บเงินปลายทาง เพื่อเป็นทางเลือกในการชำระเงินให้กับลูกค้าและเพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจในการซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้น เนื่องจากลูกค้าบางท่านยังกังวลกับการซื้อสินค้าออนไลน์ ทำให้ไม่กล้าสั่งซื้อ ในอนาคตทางร้านอาจจะนำมาประยุกต์เพื่อใช้เป็นทางเลือกหนึ่งในการบริการของทางร้าน

Dream

การที่ทางร้านมีโปรโมชั่นเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น การแจกนาฬิกาเป็นของรางวัลตอบแทนลูกค้าที่เคยซื้อสินค้า จะทำให้ลูกค้าประทับใจและอาจจะมีการแนะนำบอกต่อให้มาซื้อสินค้ากับทางร้านเพิ่มขึ้น

Design

(1) สำหรับการแจกนาฬิกา รุ่น Limited รุ่นยอดฮิต ทางร้านจะโพสต์ใน Facebook ของร้านเพื่อให้ลูกค้าและบุคคลทั่วไป ได้เข้ามาร่วมกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการกด Like กด Share กดตั้งค่าเป็น Public และ Cap รูปภาพที่ร่วมกิจกรรมมาโพสต์ลงใต้ภาพกิจกรรมนั้น จากนั้นทางร้านจะจับสลากผู้โชคดีมา 1 คน แล้วทำการประกาศผลในหน้า Facebook ของร้าน

(2) การแจกของแถมเล็ก ๆ น้อย ๆ ทางร้านจะมีการจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าหรือผู้ที่สนใจได้ทราบว่า ในการสั่งซื้อนาฬิกา รุ่นใดก็ได้ จะแถมฟรีวงกุญแจรูปนาฬิกา เป็นเวลา 1 เดือน หรือจนกว่าของจะหมด โดยจะโพสต์ใน Facebook ของร้านให้ลูกค้าและบุคคลทั่วไปได้ทราบถึง โปรโมชั่นที่ทางร้านจัดทำขึ้น

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้จัดหาสินค้าหรือของแถม มาออกแบบการจัด โปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่และเพื่อให้ลูกค้าเก่าประทับใจ

ประเด็นที่ 6: Appreciative Inquiry กับการใช้ใจให้คำแนะนำลูกค้า

Discovery

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าเกี่ยวกับการบริการของทางร้าน

(1) ลูกค้าซื้อชิ้นที่ 3 เล่าว่า ตนเองอยากได้นาฬิกาที่เป็นของผู้หญิงหนึ่งเรือน แต่ตัดสินใจเลือกไม่ได้ซักทีว่าจะซื้อรุ่นไหน ซึ่งปกตินิสัยผู้หญิงเวลาเลือกซื้อของจะใช้เวลาในการตัดสินใจนาน ลูกค้าจึงให้ทางร้านช่วยเลือก ให้ โดยทางร้านจะถามความต้องการของลูกค้าและให้ลูกค้าจะแจ้งรายละเอียดมาว่า อยากได้รุ่นและสีประมาณไหน มีขนาดข้อมือใหญ่หรือเล็ก เป็นคนผิวสีอะไร มีงบประมาณเท่าไร และทางร้านได้ถามลูกค้าไปอีกว่า มีรูปสินค้าตัวอย่างหรือไม่ ถ้ามีจะทำให้ทางร้านเลือกช่วยได้เร็วขึ้น แต่ถ้าไม่มี ก็จะเป็นหน้าที่ของทางร้านในการเลือกนาฬิกา รุ่นที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และทางร้านจะไม่พูดเชียร์ให้ลูกค้าซื้อสินค้ารุ่นใดรุ่นหนึ่งในทันที แต่จะอธิบายรายละเอียดด้วยว่าสินค้าแต่ละรุ่นมีความต่างกันอย่างไร เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจ และตัดสินใจง่ายขึ้น

(2) ลูกค้าซื้อชิ้นที่ 4 เล่าว่า ทางร้านมีความเอาใจใส่ลูกค้าดี คือ ไม่ว่าจะลูกค้าจะสงสัยอะไร ทางร้านก็อธิบายข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ที่ลูกค้าอยากรู้จนเข้าใจ เช่น ตอนที่ลูกค้าซื้อสินค้าเรือนแรก แล้วมีปัญหาเรื่องการตั้งเวลา คือ ลูกค้าอยากตั้งเวลาใหม่แต่ตั้งไม่เป็น เพราะเป็นนาฬิกาเรือนแรก เลยติดต่อกลับมาสอบถามกับทางร้าน ซึ่งทางร้านก็อธิบายวิธีตั้งเวลาแล้ว แต่ลูกค้าก็ยังไม่เข้าใจ ทางร้านจึงส่งวิธีการตั้งเวลาที่เป็นรูปภาพไปให้ลูกค้าลองทำดู แต่ลูกค้าก็ยังทำไม่ได้

ดังนั้นทางร้านจึงขอเบอร์และโทรหาลูกค้าทันที โดยบอกไปที่ละชั้นตอนจนลูกค้าสามารถตั้งเวลาเองได้

(3) ลูกค้าซื้อซ้ำคนที่ 8 เล่าว่า ทางร้านบริการดี คือ เวลาที่ลูกค้าสอบถามรายละเอียดของสินค้าเข้ามา ทางร้านจะตอบรวดเร็ว ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ารอนานาน ได้คำตอบที่รวดเร็วดี เพราะลูกค้าเคยมีประสบการณ์ในการสั่งซื้อสินค้าจากร้านอื่นมาก่อน คือ สอบถามรายละเอียดไปแล้ว ซึ่งร้านนั้นตอบช้ามากส่วนเวลาพูดคุยกับทางร้าน ลูกค้ารู้สึกมีความเป็นกันเองในการพูดคุยเรื่องรายละเอียดสินค้า ทำให้เข้าใจได้ง่าย ข้อมูลบางอย่างลูกค้าเพิ่งทราบจากทางร้าน เช่น เรื่องกรอบสายนาฬิกา ลูกค้าไม่เคยทราบมาก่อนว่านาฬิกาทุกรุ่น สามารถเปลี่ยนกรอบสายที่มีสีสนใหม่ ๆ นอกจากสีเดิมได้ โดยหลังจากลูกค้าได้ชินแบบนี้ก็ชอบมาก เพราะ ถ้าเบื้อสีนาฬิกาเรือนเดิม หรือใช้ไปแล้วสายเกิดฉีกขาด ถลอก ก็เพียงแค่เปลี่ยนกรอบสายอย่างเดียว แทนที่จะซื้อเรือนใหม่ ทำให้ประหยัดเงินในกระเป๋าอีกด้วย

จากการสัมภาษณ์ทำให้พบว่า การที่ทางร้านดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำข้อมูลสินค้ากับลูกค้าเป็นอย่างดี จะช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้เหมาะสมกับความต้องการของตนเองได้

Dream

ทางร้านต้องการให้บริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจมากที่สุด โดยจะมีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งาน เหมาะสมกับบุคลิกและสีผิว เพื่อที่จะให้ลูกค้าได้ใส่สินค้าได้อย่างมั่นใจและมีความสุข

Design

(1) หากลูกค้ามีการสั่งซื้อนาฬิกา โดยบอกสีและรุ่นมา ซึ่งลูกค้ามีรุ่นที่สนใจอยู่แล้ว และมีความรู้เกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ทางร้านจะรีบจัดส่งสินค้าให้อย่างรวดเร็ว แต่ถ้าลูกค้าต้องการให้ทางร้านแนะนำรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้า เช่น รุ่น คุณสมบัติ สี ในแต่ละรุ่นในกรณีที่ลูกค้าไม่ทราบ

(2) จากนั้นทางร้านจะถามว่า ลูกค้าอยากจะนำไปใช้งานลักษณะอย่างไร ใส่ไปทำงาน ไปเที่ยว หรือออกกำลังกาย

(3) หากลูกค้ายังเลือกไม่ได้ ทางร้านจะแนะนำรุ่น สี คุณสมบัติ ให้ก่อนตามลำดับ เพื่อให้เหมาะกับการใช้งานของลูกค้า

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าอย่างละเอียด เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในตัวสินค้าและประทับใจในการบริการของทางร้าน

ประเด็นที่ 7: Appreciative Inquiry กับการมีสินค้าหลากหลายและพร้อมส่ง

Discovery

(1) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ ลูกค้าส่วนใหญ่เล่าว่า ทางร้านมีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกเกือบทุกรุ่น เวลาลูกค้าสนใจนาฬิกา รุ่นใด ทางร้านก็มีสินค้าพร้อมส่งทั้งของผู้ชายและผู้หญิง

(2) ลูกค้าซื้อประจำคนที่ 8 เล่าว่า เวลาที่ลูกค้าต้องการซื้อสินค้า ลูกค้าก็อยากจะซื้อทันที และอยากได้สินค้าเร็ว ๆ โดยทางร้านมีสินค้าตรงตามต้องการลูกค้า ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลารอนาน หากเปรียบเทียบกับร้านอื่นที่อาจจะไม่มีสินค้าเพียงบางรุ่น มีให้เลือกน้อย ทำให้ไม่มีสินค้าพร้อมส่งในทันที ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้าต้องรอนาน

(3) ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ คนที่ 10 เล่าว่า ลูกค้าตัดสินใจสั่งซื้อนาฬิกากับทางร้าน เนื่องจากทางร้านมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และลูกค้าชอบที่ได้เห็นสินค้าจริง เพราะลูกค้าเคยรับสินค้ากับทางร้าน แล้วลูกค้าสนใจสินค้า 2 เรือน แต่ลูกค้ายังเลือกไม่ได้ว่าจะซื้อเรือนไหน ทางร้านจึงนำสินค้าทั้ง 2 เรือน ไปให้ลูกค้าชมและให้ลองสวมใส่ เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

Dream

ทางร้านอยากมีสินค้าหลากหลาย ไม่ว่าจะรุ่นของผู้ชายและผู้หญิง อยากให้มีสินค้าครบทุกรุ่น เพื่อให้ลูกค้าได้มีตัวเลือกในการตัดสินใจซื้อ

Design

ทางร้านจะจัดบันทึกสินค้าที่เป็นรุ่นใหม่ รุ่นหายาก และรุ่นยอดนิยม เพื่อที่จะได้ตั้งสินค้า ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และสำหรับรุ่นที่เป็นที่นิยม ทางร้านจะสต็อกสินค้าให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าได้เพียงพอ

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้จัดหาสินค้ามาไว้ให้หลากหลายทั้งรุ่นของผู้ชายของผู้หญิง เพื่อตอบสนองได้ตรงตามความต้องการลูกค้า

ประเด็นที่ 8: Appreciative Inquiry กับความมั่นใจของลูกค้า

Discovery

(1) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าประจำ เล่าว่า ลูกค้ามีความไว้วางใจทางร้าน เพราะหลังจากซื้อเรือนแรกไปแล้ว ลูกค้าได้รับสินค้าจริง สินค้าที่ได้รับเป็นของแท้ ตรงตามที่ทางร้านแจ้งไว้ และมีการส่งสินค้าที่แน่นอน หลังจากที่ถูกซื้อสินค้ามา 4 เรือน ทางร้านส่งสินค้าให้ลูกค้า เป็นปกติไม่มีปัญหาใด ๆ เลยทำให้ลูกค้าไม่ได้กังวลว่าทางร้านจะโกงลูกค้า และการทำให้ลูกค้าประทับใจแล้วกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง จนเป็นลูกค้าซื้อประจำของทางร้าน คือ การที่ทางร้านมีสินค้าตรงตามต้องการ และลูกค้าได้รับสินค้าตามที่สั่งซื้อ จนทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในการบริการของทางร้าน

(2) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อคนที่ 3 เล่าว่า ก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าเคยเห็นสมาชิกในกลุ่ม G-Shock บางคน มาขอเครดิตซื้อร้าน เพื่อถามลูกค้า เกี่ยวกับกลุ่มที่เคยซื้อสินค้ากับทางร้าน ว่าทางร้านมีการขายสินค้าจริง และส่งสินค้าจริงหรือไม่ แล้วลูกค้าเก่าที่เคยซื้อสินค้ากับทางร้านก็มาให้เครดิตทางร้านเยอะมาก ลูกค้าเลยมั่นใจว่าทางร้านส่งสินค้าจริงไม่โกง

(3) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อคนที่ 4 เล่าว่า การที่ทางร้านซื้อตรง ไม่โกง และไม่นำสินค้าปลอมมาขายให้ลูกค้า ไม่ผิดคำพูด คือ ทางร้านแจ้งกับลูกค้าว่าจะส่งสินค้าวันไหน ก็ส่งให้ลูกค้าภายในวันนั้น ตามที่แจ้งกับลูกค้า

(4) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อคนที่ 8 เล่าว่า ก่อนลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าได้เข้าไปดูรีวิวประวัติการซื้อของลูกค้าเก่า โดยมีลูกค้าเก่ามาแสดงความคิดเห็นว่า ทางร้านมีการส่งสินค้าจริง และลูกค้าเก่าบางคนได้แสดงความคิดเห็นในเพจร้านว่า สั่งซื้อกับร้านนี้ได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้ว เลยทำให้ลูกค้าคิดว่าทางร้านน่าจะส่งสินค้าซัวร์ ส่วนคุณภาพสินค้าที่ได้รับ คือ สินค้าที่ซื้อจากทางร้านจะได้รับครบตามที่แจ้ง เช่น อุปกรณ์ครบสมบูรณ์ สินค้าไม่มีตำหนิหรือชำรุด เพราะหากมีความชำรุด เช่น กล้องยับ ทางร้านจะแจ้งลูกค้าก่อนเสมอ ไม่ใช่ส่งสินค้ามาแล้วลูกค้ามารู้ตอนได้รับสินค้า อีกทั้งทางร้านมีความซื่อสัตย์ คือ หลังจากส่งสินค้าแล้ว ทางร้านจะแจ้งเลข EMS ให้ลูกค้าทันที เพื่อที่ลูกค้าจะสามารถเช็คสถานะของสินค้าได้ว่าทางร้านมีการส่งสินค้าจริง

Dream

การที่ลูกค้ามีความมั่นใจ และเชื่อมั่นกับทางร้าน จะทำให้ลูกค้าอยากกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง และการขายสินค้าออนไลน์ในเรื่องความมั่นใจถือเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นทางร้านต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจทุกครั้งก่อนที่จะสั่งซื้อสินค้า

Design

(1) ทางร้านจะลงรูปลูกค้าเก่าที่เคยสั่งซื้อและได้รับสินค้าแล้วลงในเพจร้าน เพื่อให้ลูกค้าใหม่ที่ยังไม่ไว้วางใจได้เห็นจะได้ทราบว่าทางร้านมีการส่งสินค้าจริง ลูกค้าได้รับสินค้าจริง

(2) ทางร้านจะมีใบรับประกันสินค้า 1 ปี ทุกเรือนให้กับลูกค้าทุกคนที่ซื้อสินค้ากับทางร้าน และเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในตัวสินค้า ในกรณีที่สินค้าเกิดมีปัญหา

(3) ทางร้านจะถ่ายรูปกล่องพัสดุที่มีการแพ็คสินค้าไว้แล้วที่พร้อมส่ง และเลขเช็คสินค้า EMS ทุกวันในเพจร้านเพื่อให้ลูกค้าทราบว่ามีการส่งสินค้าจริง

(4) ลูกค้าสามารถอ่านรีวิวการซื้อขายสินค้าของลูกค้าเก่าได้ในหน้า Facebook และสามารถขอเครดิตประวัติการซื้อขายสินค้าของทางร้านในกลุ่ม G-Shock ต่าง ๆ ได้ เพื่อให้ลูกค้าเชื่อใจและมั่นใจ

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้แจ้งกับลูกค้าทุกครั้งก่อนที่มีการซื้อขายว่าสินค้าที่ทางร้านขายเป็นสินค้าของแท้ 100% และทางร้านมีการรับประกันสินค้า 1 ปี

ประเด็นที่ 9: Appreciative Inquiry กับการเป็นกันเองของทางร้าน

Discovery

(1) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าประจำ คนที่ 4 เล่าว่า เวลาที่ลูกค้าสอบถามราคาสินค้ากับทางร้าน ลูกค้ามีความรู้สึกว่าคุณคุยกันถูกคอ ทางร้านคุยเป็นกันเองดี พูดเพราะ และชอบพูดติดตลกด้วย ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและบรรยากาศการพูดคุยมีความเป็นกันเองมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าลูกค้าจะสอบถามเรื่องอะไรก็ตาม ก็ถามได้อย่างสบายใจ ไม่เหมือนร้านอื่น ๆ ที่ไม่ค่อยใส่ใจลูกค้า ไม่อ้อลูกค้า เพราะคิดว่ายังไร้นั่นเองก็ขายได้อยู่แล้ว

(2) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ คนที่ 7 เล่าว่า ลูกค้าได้เดินทางมาจากต่างจังหวัด เพื่อมาทำงานในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งอยู่นอกเมืองประมาณ 15 กิโลเมตร วันนั้นลูกค้าพักที่โรงแรม Gallery แดวบีงแก่นนคร โดยลูกค้าตั้งใจจะนัดรับสินค้ากับทางร้าน โดยลูกค้าได้บอกชื่อโรงแรมและถามทางร้านว่าสามารถมาส่งสินค้าให้ได้หรือไม่ เพราะลูกค้าไม่ใช่คนใน

พื้นที่และไม่ค่อยชำนาญเส้นทาง เมื่อตกลงกันได้แล้ว ทางร้านจึงตัดสินใจที่จะไปส่งสินค้าให้ลูกค้าถึงที่

(3) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 3 เล่าว่า เวลาพูดคุยกับเจ้าของร้านรู้สึกเหมือนคุยกับเพื่อนที่มากกว่า และถ้ามีสินค้ารุ่นไหนที่ราคาใกล้เคียงกันหรือดีกว่า ทางร้านก็จะแนะนำเพิ่มให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการซื้อมากขึ้น

Dream

ทางร้านอยากให้ลูกค้าที่มาสั่งซื้อสินค้าได้รับความเป็นกันเอง ไม่ว่าจะเป็นการพูดที่นุ่มนวล การใช้ภาษาที่สุภาพ เพราะบางทีหากพูดห้วน ๆ อาจทำให้ลูกค้าคิดว่าต้องซื้อทันทีที่ลูกค้าบางคน อาจจะอยากทราบรายละเอียดและราคาก่อน ซึ่งทำให้ลูกค้าไม่มีเวลาในการตัดสินใจ แต่หากทางร้านมีการพูดจาดีมีการชวนคุยลูกค้าก็อาจจะผ่อนคลาย ถ้าพูดได้ตอบหรืออาจจะต่อราคา ซึ่งถ้าต้องลดไม่มากทางร้านก็ยินดีจะลดให้เพื่อลูกค้าพึงพอใจ

Design

(1) ถ้าเป็นลูกค้าเก่าทางร้านก็จะเริ่มบทสนทนาให้ดูเป็นกันเองคือ ถามว่าตอนนี้เป็นอย่างไบบ้าง สนใจรุ่นไหนวันนี้ รุ่นเดิมที่ใส่ไปเป็นอย่างไรมีปัญหาอะไรบ้าง

(2) ถ้าเป็นลูกค้าใหม่ทางร้านอาจจะถามว่าสนใจรุ่นไหน แล้วอาจจะชวนคุยว่าตอนนี้รุ่นนี้ฮิตมีดารานักร้องคนนี้เป็นพรีเซนเตอร์ และอาจจะถามลูกค้าด้วยว่าชอบคนไหนเป็นพิเศษไหม

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้พูดคุยกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง เพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่อึดอัดหรือเกรงใจที่จะสอบถามเกี่ยวกับตัวสินค้า

ประเด็นที่ 10: Appreciative Inquiry กับการเพิ่มลูกค้าจากกลุ่มใหม่

Discovery

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อคนที่ 4 ลูกค้าแนะนำว่า อยากให้ทางร้านขยายการขายสินค้า เข้าไปในกลุ่ม G-Shock กลุ่มอื่น ๆ ให้มากยิ่งขึ้น เพราะคนในกลุ่มอื่น ๆ บางคนอาจจะยังไม่เคยซื้อสินค้ากับทางร้าน เลยอยากให้คนอื่นได้ซื้อสินค้าที่ราคาถูก และเป็นของแท้ 100%

Dream

ทางร้านอยากให้ผู้ลูกค้ากลุ่มคนที่รักและสนใจ G-Shock & Baby-G ได้ซื้อสินค้าในราคาที่ไม่แพงมากและสินค้าเป็นของแท้ 100%

Design

จะขอคำร้องเข้าไปยังกลุ่ม G-Shock อื่นๆ ที่ยังไม่ได้เข้าไป เพื่อที่จะสมัครเข้าไปเป็นผู้ขายในกลุ่มนั้นๆ โดยมีการส่งเอกสาร โดยการถ่ายรูปบัตรประชาชน ทะเบียนบ้าน สมุดบัญชีธนาคาร เพื่อยืนยันว่าเป็นผู้ขายที่มีตัวตนอยู่จริง ทำให้การซื้อขายมีความปลอดภัยกันมากขึ้น โดยอาจจะมีการแนะนำตัวเพื่อให้คนในกลุ่มใหม่รู้จักในตัวตนของทางร้านมากยิ่งขึ้น

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้ตรวจสอบว่า มีกลุ่ม G-Shock กลุ่มใด ที่ยังไม่เข้าร่วมการเป็นสมาชิก แล้วยืนยันการเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้น ๆ ให้เรียบร้อย แล้วดำเนินการขายเหมือนกับกลุ่มอื่น ๆ

ประเด็นที่ 11: Appreciative Inquiry กับบริการขายสินค้าช่วยเหลือลูกค้าเก่าDiscovery

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 6 ลูกค้าเล่าว่า มีความประทับใจร้านขายรองเท้าร้านหนึ่งในอินสตาแกรม คือ ลูกค้าซื้อสินค้าไปแล้ว แต่ลูกค้าใส่ไม่ได้ เนื่องจากรองเท้าหลวมจนเกินไป เวลาเดินทำให้ไม่มั่นใจ ลูกค้าเลยติดต่อกลับไปหาทางร้านที่ซื้อ ว่าอยากจะเปลี่ยนคู่ใหม่ที่ไซส์เล็กกว่าเดิม สามารถเปลี่ยนได้ไหม หรือถ้าเปลี่ยนไม่ได้ สามารถฝากทางร้านขายได้ไหม เนื่องจากทางร้านมีนโยบายซื้อสินค้าแล้วไม่รับคืน แต่ก็ลงประกาศขายรองเท้าช่วยเหลือลูกค้าจนกระทั่งขายได้ ลูกค้าจึงเกิดความประทับใจร้านนี้ จนเป็นลูกค้าซื้อประจำ ซึ่งหลังจากทางร้านได้ฟังจากที่ลูกค้าเล่ามา ทำให้ทางร้านอยากนำวิธีนั้นมาใช้กับลูกค้าในร้าน เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจและนำไปบอกต่อกับลูกค้าท่านอื่นอีกด้วย

Dream

ช่วยขายสินค้าให้ลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าอยากขายสินค้าเพื่อนำไปซื้อเรือใหม่ หรือมีความจำเป็นที่ต้องใช้เงิน

Design

หากมีลูกค้าที่สนใจอยากขายนาฬิกามือสอง หรือเป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่ผ่านการใช้งาน ซึ่งไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้แล้ว อยากจะให้ทางร้านช่วยขายให้ก็ทำการส่งนาฬิกามาให้ทางร้าน และพูดคุยรายละเอียดสินค้า ราคาตามที่ลูกค้าต้องการ โดยที่ทางร้านไม่คิดค่าบริการใด ๆ

เพราะเป็นบริการพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า ซึ่งหากมีการขายสินค้าได้แล้ว ทางร้านจะขอหักค่าส่งสินค้าตามจริงอย่างเดียว แล้วโอนเงินส่วนที่เหลือทั้งหมดคืนให้แก่ลูกค้า

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นตัวกลางในการขายสินค้าให้ลูกค้าใหม่ที่สนใจสินค้าของลูกค้าเก่า

ประเด็นที่ 12: Appreciative Inquiry กับการตอบลูกค้าให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

Discovery

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าทั้งหมด 30 คน พบว่า มีลูกค้า 3 คน คือ ลูกค้าซื้อประจำคนที่ 1 กับคนที่ 3 และลูกค้าบอกต่อคนที่ 5 ได้แนะนำว่า อยากให้ทางร้านปรับปรุงการตอบลูกค้าให้รวดเร็วยิ่งขึ้น เนื่องจากบางครั้งทางร้านตอบช้า ซึ่งเข้าใจว่าทางร้านอาจจะติดธุระและไม่ว่างตอบในทันที โดยอาจจะทำให้เสียโอกาสในการขายได้ หรือเพราะมีร้านอื่นที่ขายสินค้าเหมือนกันอาจจะตอบรวดเร็วทันใจกว่า

Dream

การที่ทางร้านสามารถตอบลูกค้าได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น จะช่วยให้ทางร้านไม่เสียโอกาสในการขาย ยกตัวอย่างเช่น มีวันหนึ่งที่ทางร้านไม่สามารถตอบลูกค้าได้ เพียงแค่ 5 นาที หลังจากนั้นทางร้านได้ตอบลูกค้ากลับไป เพื่อที่จะถามว่า สนใจรุ่นนี้ใช่ไหมคะ มีของพร้อมส่งนะคะ แต่ลูกค้ากลับตอบมาว่า ซื้อกับร้านอื่นแล้วครับพอดีทางร้านตอบช้าเกินไป

Design

อาจจะตั้งค่า Facebook ให้มีการตอบกลับแบบอัตโนมัติ และทางร้านค่อยมาตอบคำถามในภายหลัง เช่น หากมีลูกค้าสนใจสอบถามการซื้อสินค้าเข้ามา ก็ตั้งค่าให้มีข้อความตอบกลับแบบอัตโนมัติหาลูกค้าทันทีว่า สนใจสินค้าตัวไหนคะ หากลูกค้าต้องการสินค้าด่วนให้ติดต่อที่เบอร์มือถือของร้านทันทีนะคะ

Destiny

มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้ออกแบบข้อความการตอบกลับหาลูกค้าให้รวดเร็วมากขึ้น โดยใช้การตอบข้อความอัตโนมัติของทาง Facebook ซึ่งข้อความต้องมีความเป็นกันเอง กระชับและเข้าใจได้ง่าย

1.5 สรุปผลจากการดำเนินการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ ลูกค้าซื้อประจำ และลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ เพื่อให้ได้ประสบการณ์เชิงบวกที่เกี่ยวกับร้าน ABC SHOP ดังนี้

ลูกค้าผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 30 คนจะเป็นลูกค้าที่มีการซื้อสินค้ากับทางร้าน ABC SHOP จริงประกอบด้วย ลูกค้าซื้อซ้ำ 10 คน ลูกค้าซื้อประจำ 10 คน ลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ 10 คน และจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

1.5.1 คำถาม ลูกค้ามีร้านขายนาฬิกาในดวงใจไหมคะ?

ตารางที่ 8 สรุปผลจากการสัมภาษณ์คำถามที่ 1

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
มี	20	66.67
ไม่มี	10	33.33
รวม	30	100

จากตารางที่ 8 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีร้านขายนาฬิกาในดวงใจจำนวน 20 คนหรือร้อยละ 66.67 และลูกค้าไม่มีร้านขายนาฬิกาในดวงใจจำนวน 10 คนหรือร้อยละ 33.33

1.5.2 คำถาม ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ?

ตารางที่ 9 สรุปผลจากการสัมภาษณ์คำถามที่ 2

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่ม G-Shock	14	42.42
Facebook ของทางร้าน	13	39.40
มีคนแนะนำ	4	12.12
Google	2	6.06
รวม	33	100

จากตารางที่ 9 พบว่า ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ผ่านทางกลุ่ม G-Shock คิดเป็นร้อยละ 42.42 รู้จักผ่าน Facebook ของทางร้าน คิดเป็นร้อยละ 39.40 รู้จักเพราะมีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 12.12 และรู้จักผ่านทาง Google คิดเป็นร้อยละ 6.06

1.5.3 คำถาม อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการร้าน ABC SHOP ทั้งที่มีร้านขายนาฬิกาหลายร้าน?

ตารางที่ 10 สรุปผลจากการสัมภาษณ์คำถามที่ 3

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าร้านอื่น	18	35.30
ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ	14	27.45
สินค้าเยอะ หลากหลาย	7	13.72
บริการเป็นกันเอง	7	13.72
เปิดประมูลนาฬิกาบ่อยๆ	3	5.89
ราคาต่อรองได้	2	3.92
รวม	51	100

จากตารางที่ 10 พบว่า สิ่งที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการร้าน ABC SHOP ทั้งที่มีร้านขายนาฬิกาหลายร้านมากที่สุดคือ การที่ราคาถูกกว่าร้านอื่น คิดเป็นร้อยละ 35.30 รองลงมาคือ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 27.45 การมีสินค้าเยอะ หลากหลาย และการบริการที่เป็นกันเองคิดเป็นร้อยละ 13.72 การที่ทางร้านเปิดประมูลนาฬิกาบ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 5.89 และการที่ราคาต่อรองได้ คิดเป็นร้อยละ 3.92

1.5.4 คำถาม หลังใช้บริการกับร้าน ABC SHOP ลูกค้าประทับใจอะไรบ้าง?

ตารางที่ 11 สรุปผลจากการสัมภาษณ์คำถามที่ 4

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
ส่งสินค้าจริง รวดเร็ว ตรงเวลา	21	28.38
สินค้ามีคุณภาพ ตรงตามที่แจ้ง	12	16.22
คนขายบริการดีเป็นกันเอง	10	13.51
ราคาต่อรองได้	7	9.46
ราคาถูก	7	9.46
สินค้าพร้อมส่ง	5	6.76
ความใสในการให้ข้อมูลกับลูกค้า	4	5.41

ตารางที่ 11 สรุปผลจากการสัมภาษณ์คำถามที่ 4 (ต่อ)

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
ของแท้ 100%	3	4.05
การพยายามหาสินค้าให้ลูกค้า	3	4.05
แพ็คเกจสินค้าดี	2	2.70
รวม	74	100

จากตารางที่ 11 พบว่า สิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจหลังใช้บริการกับร้าน ABC SHOP มากที่สุดคือ ส่งสินค้าจริง รวดเร็ว ตรงเวลา คิดเป็นร้อยละ 28.38 รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ ตรงตามที่แจ้ง คิดเป็นร้อยละ 16.22 คนขายบริการดีเป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 13.51 ราคาต่อรองได้ และราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 9.46 สินค้าพร้อมส่ง คิดเป็นร้อยละ 6.76 ความใส่ใจในการให้ข้อมูลกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 5.41 สินค้าเป็นของแท้ 100% และ การพยายามหาสินค้าให้ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 4.05 และสุดท้ายคือการทำร้านแพ็คเกจสินค้าดี คิดเป็นร้อยละ 2.70

1.5.5 คำถาม ลูกค้าอยากให้ทางร้าน ABC SHOP เพิ่มเติมหรือปรับปรุงอะไรบ้าง เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้น?

ตารางที่ 12 สรุปผลจากการสัมภาษณ์คำถามที่ 5

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
บริการดีอยู่แล้ว	9	39.13
อยากให้จัดโปรโมชั่น	7	30.43
อยากให้มีส่วนแถม	4	17.40
ตอบลูกค้าเร็วขึ้น	3	13.04
รวม	23	100

จากตารางที่ 12 พบว่า สิ่งที่ลูกค้าอยากให้ทางร้าน ABC SHOP เพิ่มเติมหรือปรับปรุงอะไรบ้าง เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้น คือ ลูกค้าบอกว่าทางร้านบริการดีอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมาคือ อยากให้มีการจัดโปรโมชั่น คิดเป็นร้อยละ 30.43 อยากให้มีส่วนแถม คิดเป็นร้อยละ 17.40 และลูกค้าอยากให้ทางร้านตอบลูกค้าเร็วขึ้น คิดเป็นร้อยละ 13.04

1.5.6 คำถาม ถ้ามีโอกาสแนะนำให้ เพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรบ้าง?

ตารางที่ 13 สรุปผลจากการสัมภาษณ์คำถามที่ 6

จุดรวม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าร้านอื่น	10	18.18
คนขายพูดดี เป็นกันเอง	8	14.55
เชื่อถือได้ ไว้วางใจได้	8	14.55
ส่งสินค้าจริง ส่งชัวร์	8	14.55
ส่งสินค้ารวดเร็ว	7	12.73
สินค้ามีคุณภาพ	5	9.09
ราคาต่อรองได้	4	7.26
สินค้าเยอะ หลากหลาย	3	5.45
สินค้าแท้ 100%	2	3.64
รวม	55	100

จากตารางที่ 13 พบว่า ถ้าลูกค้ามีโอกาสแนะนำให้ เพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน สิ่งที่ลูกค้าจะแนะนำมากที่สุดคือ แนะนำว่าทางร้านขายสินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น คิดเป็นร้อยละ 18.18 รองลงมาคือ คนขายพูดดี เป็นกันเอง เป็นร้านที่เชื่อถือได้ ไว้วางใจได้ และมีการส่งสินค้าจริง ส่งชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 14.55 มีการส่งสินค้ารวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 12.73 สินค้าที่ทางร้านขายมีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 9.09 ราคาต่อรองได้ คิดเป็นร้อยละ 7.26 สินค้าเยอะ หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 5.45 และเป็นสินค้าแท้ 100% คิดเป็นร้อยละ 3.64

จากผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เพื่อหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าร้าน ABC SHOP เริ่มจากการที่ลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักโดยการติดตามมาจากกลุ่ม G-Shock ต่างๆ และรู้จักทางร้านผ่านทางหน้า Facebook ของทางร้าน สิ่งที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการร้าน ABC Shop ลูกค้าส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับเรื่องราคาเป็นหลักเพราะทางร้านขายสินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น และเน้นเรื่องความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ เป็นการสนับสนุนการค้นพบในประเด็นที่ 8 Appreciative Inquiry กับความมั่นใจของลูกค้า ซึ่งทางร้านจะลงรูปที่ลูกค้าเก่าที่ได้รับสินค้าแล้วในหน้า Facebook ร้าน เพื่อที่ลูกค้าใหม่ที่ยังไม่ไว้วางใจได้เห็น ได้ทราบว่าทางร้านมีการส่งสินค้าจริง ลูกค้าได้รับสินค้าจริง ทางร้านมีใบรับประกันสินค้า 1 ปีไปให้ลูกค้าทุกคนที่ซื้อสินค้ากับทางร้านทุกเดือน เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ ทางร้านจะถ่ายรูปกล่องพัสดุที่มีสินค้าพร้อมส่ง และเลขเช็คสินค้า EMS ทุกวันในเพจร้าน เพื่อให้ลูกค้า

ทราบว่ามีคำสั่งซื้อจริง อีกทั้งลูกค้ายังสามารถเข้ามาอ่านรีวิวการซื้อสินค้าของลูกค้าเก่าที่แสดงความคิดเห็นได้ในหน้า Facebook ของทางร้าน และสามารถขอเครดิตประวัติการซื้อขายสินค้าในกลุ่ม G-Shock ต่างๆ ได้ด้วยเพื่อให้ลูกค้าเชื่อใจและมั่นใจ

ข้อสังเกตอีกประการจากการสัมภาษณ์พบว่า ประสบการณ์เชิงบวกที่ลูกค้ามีต่อทางร้านหลังใช้บริการ คือการส่งสินค้าจริง รวดเร็ว ตรงเวลา เป็นการสนับสนุนการค้นพบในประเด็นที่ 4 Appreciative Inquiry กับการส่งสินค้า โดยทางร้านจะให้ความสำคัญในเรื่องเวลาส่งสินค้า เพราะหากทางร้านยื่นยันจะส่งรอบเดียวเหมือนที่เคยทำมา อาจจะทำให้ไม่มีการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปได้ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่หากตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าแล้ว ก็อยากที่จะได้สินค้าอย่างรวดเร็ว โดยทางร้านจะพัฒนาระบบรอบการส่งสินค้าให้มีสองรอบเพิ่มขึ้น จากที่มีการส่งเพียงรอบเดียว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น

2. การวาดฝัน (Dream)

2.1 ลักษณะธุรกิจ

ร้าน ABC SHOP เป็นร้านขายนาฬิกาผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นร้านเล็ก ๆ ร้านหนึ่ง ร้านนี้เกิดขึ้นมาจากความชอบส่วนตัว ที่ชอบนาฬิกา G-Shock และ BaBy-G โดยเริ่มมาจากการเก็บเงินซื้อเองเรือนแรก เมื่อตอนเรียนปริญญาตรีปีแรก หลังจากใช้มาเกือบหนึ่งปีแล้ว รู้สึกเบื่อและอยากได้เรือนใหม่ เลยอยากขายจึงหาแหล่งซื้อขายสินค้ามือสองที่เป็นแหล่งขายนาฬิกามือสอง จนเจอเว็บที่ซื้อขายนาฬิกามือสองโดยเฉพาะ จึงได้โพสต์ขายนาฬิกา ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยน คือ นาฬิกาสามารถขายได้ราคาดี หากเปรียบเทียบกับการใช้งานเกือบ 2 ปีแต่ราคากลับลดลงไปเพียงไม่กี่ร้อยบาท จึงทำให้เจ้าของร้านสนใจที่จะนำมาขาย โดยแรก ๆ ซื้อมาเพียงไม่กี่เรือน แล้วมีคนขายแนะนำให้ขายใน Facebook ซึ่งตอนนั้นเรียกได้ว่าคนขายสินค้าในช่องทางออนไลน์น้อยมาก จากในกลุ่มที่คนอยู่เพียง 300-400 คนทางร้านสามารถขายสินค้าได้กำไรค่อนข้างสูง เพราะมีคนขายไม่กี่คน แต่ในปัจจุบันมีคนอยู่ในกลุ่มถึง 50,000 คน ทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากันระหว่างผู้ขายด้วยการขายสินค้าตัดราคาทำให้ยอดขายลดลง ทางร้านได้มีการสร้างเพจร้านขึ้นมาเพื่อเพิ่มช่องทางการขายที่ให้คนทั่วไปที่ไม่ใช่เฉพาะคนที่ชอบนาฬิกา G-Shock และ BaBy-G เท่านั้นเพื่อยอดขายจะเพิ่มมากขึ้น จากเหตุการณ์ดังกล่าวจึงทำให้เจ้าของร้านคาดหวังอยากที่จะขายสินค้าเหมือนเดิมแต่ขายในราคาที่ลูกค้าทุกคนสามารถจับต้องได้ และอยากจะทำบริการลูกค้าให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเอง เพราะเข้าใจความรู้สึกที่ว่าสินค้านั้นมีราคาสูงกว่าลูกค้าจะตัดสินใจซื้อได้ก็อยากจะทำให้ลูกค้าได้สินค้าคุณภาพ ราคาบริการที่ดีที่สุด ไม่อยากที่จะขายแล้วปิดการขายหลังขายเสร็จ แต่อยากที่จะขายสินค้าแล้วบริการให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นเพื่อน พี่ หรือคนในครอบครัวที่เวลามีปัญหาอะไรก็สามารถคอยปรึกษา

กัน ได้ หรือถ้าอยากได้นาฬิกาก็อยากจะให้คิดถึงร้านนี้เป็นร้านแรก ดังนั้นการกำหนดทิศทางและเป้าหมายของร้าน ABC SHOP จึงมีดังนี้

ชื่อธุรกิจ : ร้าน ABC SHOP

ประเภทธุรกิจ : ร้านขายนาฬิกา G-Shock และ Baby-G ออนไลน์

กลุ่มเป้าหมาย : ทุกเพศทุกวัย

วิสัยทัศน์ : 1) มุ่งมั่นที่จะเป็นร้านที่มีคนรู้จักมากขึ้น

2) เป็นร้านที่ลูกค้าประทับใจในการให้บริการที่ดีกว่าคู่แข่ง

3) เป็นร้านที่ลูกค้าเชื่อมั่น มั่นใจในสินค้าว่ามีคุณภาพ

พันธกิจ : 1) ให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นกันเอง พร้อมทั้งให้คำปรึกษาคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้ากับลูกค้าเป็นอย่างดี

2) ขายสินค้าที่มีคุณภาพและรับประกันสินค้าที่ขายทุกชิ้น

3) สามารถเพิ่มยอดขายได้

เป้าหมาย : 1) เพิ่มยอดขายให้ได้ 10% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

2) ลูกค้ารู้จักร้านมากขึ้นจากการบอกต่อของลูกค้าเก่า

(Connector)

3) รักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่

4) ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปด้วยความยั่งยืน

ในอนาคตหากจะพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น เติบโตมากขึ้นทางร้านคิดว่าควรมีการเปิดหน้าร้านในจังหวัดที่คนมีกำลังในการซื้อสินค้ามาก เช่น ขอนแก่น เพราะมีมหาวิทยาลัยที่มีนักศึกษามาก เศรษฐกิจดี หรือหนองคายที่กำลังจะมีการลงทุนเปิดเอเชียติกแห่งที่ 2 หลังจากที่นี่แห่งแรกคือกรุงเทพฯ ที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น เพื่อให้ทางร้าน ABC SHOP จะได้มีทั้งกลุ่มลูกค้าจากช่องทางออนไลน์ที่เป็นช่องทางหลัก และมีลูกค้าหน้าร้านเพิ่มเข้ามาให้มากขึ้น ซึ่งหลังจากที่ได้วาดฝันในสิ่งที่ต้องการจะให้เกิดกับธุรกิจแล้ว จากนั้นนำสิ่งที่ค้นพบ (Discovery) จากการสัมภาษณ์ประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้ามาวิเคราะห์หาจุดรวม (Convergences) และจุดโดดเด่น (Divergence) แล้วนำข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) และการวิเคราะห์ SOAR Analysis ที่เป็นจุดแข็งและโอกาสต่อธุรกิจมาวางแผนโครงการที่จะช่วยให้บรรลุ

เป้าหมายที่ตั้งไว้โดยสอดคล้องกับการวาดฝัน (Dream) เพื่อให้เป็นไปตามสิ่งที่ต้องการ โดยการวางแผนโครงการนั้นต้องอาศัยขั้นตอนการออกแบบ (Design) ดังนี้

3. การออกแบบ (Design)

3.1 การกำหนดแผนโครงการ / กิจกรรม

3.1.1 การกำหนดแผนโครงการระยะสั้น

(1) โครงการ “กด Like กด Share ตั้ง Public”

จุดประสงค์ เพื่อให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกกับทางร้าน และเพื่อให้คนทั่วไปรู้จักร้านมากขึ้นจากการแชร์ ซึ่งเป็นการทำการตลาดอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ยอดขายเพิ่มขึ้นในระยะสั้น คือในระยะเวลา 1 เดือน

Discovery: สิ่งที่ค้นพบ คือ ลูกค้าได้ร่วมสนุกในการชิงรางวัลเป็นนาฬิกาข้อมือชนิดนิยมนกับทางร้าน โดยลูกค้าจะรู้สึกสนุกและลุ้นว่าจะได้เป็นเจ้าของหรือไม่

Dream: วาดฝันว่าจากการกด Like กด Share ตั้ง Public นี้จะช่วยให้ทางร้านได้ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น และยังคนร่วมกิจกรรมนี้มาก คนก็ยังจะรู้จักและบอกต่อทางร้านมากขึ้น

Design: การแจ้งในเพจร้าน ABC SHOP ว่ามีกิจกรรมการแจกนาฬิกาข้อมือชนิดนิยมนฟรีใครก็สามารถเป็นเจ้าของได้เพียง กด Like กด Share ตั้ง Public และโพสต์ได้รูปนาฬิกาที่ทางร้านแจกฟรี โดยทางร้านจะสุ่มผู้โชคดีมา 1 ท่านจากการร่วมกิจกรรม

Destiny: มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้แจ้งในหน้า Facebook ร้านเพื่อให้ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้

ที่มา มาจากจุดโดดเด่นที่มีลูกค้าของทางร้านอยากให้มีการร่วมสนุกการจัดกิจกรรมในการแจกนาฬิกาข้อมือชนิดนิยมน

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มยอดขาย เพิ่มลูกค้าใหม่ เพื่อให้คนรู้จักทางร้านมากขึ้น และเพื่อให้ลูกค้าเก่าของทางร้านได้ร่วมสนุกกับทางร้าน

ผู้ดำเนินการ เจ้าของร้าน ABC SHOP

งบประมาณในการดำเนินงาน 4,290 บาท

ระยะเวลาในการดำเนินการ เริ่มดำเนินการ 1 กรกฎาคม 2559 จนถึง 31 กรกฎาคม 2559

สถานที่ หน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP

การวัดผลและประเมินผล ลูกค้าร่วมกิจกรรมมากขึ้นและยอดขายที่เพิ่มขึ้น

รายละเอียดโครงการ ทางร้านจะนำนาฬิกา G-Shock รุ่นยอดนิยม 1 เรือนมาโพสต์ในหน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP เพื่อให้ลูกค้าเก่าและคนทั่วไปที่ยังไม่เคยซื้อสินค้ากับทางร้านมาร่วมสนุกด้วยกัน โดยกิจกรรมนี้จะช่วยให้เพื่อนที่อยู่ใน Facebook เห็น และรู้จักทางร้านว่าขายสินค้าอะไร สินค้าน่าสนใจไหม ราคาเป็นอย่างไร เพื่อบางคนที่ชอบแต่ไม่รู้ว่าทางร้านขายราคาถูกและสินค้าเป็นของแท้ 100% จะได้มาสั่งซื้อหรือบางคนที่เพิ่งเห็นแล้วสนใจในคุณสมบัติราคา สีสันของนาฬิกาแล้วสนใจทางร้านก็อาจจะมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

วิธีดำเนินการ ทางร้านจะนำนาฬิกา G-Shock รุ่นยอดนิยม 1 เรือนมาโพสต์ในหน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP แล้วให้ผู้ที่สนใจทั้งที่เป็นลูกค้าและยังไม่ได้เป็นลูกค้ามา กด Like กด Share ตั้ง Public และโพสต์ได้รูปนาฬิกาที่ทางร้านแจกฟรี โดยทางร้านจะสุ่มผู้โชคดีมา 1 ท่านจากการร่วมกิจกรรม โดยหลังจากที่ได้ผู้โชคดีมาทางร้านจะจัดส่งสินค้าให้ทันที



ภาพที่ 7 โครงการ “กด Like กด Share ตั้ง Public”

(2) โครงการ “ชื้อนาฬิกาทุกวันนี้ แถมฟรีพวงกุญแจรูปนาฬิกา”

จุดประสงค์ เพื่อที่จะต่อยอดสิ่งที่ดี ๆ ที่ค้นพบในความต้องการของลูกค้า และเพื่อการเพิ่มยอดขายให้เห็นผลชัดเจนในระยะสั้น คือในระยะเวลา 1 เดือน

Discovery: สิ่งที่คุณพบ คือ ลูกค้าต้องการให้ทางร้านมีของแถมเล็กๆน้อยๆ สำหรับลูกค้าเก่าและมีลูกค้าที่อยากให้ทางร้านมีของเล็กๆน้อยๆให้ในวันสำคัญด้วยเช่น วันปีใหม่ วันวาเลนไทน์ เป็นต้น

Dream: คาดฝันว่าถ้าลูกค้าได้รับสินค้าแล้วเปิดมาเจอว่ามีพวงกุญแจสัญลักษณ์รูปนาฬิกา แถมด้วยลูกค้าน่าจะประทับใจในการขายสินค้าของทางร้านมากขึ้น

Design: การแจ้งให้ลูกค้ารับรู้โดยการจัดทำโปรโมชั่นชื่อนาฬิกาวันนี้ได้พวงกุญแจสัญลักษณ์รูปนาฬิกาแถมทุกเรือน โดยจะแจ้งให้ลูกค้ารับทราบไว้ที่หน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP

Destiny: มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้แจ้งรายละเอียดโครงการในหน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP

ที่มา มาจากจุดร่วมที่ลูกค้าต้องการให้มีการแจกของเล็กๆน้อยๆ ในช่วงเทศกาล

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจในการซื้อสินค้าเพราะนอกจากจะได้นาฬิกาแล้วยังมีของแถมเป็นพวงกุญแจรูปนาฬิกาสีสวยงามไม่ซ้ำใคร

ผู้ดำเนินการ เจ้าของร้าน ABC SHOP

งบประมาณในการดำเนินงาน

- พวงกุญแจสัญลักษณ์รูปนาฬิกา 200 ชิ้น X 25 บาท = 5,000 บาท

ระยะเวลาในการดำเนินการ เริ่มดำเนินการ 1 กรกฎาคม 2559 จนถึง 31 กรกฎาคม 2559

สถานที่ หน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP

การวัดผลและประเมินผล ผลตอบรับจากการที่ลูกค้าได้รับของแถมและยอดขายที่เพิ่มขึ้น

รายละเอียดโครงการ เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ทางร้านจะแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าทางร้านมีโปรโมชั่นในการชื่อนาฬิกาวันนี้แถมพวงกุญแจรูปนาฬิกาฟรีทุกเรือน โดยไม่จำกัดราคนาฬิกาชิ้นต่ำว่าราคาเท่าไร

วิธีดำเนินการ ทางร้านจะแจ้งในหน้าเพจ Facebook ของทางร้าน ABC SHOP ว่าตอนนี้มีโปรโมชั่นในการซื้อสินค้าว่าซื้อวันนี้แถมพวงกุญแจรูปนาฬิกาฟรีทุกเรือน โดยไม่จำกัดราคานาฬิกาขั้นต่ำให้ลูกค้าทราบเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าอยากซื้อนาฬิกามากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 8 โครงการ “ซื้อนาฬิกาวันนี้ มีพวงกุญแจรูปนาฬิกาแถมทุกเรือน”

(3) โครงการ “ซื้อคู่ถูกกว่า”

จุดประสงค์ เพื่อที่จะดึงดูดใจลูกค้าในการซื้อสินค้า และเพื่อเป็นการขายสินค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งการทำโครงการนี้จะช่วยเพิ่มยอดขายให้เห็นผลชัดเจนในระยะสั้น คือในระยะเวลา 1 เดือน

Discovery: สิ่งที่คุณพบ คือ ลูกค้าชอบเวลาที่ทางร้านลดราคาให้ลูกค้าเสมอเวลาซื้อสินค้า ซึ่งบางครั้งลูกค้าก็จะซื้อสินค้าพร้อมกันหลายๆเรือน

Dream: คาดฝันว่าลูกค้าจะพึงพอใจกับราคาที่ทางร้านลดให้ และทำให้ลูกค้าอยากที่จะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น จากเดิมที่จะซื้อแค่ 1 เรือน

Design: การแจ้งให้ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ทราบว่า ทางร้านจะจัด โปรโมชันในการซื้อคู่กันลูกค้า ในหน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP

Destiny: มอบหมายให้เจ้าของกิจการเป็นผู้คิดหาคำที่กระชับ ได้ใจความ น่าสนใจ และเข้าใจได้ง่าย เพื่อที่เวลาลูกค้าเห็นจะได้เข้าใจและสนใจในโปรโมชันที่ทางร้านจัดขึ้น

ที่มา มาจากจุดรวมที่ลูกค้าชอบที่ทางร้านขายสินค้าราคาไม่แพง ราคาถูกกว่าร้านอื่นและสามารถต่อรองราคาได้ง่าย

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกดีที่ซื้อสินค้าได้ราคาที่ไม่แพงหากเทียบกับร้านอื่น

ผู้ดำเนินการ เจ้าของร้าน ABC SHOP

งบประมาณในการดำเนินงาน -

ระยะเวลา เริ่มดำเนินการ 1 กรกฎาคม 2559 จนถึง 31 กรกฎาคม 2559

สถานที่ หน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP

การวัดผลและประเมินผล ผลตอบรับจากความสนใจของลูกค้า และยอดขายที่เพิ่มขึ้น

รายละเอียดโครงการ ทางร้านจะนำนาฬิกา G-Shock 1 เรือนและนำนาฬิกา รุ่น Baby-G 1 เรือนมาโพสต์ในหน้าเพจ Facebook ของร้าน ABC SHOP เพื่อให้ลูกค้าเก่า คนทั่วไปที่เคยซื้อและที่ยังไม่เคยซื้อสินค้ากับทางร้านทราบว่าทางร้านมีการจัดโปรโมชัน “ซื้อคู่ลูกค้า” โดยลูกค้าอาจจะซื้อนาฬิกาคู่กันเช่น G-Shock จับคู่กับ Baby-G, G-Shock จับคู่กับ G-Shock, Baby-G จับคู่กับ Baby-G ซึ่งลูกค้า 1 คนสามารถจับคู่ได้ไม่จำกัดจำนวนในการซื้ออาจจะซื้อ 1-2 คู่ก็ได้หรืออาจจะมากกว่า

วิธีดำเนินการ ทางร้านจะแจ้งในหน้าเพจ Facebook ของทางร้าน ABC SHOP ว่าในตอนนี้มีโปรโมชันในการซื้อสินค้าคู่กัน ลูกค้าสามารถซื้อคู่ลูกค้าซื้อเพียง 1 เรือน ได้โดยไม่

จำกัดจำนวนในการซื้อในแต่ละครั้งให้ลูกค้าทราบเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าอยากซื้อनाพิกามากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 9 โครงการ “ซื้อคู่ ถูกกว่า”

3.1.2 การกำหนดแผนโครงการระยะยาว

(1) โครงการ “เปิดหน้าร้าน”

วัตถุประสงค์

- เพื่อเพิ่มช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า
- เพื่อให้ลูกค้าได้มาเลือกซื้อสินค้า สามารถจับต้องสินค้าได้ แทนการซื้อออนไลน์ที่ไม่สามารถลองสวมใส่สินค้าได้

วิธีดำเนินการ

- ทางร้านจะสำรวจพื้นที่ ที่ติดถนน การเดินทางสะดวก มีคนพลุกพล่าน มีที่จอดรถเพียงพอ
- เปรียบเทียบค่าเช่า ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่ เพื่อหาทำเลในการเปิดหน้าร้านที่ดีที่สุด และเหมาะสมกับทางร้านมากที่สุด
- ออกแบบร้าน และตกแต่งร้าน
- ทำการโปรโมทร้าน โดยอาจจะทำป้ายหน้าร้าน และประชาสัมพันธ์ในเพจ Facebook ร้านเพิ่มเติมว่ามีการเปิดหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบ

ผู้รับผิดชอบ

- เจ้าของร้าน ABC SHOP

ระยะเวลา

- เป็นโครงการที่ทางร้านสนใจอยากจะทำในอนาคต

4. การดำเนินการ (Destiny)

จากผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) การวิเคราะห์ SOAR Analysis และการวิเคราะห์หาจุดร่วม (Convergences) และจุดโดดเด่น (Divergence) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ ลูกค้าซื้อประจำ ลูกค้าซื้อแล้วบอกต่อ 30 คน โดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ผ่านโครงการ 3 โครงการ ต่อมาจึงเป็นขั้นตอนการดำเนินโครงการและเปรียบเทียบผล โดยใช้สถิติจากปี 2558 เป็นตัวชี้วัดเพื่อนำผลที่ได้มาสรุปและประเมินเพื่อปรับปรุงโครงการต่อไปในระยะยาว

4.1 ผลการดำเนินโครงการ

ตารางที่ 14 ผลการดำเนินโครงการ

โครงการ	ผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ
“กด Like กด Share ตั้ง Public”	- มียอดคนกด Like หน้า Page Facebook ร้าน ABC SHOP จากยอด Like เดิม 52,368 เป็น 55,971 เพิ่มขึ้น 3,603 Like - มียอดคนกด Like Post รูปนาฬิกาที่ทางร้านใช้ร่วมโครงการ 6,300 Like - มียอดคนแชร์ Share Post ที่ใช้ร่วมโครงการ 1,300 Share - มียอดการ Comment ของคนที่ร่วมกิจกรรม 1,100 Comment
“ชื้อนาฬิกาทุกรุ่นวันนี้ แอมฟรีพวงกุญแจรูปนาฬิกา”	- มีลูกค้ารีวิวว่า ได้รับสินค้าและของแถมจากทางร้านในหน้า Page Facebook ร้าน ABC SHOP จากเดิม 7 รีวิว เพิ่มขึ้นเป็น 46 รีวิว
“ซื้อคู่ถูกกว่า”	- มีลูกค้าชื้อนาฬิกาเป็นคู่มากขึ้น

โครงการที่ประสบความสำเร็จที่สุดคือ โครงการที่ 2 “ชื้อนาฬิกาทุกรุ่นวันนี้ แอมฟรีพวงกุญแจรูปนาฬิกา” เป็นโครงการที่ทางร้านภูมิใจที่สุดเพราะ ก่อนจะทำโครงการทางร้านมีการสำรวจกลุ่มร้านขายนาฬิกาที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ไม่มีร้านไหนที่มีโปรโมชั่น

ในการแจกของแถมเลย เรียกว่าทางร้านเป็นร้านแรกที่มีของแถม และกว่าจะมีของแถมเป็นพวก กุญแจรูปนาฬิกา ทางร้านได้คัดสรรจากหลายๆร้าน เพื่อจะหาของแถมที่ดีที่สุดเพื่อให้ลูกค้ามีความ พึงพอใจที่สุดเมื่อได้รับ ซึ่งหลังจากทำโครงการนี้ลูกค้าส่วนใหญ่หลังจากได้รับสินค้าจะแจ้งกลับมา ทางข้อความเฟซบุ๊กว่า ดีใจที่ได้รับพวกกุญแจรูปนาฬิกา พวกกุญแจสวยมาก และมีลูกค้าอีกจำนวน มากที่มีการรีวิวการซื้อสินค้ากับทางร้านลงหน้าเพจเฟซบุ๊กว่า ทางร้านมีการส่งสินค้าจริง ส่งรวดเร็ว ขายสินค้าของแท้ 100% และบริการดี จากการรีวิวของลูกค้านี้ทางร้านคิดว่าจะเป็นประโยชน์กับ ทางร้านทั้งปัจจุบันและในอนาคตมาก เพราะปัจจุบันคนที่ซื้อสินค้าทางออนไลน์ก่อนซื้อจะมีการ อ่านรีวิวของผู้ที่เคยซื้อสินค้ามาก่อน ซึ่งการรวิวนี้อาจจะทำให้ผู้ที่กำลังสนใจหรือกำลังตัดสินใจใน การซื้อ สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น และระหว่างที่ดำเนินโครงการมีลูกค้าอีกจำนวนหนึ่งที่ทำให้ ความสนใจในพวกกุญแจรูปนาฬิกาที่เป็นของแถมของทางร้านมาก มีการทักข้อความเฟซบุ๊กเข้ามา เพื่อจะขอซื้อ แต่ทางร้านก็ได้ปฏิเสธลูกค้าเพราะ ทางร้านทำมาแจกลูกค้าที่ซื้อนาฬิกากับทางร้าน เท่านั้น

4.2 สรุปผลการดำเนินการ

จากการดำเนินแผนโครงการระยะสั้นทั้ง 3 โครงการ สามารถวัดผลความสำเร็จในการ ดำเนินโครงการเพื่อเพิ่มยอดขายของร้าน ABC SHOP ซึ่งบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ พิจารณาได้จากยอดขายสินค้า ดังนี้

ตารางที่ 15 ตารางแสดงยอดขายร้าน ABC SHOP ปี 2559

ยอดขายประจำปี	เดือนกรกฎาคม
ปี 2558	578,543
ปี 2559	652,594
ยอดขายที่เพิ่มขึ้น	74,051
ยอดขายที่เป็น % ที่เปลี่ยนแปลงไป	12.80%

จากตารางที่ 15 จะเห็นว่า ยอดขายของร้าน ABC SHOP เพิ่มขึ้น จากปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 12.80 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แผนโครงการระยะสั้นที่ใช้สามารถทำให้ยอดขายสินค้าของร้าน ABC SHOP เพิ่มขึ้นและประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การใช้สุนทรียสาธกเพื่อเพิ่มยอดขายร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษา: ABC SHOP มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกในมุมมองลูกค้า โดยใช้สุนทรียสาธก 2) เพื่อนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาพัฒนาและปรับปรุง เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้าน ABC SHOP

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดของสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) มาใช้ในการเก็บข้อมูล โดยวิธีการสัมภาษณ์ในมุมมองของลูกค้าที่เคยซื้อสินค้ากับร้าน ABC SHOP จำนวน 30 คน คือ ลูกค้าซื้อซ้ำ 10 คน ลูกค้าซื้อประจำ 10 คน และลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ 10 คน มาค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาจุดร่วมและจุดโดดเด่น เพื่อนำมาวางแผนสร้างโครงการในการเพิ่มยอดขายร้าน ABC SHOP ซึ่งได้ทำการศึกษาควบคู่กับการวิเคราะห์ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ทฤษฎีจุดพลิกผัน (The Tipping Point) ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) ทฤษฎีการวิเคราะห์ SOAR Analysis และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำผลการศึกษามาวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนโครงการเพื่อเพิ่มยอดขาย ตลอดจนการนำมาปฏิบัติจริงตามแผนโครงการระยะสั้นที่วางไว้ จนสามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. บทสรุปจากการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกในมุมมองลูกค้า โดยใช้สุนทรียสาธก สามารถสรุปผลได้ดังนี้

การค้นหาประสบการณ์เชิงบวกในมุมมองของลูกค้า พบว่า นอกจากเรื่องราคาของลูกค้าประทับใจจนตัดสินใจซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้ายังประทับใจการบริการ ที่ทางร้านมีความเป็นกันเอง ไม่ว่าจะเป็นการแนะนำสินค้าแต่ละรุ่นให้ลูกค้า การพูดคุยที่มีความเป็นกันเอง เพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึกกดดันในการตัดสินใจซื้อสินค้า การส่งสินค้าจริง ส่งรวดเร็ว ส่งตรงเวลา และการลดราคาทันที หากลูกค้ามีการต่อรองราคา ซึ่งในเรื่อง ความประทับใจของลูกค้า นั้น จะเกิดจากสิ่งเล็กๆ ๑ ที่ร้านค้าหลายๆ ร้าน อาจจะได้ไม่ได้สังเกตหรือให้ความสำคัญ แต่หากทางร้านนำมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาต่อไป อาจจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นได้ เช่น ลูกค้าแนะนำให้ทางร้านมีการจัดโปรโมชั่น เพื่อให้น่าสนใจ หรือมีของแถมแถมให้ทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจแล้วเกิดการบอกต่อ จากข้อมูลที่ได้นี้ ทางร้านได้นำแนวทางไปปรับปรุง พัฒนาเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น

2. บทสรุปการวางแผนโครงการเพื่อเพิ่มยอดขาย

จากการดำเนินการสัมภาษณ์ลูกค้าเพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกที่มีต่อร้าน ABC SHOP โดยใช้ศูนย์ทฤษฎีสาธกในการหาจุดร่วมและจุดโดดเด่น ซึ่งผู้ศึกษาได้นำข้อมูลมาออกแบบโครงการได้ดังนี้

2.1 ชื่อโครงการ “กด Like กด Share ตั้ง Public”

เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกกับทางร้าน และเพื่อให้คนทั่วไปรู้จักร้านมากขึ้น ผลที่ได้จากการทำโครงการ คือ ลูกค้าให้ความสนใจในกิจกรรมที่ทางร้านจัดทำขึ้นเห็นได้จาก ยอดคนกด Like หน้า Page Facebook ร้าน ABC SHOP จากยอด Like เดิม 52,368 เป็น 55,971 เพิ่มขึ้น 3,603 Like มียอดคน Like Post รูปภาพที่ทางร้านใช้ร่วมโครงการ 6,300 Like มียอดคน Share Post ที่ใช้ร่วมโครงการ 1,300 Share มียอดการ Comment ของคนที่ร่วมกิจกรรม 1,100 Comment และในช่วงที่ทำโครงการจะมีลูกค้าให้ความสนใจในการสอบถามเกี่ยวกับสินค้าเข้ามามากกว่าปกติ ซึ่งถือว่าเป็นผลตอบรับที่ดีสำหรับทางร้าน ที่มีคนให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งคนที่สนใจอาจจะกลายเป็นลูกค้าของทางร้านในอนาคต

2.2 ชื่อโครงการ “ชื้อนาฬิกาทุกรุ่นวันนี้ แถมฟรีพวงกุญแจรูปนาฬิกา”

เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อต่อ ยอดสิ่งที่ดี ๆ ที่ค้นพบในคำแนะนำของลูกค้า ผลที่ได้จากการทำโครงการ คือ ลูกค้ามีผลตอบรับกลับมาหาทางร้านหลังจากได้รับสินค้าว่า ถูกใจของแถมและมีลูกค้าหลาย ๆ ท่าน ที่รีวิวกและถ่ายรูปหลังได้รับสินค้าพร้อมของแถมจากทางร้าน ในหน้า Page Facebook ร้าน ABC SHOP ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับลูกค้าในอนาคตที่ยังไม่มั่นใจในการซื้อสินค้ากับทางร้าน รีวิวของลูกค้าเก่าจะช่วยให้ทางร้านมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น สำหรับลูกค้าที่ยังตัดสินใจไม่ได้ว่าจะซื้อสินค้ากับทางร้านดีหรือไม่ จะได้รับสินค้าจริงหรือไม่ และสินค้าที่จะได้รับเป็นของแท้หรือไม่ แต่ถ้าลูกค้าอ่านรีวิวของทางร้านแล้ว จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น เพราะการรีวิวของลูกค้าเก่า จะช่วยให้ลูกค้าใหม่มีความมั่นใจในสินค้าและการบริการของทางร้าน

2.3 ชื่อโครงการ “ชื้อคู่ถูกกว่า”

เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อดึงดูดใจลูกค้าในการซื้อสินค้า และเพื่อเป็นการขายสินค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ผลที่ได้จากการทำโครงการ คือ ลูกค้าให้ความสนใจโครงการนี้ โดยมีลูกค้าซื้อสินค้าเป็นคู่ จำนวนหลายคู่ จากเดิมที่ทางร้านสามารถขายสินค้าแบบจับคู่ได้เฉพาะในช่วงเทศกาล แต่ในช่วงที่จัดทำโครงการ ซึ่งไม่ใช่ช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญต่าง ๆ กลับมีลูกค้าให้ความสนใจ ทางร้านจึงเห็นว่า โครงการนี้มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก และทางร้านจะจัดทำโครงการนี้ต่อไปเรื่อย ๆ

จากการดำเนินโครงการทั้ง 3 โครงการ สามารถเพิ่มยอดขายได้จริงตามวัตถุประสงค์และตามเป้าหมาย เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายของเดือน กรกฎาคม ปี 2558 มียอดขาย 578,543 บาท ซึ่งในปี 2559 ยอดขายได้เพิ่มขึ้นเป็นเงิน 652,594 บาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 12.80 แสดงให้เห็นว่า การนำโครงการที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการเพิ่มยอดขายของร้าน ABC SHOP สามารถเพิ่มยอดขายได้จริง

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการพัฒนา

การศึกษาโดยใช้สุนทรียศาสตร์เป็นการค้นหาประสบการณ์ดี ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัว เช่น จากลูกค้า ร้านค้าพันธมิตร หรือจากตัวเจ้าของกิจการ โดยการสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิด เพื่อให้โอกาสผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น ด้วยการบอกเล่าประสบการณ์เชิงบวกของตนเอง เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์จะได้นำเอาข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์มาขยายผล ซึ่งการสัมภาษณ์อาจจะใช้เวลานานเพราะประสบการณ์เชิงบวกมักจะเป็นเหตุการณ์ความประทับใจ ดังนั้น ผู้สัมภาษณ์ควรจะถามด้วยคำถามที่ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบแบบไม่รู้สึกลดดัน เพื่อดึงเอาประสบการณ์จากผู้ถูกสัมภาษณ์ให้มากที่สุด และใช้เวลาอย่างเหมาะสมเพื่อจะได้ไม่เป็นการรบกวนผู้ถูกสัมภาษณ์

3.2 ข้อเสนอแนะและแนวทางที่จะศึกษาครั้งต่อไปของร้าน ABC SHOP

3.2.1 ควรมีการสัมภาษณ์เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกจากลูกค้าของทางร้านอยู่เรื่อย ๆ เพื่อจะได้้นำประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้ามาต่อยอดหรือปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

3.2.2 ควรมีการพัฒนากระบวนการของร้าน เช่น มีการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายให้เป็นมาตรฐานมากขึ้น และมีการบันทึกสินค้าให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อประหยัดเวลาในการตรวจสอบ

3.2.3 ควรมีการติดตามผล การใช้โครงการให้ระยะเวลาที่นานกว่านี้ เพื่อที่จะได้เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากขึ้น

3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรอื่น ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการนำเอาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้ามาสร้างเป็นโครงการเพื่อเพิ่มยอดขายให้ทางร้าน โดยใช้สุนทรียศาสตร์ ซึ่งโครงการที่ทางร้านได้ทำขึ้นมานี้อาจจะนำไปใช้กับธุรกิจอื่น ๆ ได้ แต่เนื่องจากธุรกิจแต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นสินค้า กลุ่มลูกค้า การแข่งขัน การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ดังนั้น ธุรกิจแต่ละธุรกิจควรมีวิสัยทัศน์ พันธกิจของธุรกิจให้ชัดเจน และเมื่อเกิดปัญหาในธุรกิจ ควรที่จะมองหาประสบการณ์เชิงบวกมากกว่าที่จะมองปัญหาในเชิงลบ เพราะ หากธุรกิจมองหาสิ่งที่ดี ๆ ที่ธุรกิจมีอยู่แล้ว อาจจะทำให้เกิดการต่อยอดหรือแก้ไขปัญหาก็ได้ง่ายขึ้น ประหยัดเวลามากยิ่งขึ้น

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

บทสัมภาษณ์ลูกค้าร้าน ABC SHOP

บทสัมภาษณ์ลูกค้าร้าน ABC SHOP

บทสัมภาษณ์ลูกค้าแบ่งออกเป็น 3กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มลูกค้าซื้อซ้ำ	จำนวน 10 คน
กลุ่มลูกค้าซื้อประจำ	จำนวน 10 คน
กลุ่มลูกค้าซื้อแล้วนำไปบอกต่อ	จำนวน 10 คน

ลูกค้าซื้อซ้ำ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 1

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ก็ร้านนี้แหละครับ เพราะเพิ่งซื้อร้านนี้ร้านแรก

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกร้านเราเป็นร้านนาฬิกาในดวงใจมาให้ฟังได้ไหมคะ

ลูกค้า: เวลาผมอยากได้นาฬิกาจะถามร้านที่ร้านแรก ที่จะมีของพร้อมส่งให้ผมทันที ส่วนเรื่องราคาจะถูกกว่าร้านอื่นด้วยครับ เผอิญอาจจะถูกที่สุดก็ได้ครับบางทีผมอยากได้ส่งเข้าเพราะผมอยากได้ของเร็วๆ แต่ที่บอกว่าปกติที่ส่งตอนช่วงเย็นๆวันนั้นผมขอให้ส่งรอบเช้าได้ไหมพี่ก็ไปส่งให้ผมก่อน ถ้าเป็นร้านอื่นๆเค้าจะบอกลูกค้าว่าส่งรอบเดียวต่อวันคือรอบเดียวจะไม่มีไปส่งให้ก่อนแบบนี้

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนไหมคะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากๆคะ

ลูกค้า: ร้านรองเท้าบาสที่เพื่อนแนะนำอะครับ ซื้อบ่อยมากเพราะไวใจได้ ราคาไม่แพงมากด้วย สินค้าเป็นของแท้ เป็นร้านที่ไวใจได้ครับ

สุนิสา: แล้วรู้จักร้าน ABC SHOP ได้ยังไงคะ

ลูกค้า: เห็นในเฟซบุ๊ก แล้วกดไลค์เพราะปกติถ้ามีร้านไหนที่ชอบก็กดไลค์อยู่แล้ว

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ ABC SHOP เพราะร้านขายนาฬิกามีหลายร้านมากเลยคะ

ลูกค้า: เท่าที่เปิดดูราคาถูกกว่าร้านอื่นๆครับ

สุนิสา: หลังใช้บริการกับร้าน ABC SHOP ประทับใจอะไรไหมคะ

ลูกค้า: ราคา และคุณภาพครับ คุณภาพอาจจะคล้ายๆกันส่วนใหญ่ร้านก็ต้องให้อุปกรณ์ครบอยู่แล้วแต่ที่ชอบคือ ราคา เพราะถูกกว่าร้านอื่น

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้น

ลูกค้า: อยากให้มีโปรโมชั่น ไม่ก็แจกของรางวัล พวกนาฬิการุ่น Limited หรือแจกเงินรางวัล ประมานนี้ หรือทั่วไปที่ร้านอื่นเขาทำกัน

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ตั้งแต่ซื้อผมก็ซื้อร้านนี้ตลอดนี่ก็ซื้อเรือนที่ 2 แล้ว คงจะบอกว่าร้านนี้ขายถูกกว่าร้านอื่น
สรุป การที่เราเพิ่มรอบการส่งให้ลูกค้าอาจจะทำให้เสียเวลาเล็กน้อยแต่ก็ช่วยให้เราได้ใจลูกค้าจน
 เลือกให้เป็นร้านในดวงใจ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 2

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ แล้วประทับใจอะไรบ้างจากการซื้อร้านนั้นคะ

ลูกค้า: ไม่มีนะครับ เวลาซื้อจะดูแค่ราคาเปรียบเทียบกันเฉยๆ ถ้าร้านไหนถูกก็ซื้อร้านนั้นเลย

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนไหมคะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากๆคะ

ลูกค้า: ไม่มีเลยครับ เวลาซื้อของทุกๆร้านก็เหมือนกันครับ เราทักไปถามสินค้าแล้วบอกราคามาพอ
 เราโอนเงินไปก็แจ้งเค้าแล้วเค้าจะส่งสินค้ามาให้ปกติก็เจอแบบนี้ทุกร้านเลยครับ

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP อย่างไรคะ

ลูกค้า: ดูจาก Facebook

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้ากับทางร้านคะ

ลูกค้า: ราคาถูกดีครับคือเวลาซื้อจะดูราคาเป็นหลักร้านไหนถูกสุดก็เลือกร้านนั้นแล้วตอนที่ซื้อเรือน
 ที่อยากได้ร้านนี้ถูกก็เลยซื้อร้านนี้ครับ

สุนิสา: หลังใช้บริการกับร้าน ABC SHOP ลูกค้าประทับใจอะไรไหมคะ

ลูกค้า: ก็โอ้นะครับ ส่งของเร็วดี แพ็คของดี

สุนิสา: ลูกค้าช่วยขยายความที่บอกว่าก็โอเค ส่งของเร็วดี แพ็คของดีให้ฟังได้ไหมคะ

ลูกค้า: บางร้านถ้าโอนเค้าจะส่งของให้วันถัดไปของวันที่โอนแต่ร้านนี้บอกจะส่งวันนี้ก็ส่งวันนี้ให้
 เลยส่งของแล้วแจ้งว่าได้ของวันไหนก็ได้ตามที่บอกจริงๆ ส่วนแพ็คของดีไปรษณีย์ไทยขึ้นชื่อเรื่อง
 ส่งของไม่ผิดของร้านนี้ตอนแกะของออกจากกล่องๆแน่นมากครับกล่องนาฬิกาไม่ยับไม่มีอะไร
 เสียหาย

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านปรับปรุงเพิ่มเติมอะไรบ้างไหมคะเพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมาก
 ยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: โดยรวมก็โอเคแล้วครับ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสลูกค้าจะแนะนำให้คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้านอย่างไรบ้างคะ

ลูกค้า: ตอนนี่ก็แนะนำเพื่อนๆหลายๆคนอยู่ครับ ว่าถ้าอยากได้นาฬิกาที่เ็นมาถามร้านนี้เพราะ ราคา
 ถูกกว่าร้านอื่น

สรุป การที่เราส่งสินค้าภายในวันที่ลูกค้าโอนและแจ้งลูกค้าว่าจะได้สินค้าวันไหนแล้วลูกค้าได้ตรงตามวันที่บอกจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการบริการที่ใส่ใจมากแตกต่างจากการส่งสินค้าเสร็จแล้วปิดการขายทันที และการแพ้คสินค้าที่แน่นอนจะทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าที่ได้รับจะไม่เสียหาย

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 3

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิกาในดวงใจที่ไหนคะ

ลูกค้า: มีค่ะ

สุนิสา: ประทับใจอะไรร้านนั้นคะ

ลูกค้า: จากที่ตั้งของกับร้านนั้น พอมาคิดดูอีกทีว่าอยากได้สีใหม่ทางร้านเค้าก็ให้เปลี่ยนสี หลังจากใช้มา 2 เดือนนาฬิกาที่ซื้อก็มีปัญหาเลยโทรบอกทางร้านเค้าก็ให้ส่งกลับมาให้เดี๋ยวเค้าจะเอาไปซ่อมกับบริษัทแล้วจะส่งเรือนใหม่ให้แล้วระหว่างทางที่ขับมอไซค์เอานาฬิกาที่มีปัญหาไปส่งไปรษณีย์ให้ร้านของหล่นระหว่างทางนาฬิกาตกแตกเลยคิดว่ายังไงทางร้านก็ไม่เปลี่ยนให้แน่ๆ เลยโทรไปบอกทางร้านแต่ทางร้านบอกว่าให้ส่งมาเลยเพราะมันมีปัญหาตั้งแต่แรกอยู่แล้ว เลยเป็นความประทับใจที่ชอบมากๆที่ไม่เคยเจอที่ร้านไหน

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: เปิดเจอในเฟซบุ๊กค่ะ

สุนิสา: ในเฟซบุ๊กมีร้านขายนาฬิกาหลายร้านอะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกที่จะตัดสินใจซื้อสินค้ากับทางร้าน

ลูกค้า: ราคาไม่แพงมากค่ะ คือการบริการร้านนั้นเค้าดีมาก ๆ แต่ราคาก็ถือว่าสูงกว่าร้านนี้มากเลยทำให้ตัดสินใจที่จะเลือกซื้อร้านนี้

สุนิสา: หลังใช้บริการกับร้าน ABC SHOP ลูกค้าประทับใจอะไรไหมคะ

ลูกค้า: ประทับใจคนขายค่ะ แนะนำดี ชวนคุยสนุกสนานดีค่ะ

สุนิสา: ช่วยเล่าให้ฟังได้ไหมคะว่าตอนนั้นเหตุการณ์มันเป็นยังไงที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าประทับใจคนขายคะ

ลูกค้า: ปกตินิสัยผู้หญิงจะเลือกไม่ได้ว่าสีไหนดีสีนั้นสวยสีนี้ก็สวยเลือกทีก็นานอะก็จะให้ทางร้านช่วยเลือกทางร้านก็แนะนำให้ตัดสินใจง่ายขึ้นจะถามว่าข้อมือขนาดไหนสีผิวประมาณไหนไม่ได้พูดบอกว่าตัวนี้อะขายดีนะแบบเชียร์ขายสุดฤทธิ์จะบอกด้วยว่าแต่ละตัวมันต่างกันยังไงมันทำให้เราตัดสินใจได้ง่ายขึ้นคะ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้น

ลูกค้า: อยากให้ทางร้านมีการจับฉลากผู้ที่เข้ามาซื้อแล้วแจกของรางวัลพวงนาฬิกาที่เป็นรุ่นยอดฮิตค่ะ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ร้านนี้ราคาไม่แพง คนขายพูดดี ส่งของเร็วด้วย

สุนิสา: ขอบคุณลูกค้ามากๆ นะคะ ที่สละเวลามาให้ข้อมูลกับทางร้าน

สรุป การที่เราช่วยลูกค้าเลือกโดยให้คำแนะนำว่าแต่ละตัวมีความแตกต่างกันอย่างไรช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้นและทำให้ลูกค้าประทับใจด้วย

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 4

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ไม่มีครับ เพิ่งเคยซื้อร้านนี้ร้านแรกเลยครับ

สุนิสา: ลูกค้ามีการซื้อออนไลน์ครั้งไหนไหมคะ ที่ลูกค้าประทับใจที่สุดเป็นสินค้าอะไรก็ได้ค่ะ

ลูกค้า: เคยซื้อของกับ Lazada ชอบร้านนี้เพราะมีของให้เลือกเยอะ ราคาถูกกว่าในห้างถึงจะเป็นสินค้าแบบเดียวกันแต่ราคาถูกกว่า ส่งสินค้าถึงหน้าบ้านด้วยสินค้าบางอย่างเก็บเงินปลายทางไม่เสี่ยงที่จะไม่ได้ของด้วย แล้วมีโปรโมชั่นออกมาเรื่อยๆ

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: เฟซบุ๊กครับ

สุนิสา: เฟซบุ๊กมีร้านขายนาฬิกาหลายร้านอะไรที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ากับทางร้านคะ

ลูกค้า: การรีวิวของจากการเห็นของลูกค้าหลายๆว่าได้รับของแล้วมันทำให้ไว้ใจในระดับหนึ่งว่าร้านนี้ส่งของจริงครับ แล้วราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นๆราคาต่อรองคุ้มกันได้

สุนิสา: หลังจากซื้อเรือนแรกไปอะไรที่ทำให้ลูกค้าประทับใจจนกลับมาซื้อซ้ำอีกคะ

ลูกค้า: การบริการและราคาที่ต่อรองได้

สุนิสา: ช่วยเล่าเหตุการณ์ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจเรื่องการบริการและราคาที่ต่อรองได้ให้ฟังได้ไหมคะ

ลูกค้า: การบริการของผมคือการที่ทางร้านใส่ใจลูกค้า ไม่ว่าลูกค้าสงสัยถามอะไรก็หาคำตอบมาตอบให้ลูกค้าจนเข้าใจอย่างเร็วแรกที่ซื้อไปมีปัญหาเรื่องตั้งเวลาคือตั้งไม่เป็นเพราะเพิ่งเคยใช้เลย ทักมาถามทางร้านก็อธิบายแต่ผมไม่เข้าใจทางร้านเลยส่งคลิปการตั้งเวลาในยูทูปมาให้ดูแต่ผมยังทำไม่ได้ทางร้านก็โทรมาเลยว่าตั้งยังไงจนตั้งได้ เรื่องราคาถ้าขอลดได้ก็ลดให้ถ้าร้านอื่นจะบอกลดไม่ได้ต้นทุนมาสูงอะไรแบบนี้

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้น

ลูกค้า: อยากให้เพิ่ม วันเดือนปีที่นำพิกาแต่ละรุ่นออกมาว่ารุ่นไหนมานานหรือยังอะไรประมาณนี้ครับ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ร้านนี้ดี ต่อรองราคาได้ราคาถูก เชื่อถือได้

สรุป การที่เราช่วยลูกค้าให้ตั้งเวลานาฬิกาได้และการลดราคาสินค้าให้ลูกค้าแม้จะเป็นเรื่องเล็กๆก็ช่วยให้ลูกค้าประทับใจในการบริการของทางร้าน

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 5

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านขายนาฬิกาบ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ก็ร้านนี้แหละครับ ดูจริงใจดี ตั้งแบบไหนก็ได้แบบนั้น

สุนิสา: อะไรที่ทำให้คิดว่าทางร้านจริงใจคะ

ลูกค้า: ตอนแรกไม่ได้ตัดสินใจว่าจะซื้อตามไปเพราะแค่อยากดูราคานาฬิกา ที่ร้านก็ตอบราคามาพอผมถามว่ารุ่นนี้มันเป็นยังไงก็ตอบ พอผมบอกว่า देखовอดูก่อนก็ยินดีให้เวลาผมตัดสินใจด้วยว่าถ้าสนใจแล้วค่อยโอนมาก็ได้

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ ในเฟซบุ๊กมีร้านขายนาฬิกาหลายร้านอะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกที่จะตัดสินใจซื้อสินค้ากับทางร้านคะ

ลูกค้า: เพื่อนที่เป็นตำรวจแนะนำมาครับ

สุนิสา: แล้วเค้าแนะนำยังไงคะ

ลูกค้า: เค้าว่าไวใจได้ 100% ได้ของแน่นอน

สุนิสา: หลังจากที่ซื้อเรือนแรกไปแล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้ากับทางร้านซ้ำอีกครั้งคะ

ลูกค้า: ความซื่อสัตย์ ได้ของซัวร์ รวดเร็ว

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะได้รับของซัวร์คะ

ลูกค้า: สั่งปุ๊บพอโอนเงินให้ช่วงเย็นก็ส่งของแล้วส่งเลขมาให้ว่าส่งแล้วเช็คเลขของได้เลย บอกว่า 3 วันได้ของก็ได้จริงเร็วดีครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: คืออยู่แล้วครับ แต่ถ้ามีสินค้าเยอะๆ ก็ดีนะครับ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ร้านนี้ได้ของแน่นอนไม่โกง ซัวร์ ได้รับของเร็วด้วย

สุนิสา: ขอบคุณมากๆ นะคะ ที่สละเวลามาให้ข้อมูล ทางร้านจะนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงเพื่อบริการให้ลูกค้าประทับใจมากขึ้นคะ

ลูกค้า: ครับผม ขอให้ขายดี เฮงๆ รวยๆ นะครับ

สรุป การที่ลูกค้าสนใจแล้วเราให้เวลาลูกค้าตัดสินใจเพื่อมีร้านอื่นที่ให้ราคาที่ถูกกว่าใจจะซื้อและไม่ได้บีบบังคับให้ลูกค้าลำบากใจที่ถาม ทำให้ลูกค้ามองว่าทางร้านมีความจริงใจ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 6

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ก็มีร้านคุณนี่แหละครับ ถูก บริการดี ส่งไว ส่งจริง

สุนิสา: ลูกค้าเคยซื้อร้านอื่นมาก่อนไหมคะ

ลูกค้า: เคยซื้อแต่ Shop อย่างเดียวเลยเมื่อก่อน

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ ในเฟซบุ๊กมีร้านขายนาฬิกาหลายร้านอะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกที่จะตัดสินใจซื้อสินค้ากับทางร้านคะ

ลูกค้า: รู้จักจากกลุ่ม G-Shock นี่แหละ ง่ายๆ บริการดี เครดิตดีมาก

สุนิสา: หลังจากที่ซื้อเรือนแรกไปแล้ว อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้กลับมาซื้อซ้ำคะ

ลูกค้า: คำตอบเดิม บริการดี ประทับใจ ส่งไว ส่งจริง เดี่ยวจะซื้อจากคุณอีกแล้วเนี่ย 5555

สุนิสา: ช่วยเล่าเหตุการณ์ที่ทำให้ลูกค้าคิดว่าร้านเราบริการดีได้ไหมคะ

ลูกค้า: ล่าสุดที่ซื้อช่วงวาเลนไทน์อะ ที่บอกว่าจะเซอร์ไพส์แฟนแล้วฝากเขียนการ์ดกับห่อของขวัญให้ ที่ร้านก็ห่อให้สวยงามแฟนผมชอบมาก ขอบคุณมากๆ นะครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: ดียู่แล้ว ABC SHOP

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: พ่อค้าโอเค คุยง่าย

สรุป การที่เราทำในสิ่งที่ลูกค้าขอเพียงเล็กน้อย ก็ทำให้ลูกค้าและคนที่ได้รับประทับใจในการบริการ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 7

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ไม่มีครับ ส่วนใหญ่เวลาซื้อจะเน้นราคาเป็นหลักครับ

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนใหม่คะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากๆคะ

ลูกค้า: เคยซื้อรองเท้า Adidas ครับในกลุ่ม Adidas Market Thailand ตอนนั้นรุ่นนั้นมันออกมาจำกัด แล้วส่วนใหญ่คนขายจะขายราคาสูงกันทุกเจ้า ช่วงนั้นผมจะเข้ากลุ่มนี้ทุกวันๆดูราคาเปรียบเทียบกับ จนมาเจอร้านหนึ่งในกลุ่ม ที่ร้านจะขายถูกกว่าร้านอื่นแต่สินค้าจะเป็นพรีออเดอร์ของประมาณ 1-2 อาทิตย์ช่วงที่รอสินค้าทางร้านจะติดต่อมาตลอดด้วยความที่ราคาสินค้าสูงแล้วเพื่อไม่ให้ลูกค้ากลัว ทางร้านโกงจนผมได้รับรองเท้าเลยรู้สึกชอบร้านนี้มากครับตอนแรกกลัวเค้าโกงเรามากแต่พอเห็น เค้าทักเรามาเป็นระยะๆทำให้มั่นใจขึ้นครับ แล้วร้านนี้เค้าจะบอกด้วยว่าของเข้าไทยแล้วจะส่งของ ให้วันไหนพอส่งแล้วก็จะถามว่าเราได้ของยังด้วยครับ

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: จาก Facebook ครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขาย หลายร้าน

ลูกค้า: มีของเยอะครับถ้าเทียบกับร้านอื่น ราคาไม่แพง

สุนิสา: หลังจากที่คุณซื้อเรือนแรกไปแล้ว อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจจนกลับมาซื้อซ้ำคะ

ลูกค้า: กลับมาซื้อซ้ำเพราะคนขายเป็นกันเองครับ ต่อราคาได้ด้วย

สุนิสา: ลูกค้าช่วยขยายความคำว่า คนขายเป็นกันเองในความรู้สึกของลูกค้าได้ไหมคะ

ลูกค้า: เวลาคุยเหมือนเพื่อนเหมือนพี่มากกว่าครับ ถ้ามีรุ่นไหนที่ราคาใกล้เคียงกันหรือดีกว่าก็จะ แนะนำเพิ่มให้เรามีตัวเลือกในการซื้อครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรใหม่คะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้น คะ

ลูกค้า: ไม่มีครับ เพราะเท่าที่เคยซื้อที่ดีแล้วๆของก็มีให้เลือกเยอะด้วยครับ ราคาไม่แพงด้วย ส่งเร็ว อีก

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ตอนนี้ถ้าใครจะหา G-Shock ใส้ซ้กเรือน ผมก็เอารูปจากทางร้านให้ดูเลยครับ ถ้าชอบก็สั่ง เลยเพราะไว้วางใจได้ส่งของจริง

สรุป การที่เราคุยกับลูกค้าอย่างเป็นกันเองจะทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายเวลาซื้อสินค้าหรือขอลด ราคาจนกลับมาซื้อซ้ำ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 8

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิกาบ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ไม่มีค่ะ เพิ่งซื้อร้านนี้ร้านแรกค่ะ

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนไหมคะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากๆคะ

ลูกค้า: ก็มีนะคะ เคยซื้อเสื้อกับกระโปรงร้านนึงในเฟซบุ๊กแล้วในเพจร้านบอกว่าผ้าดีมากอยู่ทรงไม่ช่วยพอได้รับของคุณภาพเสื้อก็ดีจริงๆอย่างที่ทางร้านพูด รู้สึกว่าเค้าซื้อสตั๊ดตีคะไม่เห็นแก่เงินแล้วอยากจะขายของอย่างเดียว

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้านเราได้อย่างไรคะ มีคนแนะนำมารึเปล่าคะ

ลูกค้า: ไม่มีคนแนะนำค่ะ เจอใน Facebook ค่ะ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะเห็นบอกเพิ่งซื้อร้านแรกด้วย

ลูกค้า: มีสินค้าให้เลือกเยอะดีและบริการเป็นกันเอง

สุนิสา: รบกวนลูกค้าช่วยขยายความที่บอกมีสินค้าให้เลือกเยอะดีและบริการเป็นกันเองได้ไหมคะ

ลูกค้า: มีของเยอะคือมีเกือบทุกรุ่นมีให้เลือกเยอะ หลากหลาย ถ้ามหา รุ่นไหนก็มีเกือบหมด บริการเป็นกันเองคือเวลาถามรายละเอียดที่จะตอบเร็วมาก เวลาคุยก็คุยง่ายอธิบายเข้าใจง่ายดีบางอย่างก็เพิ่งรู้จากร้านนี้เองเรื่องกรอบสายก็ไม่รู้มาก่อนว่านาฬิกามันสามารถเปลี่ยนสายได้ พี่ก็บอกว่ามีแต่อาจจะไม่มีเยอะซึ่งมันเหมาะนะกับคนที่อยากเปลี่ยนสีแต่ไม่มีดั่งซื้อเรือนใหม่เลย

สุนิสา: หลังจากซื้อเรือนแรกไปแล้ว อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้กลับมาซื้อซ้ำคะ

ลูกค้า: การเลือกกลับมาซื้อซ้ำเพราะได้สินค้าที่มีคุณภาพ ได้ของตรงเวลา

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: ก็ไม่มีนะคะ ตอนนี้ก็ถือว่าดีแล้ว

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: อยากได้นาฬิกาดีมีคุณภาพต้องซื้อร้านนี้ค่ะ

สรุป การที่เราแนะนำให้ลูกค้ารู้ว่าการชื้อนาฬิกาหากเมื่อสัปดาห์ก่อนไม่จำเป็นต้องซื้อเรือนใหม่เสมอไป เพราะมีทางเลือกเพิ่มเติมจากการชื้อกรอบสายสีใหม่มาเปลี่ยนใส่ตัวเดิมได้เพียงชื้อให้ตรงกับรุ่น เพียงเท่านั้นก็ทำให้ลูกค้าประทับใจ โดยที่ลูกค้าไม่รู้ตัว

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 9

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ไม่มีเลยครับ ดูว่าร้านไหนลูกก็ซื้อร้านนั้นครับ

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนไหมคะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากๆคะ

ลูกค้า: เคยซื้อรองเท้าร้าน VIP Town ครับชอบที่ราคาถูกกว่าชื้อตามห้างแล้วแบบกับรุ่นทันสมัยดี

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้านเราได้ยังไงคะ มีคนแนะนำมารึเปล่าคะ

ลูกค้า: หาจาก Google ครับลองค้นหาว่านาฬิกา G-shock แล้วมันจะขึ้นชื่อร้านที่ขายนาฬิกามาเยอะมากครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: ราคาถูกกว่าร้านอื่นและความน่าเชื่อถือครับเพราะมีคนมามั่นใจว่าได้รับของจริง ส่งของจริง มีการอัปเดตในเพจร้านตลอด มีรูปตอนนัดรับที่เป็นรูปคนขายถ่ายกับลูกค้ามันทำให้มั่นใจว่าร้านนี้ชัวร์

สุนิสา: หลังจากซื้อเรือนแรกไปแล้ว อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้กลับมาซื้อซ้ำคะ

ลูกค้า: ราคาต่อได้ สวยถูกใจครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้มีจัด Promotion และมี Review รุ่นใหม่ๆให้ดูครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านมี Promotion ประมาณไหนคะรบกวนแนะนำด้วยคะ

ลูกค้า: อย่างซื้อนาฬิกาเรือนนี้เรือนต่อไปลดให้อีกเพราะเป็นลูกค้าเก่า แล้วก็มิชของแถมอะไรก็ได้ไม่ต้องราคาสูงมากมาแถมให้

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ร้านนี้น่าเชื่อถือ ราคาไม่แพง คุณภาพดีครับ

สรุป การที่ทางร้านอัปเดตข้อมูลการขายไม่ว่าจะเป็นรูปสินค้าที่มีทุกวัน รูปการนัดรับสินค้ากับลูกค้าเรื่อยๆจะทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจ ความเชื่อมั่นว่าทางร้านมีการขายสินค้าและส่งสินค้าชัวร์

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ คนที่ 10

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ แล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้าประทับใจร้านนั้น

ลูกค้า: ก็มีนะครับ ชอบการบริการของร้านที่พูดคุยดีแนะนำดีแล้วก็ราคาโอเคครับ

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้านเราได้ยังไงคะ มีคนแนะนำมารึเปล่าคะ

ลูกค้า: รู้จักทาง Facebook ครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: การส่งของที่เร็วแล้วก็ราคาไม่สูง

สุนิสา: ช่วยเล่าให้ฟังได้ไหมคะว่าทางร้านทำยังไงให้ลูกค้าถึงบอกว่ามีส่งของที่เร็วแล้วราคาไม่สูง

ลูกค้า: ถ้าสุดท้ายร้านลิ้มแข็งเลข EMS แล้วผมก็ไม่รู้สถานะของว่าส่งของยังส่งถึงไหนแล้วพอวันต่อมาของมาส่งที่บ้านผมก็ตกใจนะมันเร็วดี แล้วก็ราคาไม่สูงผมดูหลายร้านเปรียบเทียบกับร้านนี้ขายถูกสุดแล้ว

สุนิสา: หลังจากที่ซื้อเรือนแรกไปแล้ว อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้กลับมาซื้อซ้ำคะ

ลูกค้า: อย่างที่บอกแหละครับว่าราคา การส่งของที่เร็วและคุณภาพของที่ได้ตรงตามที่บอก

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้เราทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: น่าจะมีช่วงโปร โมชั่นหรือกิจกรรมจากทางร้านดูบ้างครับ แจกของเล็กๆน้อยๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่ไม่เคยอุดหนุนมาก่อนครับ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ร้านนี้เคยซื้อแล้วคุณภาพนาฬิกาดี ราคาไม่แพงแถมเจ้าของร้านคุยง่าย สุภาพ มั่นใจได้ว่าไม่ได้ของปลอม

สรุป การที่เราส่งสินค้าให้ลูกค้าทันทีทำให้ลูกค้ามั่นใจในการซื้อเพราะได้สินค้าจริงและรวดเร็ว

ลูกค้าประจำ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 1

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ก็ร้านนี้แหละครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าคิดว่าร้านเราเป็นร้านในดวงใจคะ

ลูกค้า: ได้ของแท้ ส่งของให้ลูกค้าจริง ส่งซัวร์

สุนิสา: แล้วลูกค้าเคยซื้อนาฬิกาที่ร้านอื่นไหมคะ

ลูกค้า: เคยซื้อครับ แต่ที่เปลี่ยนมาซื้อร้านนี้เพราะถามตอบเรื่องราคาก็จะตอบเลย จะไม่มีว่าต้องติดต่อมาหลังไมค์ (ลูกค้าต้องส่งข้อความมาถามเรื่องราคากับทางร้าน) ให้อย่างครับ แล้วมีโอกาสให้เราได้ตัดสินใจได้ครับ

สุนิสา: ร้านขายนาฬิกามีหลายร้านมากอะไรที่ทำให้ทางร้านตัดสินใจมาซื้อที่ร้านเราจะ

ลูกค้า: ความไว้วางใจครับ เพราะเคยซื้อเรือนแรกแล้วได้รับของจริงเป็นของแท้ ส่งของซัวร์มันผ่านมาได้ด้วยดีเรือน 2, 3, 4 มันเลยไม่ต้องมาเช็คข้อมูลว่าร้านนี้ปลอมแปลงเราไหม หรือว่าร้านนี้จะขายของปลอมไหม คือมันไม่ต้องมาคิดแล้วใจครับมีความน่าเชื่อถือไปแล้ว

สุนิสา: ที่ลูกค้าบอกว่าเป็นของแท้ ลูกค้าดูจากอะไรคะ

ลูกค้า: หลังจากซื้อมา 2 เรือน ได้มาของแท้ทุกเรือน เลยไม่มีความกังวลที่จะเลือกซื้อเรือนที่ 3,4 กับทางร้านเพราะไม่ต้องมานั่งคิดทบทวนความน่าเชื่อถืออะไรอีกแล้วครับสบายใจในการสั่งซื้อ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านปรับปรุงเพิ่มเติมอะไรไหมคะเพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: ก็น่าจะเป็นเรื่องทั่วๆ ไปที่ร้านอื่นๆคงจะเป็นเหมือนกันเรื่องการตอบซ้ำบ้างเป็นบางเวลาครับ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ร้านนี้เคยซื้อแล้ว ได้ของจริง ได้ทุกครั้ง

สรุป การที่ทางร้านขายสินค้าที่เป็นสินค้าแท้มีการรับประกันให้ลูกค้า ลูกค้าจะมั่นใจในการซื้อหากมีการซื้อครั้งต่อไปก็ไม่กังวลกลัวจะได้รับสินค้าปลอม

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 2

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจบ้างไหมคะ

ลูกค้า: ไม่มีครับ ปกติซื้อ Shop central ครับ

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนที่ชอบและประทับใจที่สุดไหมคะ เป็นสินค้าอะไรก็ได้คะ

ลูกค้า: มีครับ ร้าน Onisuka Tiger Thailand แล้วก็ร้านนาฬิการ้านนี้แหละครับบริการประทับใจ ราคามิตรภาพ เป็นกันเอง สินค้าได้มาตรฐาน เชื่อถือได้ครับ

สุนิสา: รู้จักร้านเราได้ยังไงคะ เพราะมีร้านขายนาฬิกาหลายร้านมากเลย

ลูกค้า: ก็ช่องทางออนไลน์ครับ ค้นหาจาก Google, Facebook แล้วก็ลองดูที่ราคา สินค้าที่โปร โมต ครับ แล้วน่าสนใจก็ลองสั่งดูครับ สินค้าที่สั่งก็ตรงตามต้องการครับ เลยให้ความไว้วางใจใช้บริการ มาตลอดครับ

สุนิสา: หลังจากที่เคยซื้อนาฬิกากับเราไปอะไรที่ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีกจนเป็นลูกค้าซื้อประจำกับทางร้านคะ

ลูกค้า: ก็ความเชื่อใจ เชื่อมั่นครับ จ่ายเงินไปแล้วได้รับของจริง สินค้าที่สั่งไปตรงตามต้องการและที่สำคัญคือความใส่ใจในการให้ข้อมูลเวลาซื้อครับ เพราะมีบางร้านพอลถามแล้วตอบไม่ค่อยละเอียดตอบไม่ค่อยว่างแบบนี้ทำให้ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาจจะลังเลไม่ซื้อด้วยได้เนะครับ ผมว่าสิ่งสำคัญคือการบริการอย่างเต็มที่เหมือนร้านนี้ครับ ถึงจะยังไม่ซื้อเลยแต่ทางร้านก็จะให้ข้อมูลและตอบอย่างเต็มใจและเอาใจใส่ครับ ข้อนี้ได้ใจลูกค้าไปเต็มๆเลยครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรไหมคะ เพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้บริการลูกค้าดีๆแบบนี้ต่อไปครับ และอยากให้ช่วยหาสินค้าให้ด้วยครับเวลาของที่ร้านหมดเพราะยังงี้ก็อยากซื้อสินค้ากับร้านนี้ก่อนครับ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: แนะนำว่าอยากได้ของแท้ ไว้ใจได้ สินค้ามีคุณภาพ บริการเป็นกันเองประทับใจก็ควรจะซื้อกับร้านนี้ครับ

สรุป การที่เราใส่ใจในการให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆของสินค้ากับลูกค้าจะทำให้ลูกค้าประทับใจ การซื้อซ้ำและอาจจะทำให้ลูกค้ามาเป็นลูกค้าซื้อประจำของทางร้านด้วย

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 3

สุนิสา: พี่มีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: มีครับ เป็นร้านของเพื่อน

สุนิสา: อะไรที่ทำให้พี่ประทับใจร้านนั้นหรือคะ

ลูกค้า: เป็นร้านเพื่อน ค่าส่งกับความมั่นใจในการได้รับสินค้าชัวร์ตรงตามที่สั่งครับ

สุนิสา: พี่รู้จักร้าน ABC SHOP ได้ยังไงคะ

ลูกค้า: ผ่านสื่อออนไลน์ครับ ตามมาจากกลุ่ม G-Shock

สุนิสา: อะไรที่เป็นจุดเปลี่ยนให้พี่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ากับทางร้านคะ

ลูกค้า: มีสินค้าตามต้องการได้รับสินค้าตามออเดอร์ครับ

สุนิสา: หลังจากที่เคยซื้อกับร้านเราไปอะไรที่ทำให้พี่ประทับใจกลับมาซื้อกับเราอีกจนเป็นพี่ซื้อประจำคะ

ลูกค้า: อย่างที่บอกละครับมีสินค้าตามต้องการ ได้รับสินค้าตามออเดอร์ทำให้เชื่อมั่นในบริการ

สุนิสา: พี่ช่วยขยายความคำว่า มีสินค้าตามต้องการได้รับสินค้าตามออเดอร์ ในความรู้สึกพี่ได้ไหมคะ

ลูกค้า: คือเวลาซื้อพี่ก็อยากได้ไวๆเพราะพี่พร้อมจะซื้อซึ่งร้านน้องมีให้ตามที่พี่ต้องการ โดยที่ไม่ต้องรอ ถ้าเปรียบเทียบกับร้านอื่นคือร้านน้องมีพร้อมส่งเลย ถ้าร้านอื่นก็จะมีบ้างหรือไม่มีแต่เค้าส่งช้า

สุนิสา: พี่อยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรไหมคะ เพื่อจะทำให้พี่ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: การตอบลูกค้าอย่างเฉยเลย ขอไวชนิดนี้จะดีมาก

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน พี่จะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: แนะนำว่าเป็นร้านที่น่าเชื่อถือ มั่นใจว่าได้ของชัวร์

สรุป การที่ทางร้านมีสินค้าพร้อมส่งให้ลูกค้าทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ต้องรอและการส่งของรวดเร็วถึงมือลูกค้าก็ยิ่งทำให้ลูกค้าประทับใจ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 4

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนที่ซื้อประจำไหมคะ แล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้าประทับใจร้านนั้นคะ

ลูกค้า: มีครับ ชอบร้านนั้นเพราะราคา พ่อค้าอภัยขาย คุยง่ายเป็นกันเอง

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP จากที่ไหนคะ

ลูกค้า: อินเทอร์เน็ตครับ ทาง Facebook

สุนิสา: ร้านขายนาฬิกามีหลายร้านมากอะไรที่ทำให้ทางร้านตัดสินใจมาซื้อจากร้านเราคะ

ลูกค้า: สินค้าเยอะ คุยกับคนขายแล้วคุยเป็นกันเอง เอาใจใส่ลูกค้า

สุนิสา: ลูกค้าเคยซื้อสินค้ากับทางร้านแล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้าประทับใจจนกลับมาซื้อจนเป็นลูกค้าประจำคะ

ลูกค้า: สินค้าเยอะ มีนาฬิกาหลากหลายทั้งของผู้ชายผู้หญิง มีให้เลือกเยอะ เวลาคุยกับคนขายคุณลูกค้าคอมมิ่ง 5555 พุดเพราะดีชอบพุดติดตลกด้วยทำให้รู้สึกเป็นกันเองมากเวลาจะถามก็กล้าถามไม่เหมือนร้านอื่นๆที่ไม่ค่อยใส่ใจลูกค้าเวลาถามอยากขายอย่างเดียว

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรไหมคะ เพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: จัดโปรโมชันสำหรับลูกค้าเก่า หรือมีของขวัญปีใหม่เล็กๆน้อยๆในช่วงเทศกาล เช่นวาเลนไทน์ปีใหม่ แบบ วาเลนไทน์ลูกค้าชื่อนาฬิกาแถมลูกอมฮาบทที่ 1 เม็ดประมาณนี้

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: แนะนำเพราะเราเคยใช้บริการร้านนี้ ค่าบริการดีทำให้เราประทับใจ

สรุป การขายสินค้าเป็นเหมือนการบริการถ้าเราพุดกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง และใส่ใจที่จะแนะนำลูกค้าจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากขึ้น

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 5

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านขายนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: มีครับร้านพีชชี่ ชัยชนะ แล้วก็ร้านนี้แหละครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าประทับใจคะ

ลูกค้า: ร้านพีชชี่ชอบเรื่องเวลาในการส่งที่แถมส่งของเร็วดีครับ ส่วนกับที่ร้านจะชอบเรื่องการแพ็คของดีมีกันกระแทกด้วยบางร้านห่อกันกระแทกแล้วก็ปิดกล่องเลยแต่ที่ร้านจะเอากระดาษมาห่อรอบๆอีกที่กันกล่องเคลื่อนแล้วกระแทกด้วย

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP จากที่ไหนคะ

ลูกค้า: เห็นใน Facebook ครับ

สุนิสา: อะไรที่เป็นจุดเปลี่ยนให้ลูกค้าตัดสินใจมาซื้อสินค้ากับทางร้านคะ เพราะร้านขายนาฬิกามีเยอะมาก

ลูกค้า: สินค้าบางตัวราคาดีไม่แพงมากครับ คนขายคุยง่ายสบายๆ

สุนิสา: ลูกค้าเคยซื้อสินค้ากับทางร้านแล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อจนเป็นลูกค้าประจำคะ

ลูกค้า: คนขายคุยง่ายถามอะไรก็ตอบดีไม่แสดงน้ำเสียงว่ารำคาญลูกค้าครับ ถ้าไม่มีของก็พยายามหาของจากร้านที่มีมาให้ครับ ใส่ใจลูกค้าดีมากบางร้านไม่มีก็บอกไม่มีจะไม่หาของให้หรือแนะนำร้านไหนให้เลยสงสัยไม่อยากจะซื้อร้านอื่น 5555

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรใหม่คะ เพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้ที่ร้านจัดโปรโมชันบ้างครับ นอกนั้นผมว่าก็โอเคแล้ว

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ลองไปเลือกชมหรือสอบถามร้านนี้ได้คนขายคุยง่าย ๆ

สรุป การที่ลูกค้ามาซื้อสินค้าแล้วทางร้านพูดคุยเป็นกันเองหรือถ้าสินค้านั้นไหนหมดก็หามาให้ลูกค้าหรือแนะนำลูกค้าให้ซื้อร้านที่มี โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาหาเองทำให้ลูกค้าประทับใจจนเป็นลูกค้าซื้อประจำ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 6

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านขายนาฬิกาที่ไหนในดวงใจใหม่คะ

ลูกค้า: ก็ร้านนี้แหละครับ ไม่ได้ชมนะครับแต่เรื่องจริง

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP จากที่ไหนคะ

ลูกค้า: รู้จักจากที่ผมเป็นสมาชิกในห้อง G-Shock สักห้องครับแล้วเห็นทางร้านโพสรูปขายเรือนที่ผมต้องการและราคาดันก็สมเหตุสมผลกันครับ

สุนิสา: อะไรที่เป็นจุดเปลี่ยนให้ลูกค้าตัดสินใจมาซื้อสินค้ากับทางร้านคะ เพราะร้านขายนาฬิกามีเยอะมาก

ลูกค้า: ไม่มีอะไรมาจากการคุยตอนซื้อของ คุยง่ายเป็นกันเอง ปรึกษาเรื่องนาฬิกาแต่ละรุ่นว่าต่างกันยังไงก็ให้ความชัดเจน แถมราคาถูกกว่าร้านอื่น

สุนิสา: ลูกค้าเคยซื้อสินค้ากับทางร้านแล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้าประทับใจแล้วกลับมาซื้อจนเป็นลูกค้าประจำคะ

ลูกค้า: คนขายพูดจาชัดเจน ส่งตรงเวลา เร็ว สินค้าส่งตรงตามที่คุยและห่อของดีมาก ที่สำคัญมีการเช็คด้วยว่าของถึงลูกค้าหรือยัง

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรไหมคะ เพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: ผมชอบร้านนี้เพราะเวลาที่ลูกค้าอยากได้รุ่นนี้แล้วของไม่มีแต่ทางร้านก็พยายามหาของที่ลูกค้าต้องการมาให้ได้ ถ้าให้แนะนำตอนนี้ผมยังไม่มีนะถ้ามีแล้วผมจะแจ้งนะครับเพราะสิ่งที่ทำดีแล้วขอให้กิจการรุ่งเรือง ขายของดิบขายของดีนะครับ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ก็จะให้เบอร์ติดต่อทางร้านเลยครับ เคยมีครั้งหนึ่งที่ลูกผมอยากได้แต่กลัวการซื้อทางอินเทอร์เน็ต เลยให้ผมติดต่อให้ที่เป็นตัว Baby-G ตัวล่าสุดนั้นแหละครับ

สรุป หลังจากส่งสินค้าให้ลูกค้าแล้วๆทางร้านยังยอมเสียเวลาสักเล็กน้อยติดต่อกลับไปหาอีกครั้งเพื่อถามว่าลูกค้าได้รับสินค้าหรือยังทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 7

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านขายนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ร้านนี้เลยครับที่ชอบแล้วซื้อบ่อยที่สุด

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจว่าร้าน ABC SHOP เป็นร้านในดวงใจของลูกค้าคะ

ลูกค้า: ตั้งแต่ซื้อกันมาไม่มีครั้งไหนที่ไม่รู้สึกไม่ประทับใจเลยครับเพราะคนขายพูดจาดีเป็นกันเอง ราคาต่อรอง่าย ยิ่งถ้าซื้อ 2 เรือนพร้อมกันลดราคาแต่ละเรือนแล้วถ้าซื้อพร้อมกันเลยราคาก็ลดลงอีกครับ

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP จากที่ไหนคะ

ลูกค้า: Facebook ครับ

สุนิสา: อะไรที่เป็นจุดเปลี่ยนให้ลูกค้าตัดสินใจมาซื้อสินค้ากับทางร้านคะ เพราะร้านขายนาฬิกามีเยอะมาก

ลูกค้า: ราคาต่อรองได้ง่าย คุยเป็นกันเอง แล้วเห็นมาโพสเปิดประมูลนาฬิกาบ่อยๆครับ

สุนิสา: ลูกค้าเคยซื้อสินค้ากับทางร้านแล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อจนเป็นลูกค้าประจำคะ

ลูกค้า: ถ้ามั่นที่หาแล้วมีของครับ ไว้ใจได้เพราะเห็นมีคนเคยมาขอเครดิตแล้วมีคนเข้ามาให้เครดิตร้านนี้เยอะมากครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรไหมคะ เพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้โพสนาฬิการุ่นใหม่ๆ และอยากให้จัดโปรโมชั่นด้วย

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ร้านนี้ถูกต่อรองราคาได้ คนขายคุยง่าย

สรุป หากสามารถลดราคาให้ลูกค้าได้ไม่ว่าจะลดเท่าไรลูกค้าก็อาจจะซื้อพร้อมกันหลายๆเรือนได้ แต่กลับกันหากทางร้านมัวแต่คิดถึงแต่กำไรจากที่อาจได้ขายหลายเรือนแต่สุดท้ายอาจจะไม่ได้ขายเลยก็ได้

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 8

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านขายนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ แล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้าประทับใจร้านนั้นคะ

ลูกค้า: มีร้านนี้กับร้านพี่ก้องครับ ชอบทั้งคู่เพราะราคาถูก คุยง่ายเหมือนกันเลยครับ

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP จากที่ไหนคะ

ลูกค้า: กลุ่ม G-Shock Thailand ครับ

สุนิสา: อะไรที่เป็นจุดเปลี่ยนให้ลูกค้าตัดสินใจมาซื้อสินค้ากับทางร้านคะ เพราะร้านขายนาฬิกามีเยอะมาก

ลูกค้า: ร้านนี้โปสขายบ่อยๆแล้วราคาก็ถูกดีครับ แล้วจริงๆชอบอยู่แล้วก็สนใจทุกรุ่นเลยครับแต่ด้วยราคาเลยค่อยๆซื้อใส่ครับ

สุนิสา: ลูกค้าเคยซื้อสินค้ากับทางร้านแล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อจนเป็นลูกค้าประจำคะ

ลูกค้า: อย่างที่บอกแหละครับราคาถูก ต่อรองราคาได้ ลดได้ลด แล้วก็ความซื่อ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าได้ของซัวร์คะ

ลูกค้า: ก่อนซื้อผมก็เช็คใน Facebook ก่อนว่ามีผลตอบรับดีไหมพอเห็นคนมารีวิว แล้วค่อยคุยกัน พอได้คุยแล้วรู้สึกไวใจเพราะมีการรับประกันด้วยสามารถส่งซ่อมเซลทรัลได้ทุกจังหวัด หลังจากตั้งตัวแรกไปแล้วได้ของเลยรู้สึกไวใจได้ครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรไหมคะ เพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: จริงๆแบบนี้สำหรับผมก็โอเคนะครับเพราะขายนาฬิกาออนไลน์ส่วนใหญ่ผมว่าไม่ต่างกันมากส่วนใหญ่ลูกค้าดูที่ราคากับดูว่าแท้ไหม

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: จะแนะนำเค้าเข้ากลุ่มแล้วก็จะบอกเพจร้านให้เค้าลองคุยดู

สรุป การที่เรามีใบรับประกันสินค้าให้ลูกค้าทำให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้าและกล้าที่จะสั่งซื้อสินค้าอีก

สัมภาษณ์ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 9

สุนิสา: น้องมีร้านขายนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ แล้วอะไรที่ทำให้น้องประทับใจร้านนั้นคะ

ลูกค้า: ก็ร้านนี้เลยครับ ร้านอื่นผมก็สั่งบ่อยนะแต่เป็นรุ่นทั่วไป แต่เวลาผมหารุ่นที่หายากๆหาร้านไหนก็ไม่มีร้านที่จะมีของที่ผมหาตลอดเลยครับ

สุนิสา: น้องรู้จักร้าน ABC SHOP จากที่ไหนคะ

ลูกค้า: ผมเป็นสมาชิกกลุ่ม G-Shock มานานแล้วครับ เลยตามมาจากในกลุ่ม

สุนิสา: อะไรที่เป็นจุดเปลี่ยนให้น้องตัดสินใจมาซื้อสินค้ากับทางร้านคะ เพราะร้านขายนาฬิกามีเยอะมาก

ลูกค้า: เห็นร้านที่โพสขายนาฬิกาอยู่ในกลุ่มเป็นประจำ ผมเลยมั่นใจครับ

สุนิสา: น้องเคยซื้อสินค้ากับทางร้านแล้วอะไรที่ทำให้น้องประทับใจแล้วกลับมาซื้อจนเป็นลูกค้าประจำคะ

ลูกค้า: ราคาสมเหตุสมผลจริงๆ ผมซื้อหลายร้านมากแต่ร้านที่มีของให้เลือกเยอะกว่าร้านอื่นๆผมเลยคิดว่าร้านพี่โอเคสุดละครับ

สุนิสา: น้องอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรไหมคะ เพื่อจะทำให้น้องประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้พี่เปิดประมูลบ่อยๆ แต่ไม่อยากให้พวกกันเองดันราคาให้สูงจนพอใจเหมือนร้านอื่นที่เปิดประมูล นอกนั้นก็ไม่มีอะไรครับ

สุนิสา: รับทราบจ้า ส่วนใหญ่เรื่องที่ราคาสูงๆ บางทีลูกค้าบางคนก็อยากได้จริงๆแล้วก็มีลูกค้าบางคนทีประมูลเล่นๆก็มีบ้างตัวที่ลงประมูลไปจริงๆแล้วขาดทุนเพียบเลยนะ 555 ได้ทั้งกำไรและขาดทุนบ้างพี่ว่าสนุกดี

ลูกค้า: ผมก็ไม่ค่อยประมูลเท่าไรหรอกครับเพราะเวลาจะประมูลดูราคาต่ำสุดแล้วราคาไปไกลมากครับ 55

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้านน้องจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ก็จะแนะนำร้านพี่เลยครับราคาไม่แพงมาก ถูกกว่าซื้อที่ห้างเยอะ มีของให้เลือกเยอะด้วยครับ ทั้งรุ่นธรรมดาและรุ่นที่หายากๆ

สรุป การมีสินค้าที่หลากหลายและราคาไม่สูงมากเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าสนใจที่จะซื้อสินค้ากับร้าน ABC SHOP

ลูกค้าซื้อประจำ คนที่ 10

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านขายนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ร้านลุงหมี่ครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ชอบหรือประทับใจร้านนี้คะ

ลูกค้า: คุง่ายราคากันเองดีครับ ถูกกว่าซื้อปเยอะมากครับ การขนส่งเร็วแพ็คดีสินค้าไม่เสียหายครับ

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP จากที่ไหนคะ

ลูกค้า: ปกติก็เปิดดูราคาทุกร้านเลยครับเพราะในกลุ่ม G-Shock การันตีว่าโอเคทุกร้าน ของแท้ 100%

สุนิสา: อะไรที่เป็นจุดเปลี่ยนให้ลูกค้าตัดสินใจมาซื้อสินค้ากับทางร้านคะ เพราะร้านขายนาฬิกามี เยอะมาก

ลูกค้า: ราคาและการบริการครับ

สุนิสา: ลูกค้าเคยซื้อสินค้ากับทางร้านแล้วอะไรที่ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อจนเป็นลูกค้าประจำคะ

ลูกค้า: อย่างที่บอกแหละครับว่าราคาและการบริการที่คุง่ายครับ ตอบไวไม่รอนาน โอนแล้วส่ง ของไวตรงเวลา สินค้ามีคุณภาพมีใบรับประกันด้วยครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือแก้ไขอะไรไหมคะ เพื่อจะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้จัดโปร โมชันบ้างครับเอารุ่นยอดนิยมเลยยิ่งดีครับ

สุนิสา: ถ้ามีโอกาสแนะนำให้เพื่อน คนรู้จักมาซื้อสินค้ากับทางร้าน ลูกค้าจะแนะนำอย่างไรคะ

ลูกค้า: ร้านนี้คุง่าย บริการดี ขายของแท้เชื่อใจได้

สรุป การที่เรามีใบรับประกันสินค้าให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าทำให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้าแล้วที่จะสั่งซื้อสินค้าอีกและการที่ลูกค้าสนใจสินค้าแล้วทางร้านตอบกลับอย่างรวดเร็วทำให้ลูกค้าพึงพอใจรู้สึกว่าได้ใจลูกค้า

ลูกค้าบอกต่อ

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 1

สุนิสา: ลูกค้าเคยซื้อนาฬิกาที่ร้านไหนมาก่อนไหมคะ

ลูกค้า: เคย แต่ไม่ได้ซื้อผ่านทาง Online ปกติจะซื้อตามห้างเพราะสะดวกได้เห็นของจริงได้ลองใส่ ด้วยว่าเข้ากับเราด้วยไหม

สุนิสา: ลูกค้ามาซื้อผ่านทาง Online แล้วรู้สึกยังไงบ้างคะ

ลูกค้า: ซื้อ Online เราสามารถดูสินค้าได้นานเป็นอาทิตย์เป็นเดือน แล้วค่อยตัดสินใจแต่ถ้าซื้อใน ห้างเราไปดูเหมือนเราต้องซื้อกับเค้าทันที เลยชอบซื้อทาง Online เพราะมันมีเวลาตัดสินใจได้

สุนิสา: รู้จักร้าน ABC SHOP จากที่ไหนคะ

ลูกค้า: มีคนแนะนำมาว่าร้านนี้ขายถูก ราคาต่อรองได้

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: คนขายคุยง่าย พุดง่าย ราคาต่อง่าย

สุนิสา: ช่วยขยายความที่บอกว่า คนขายคุยง่าย พุดง่าย ราคาต่อง่าย ให้ฟังได้ไหมคะ

ลูกค้า: เวลาซื้อของกับร้านที่เราไม่รู้จกก็จะคุยยากคุยแล้วไม่สนิทใจ แต่ถ้าซื้อกับร้านนี้ที่เป็นคนรู้จักกันจะรู้สึกว่าจะคุยกันง่ายกว่า กล้าจะต่อราคาด้วยของที่ได้ก็ของแท้ส่งของให้ชัวร์ ถ้าเป็นคนไม่รู้จกกลัวเค้าจะส่งของให้เราไม่ดึกกลัวไม่ได้ของ

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ แล้วลูกค้าบอกต่ออย่างไรคะ

ลูกค้า: ขายถูก ส่งของเร็ว ส่งของชัวร์

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติมหรือปรับปรุงอะไรไหมคะที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้น

ลูกค้า: อยากให้ทางร้านลดราคาสินค้าเวลาซื้อทุกครั้ง

สรุป การที่เราขายสินค้าให้ลูกค้าที่เป็นคนรู้จักแสดงว่าลูกค้าต้องมั่นใจในร้าน ดังนั้นเราควรที่จะทำ ให้ลูกค้าประทับใจมากๆเพราะลูกค้าอาจจะบอกต่อลูกค้าคนอื่นให้เราได้หลายๆคน

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 2

สุนิสา: พี่มีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ก็มีอยู่ 2-3 ร้านอะคะ ถ้าร้านไหนถูกกว่าก็ซื้อร้านนั้น

สุนิสา: อะไรที่ทำให้พี่ชอบและประทับใจร้านนั้นคะ

ลูกค้า: คนขายบริการดีพูดจาดีก็โอเคแล้วคะ

สุนิสา: พี่รู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: เห็นในกลุ่ม G-Shock แล้วก็มีพี่ที่เขาซื้อประจำแนะนำมาอีกทีคะ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้พี่เลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: พี่ที่ซื้อประจำแนะนำพี่มาว่าร้านนี้ขายถูกส่งไวไม่มีโกง

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้พี่ประทับใจแล้วบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ

ลูกค้า: บริการดี ส่งของไวไม่มีโกง คนขายคุยง่าย ราคาต่อได้

สุนิสา: พี่ช่วยเล่าเหตุการณ์ให้ฟังได้ไหมคะที่บอกว่าทางร้านบริการดีเป็นอย่างไรคะ

ลูกค้า: อ้อ ตอนซื้อพี่ขอดูรูปนาฬิกากับทางร้านเพิ่มเติมทั้งตัวนาฬิกาหลายๆมุม ทั้งกล่อง คู่มือคือพี่กลัวได้ของมีตำหนิใจ แล้วทางร้านก็ถ่ายมาให้ทำให้พี่มั่นใจว่าเป็นของใหม่ ไม่มีตำหนิ แถมตอนที่

ที่โอนเงินก็โอนประมาณ 4 โมงเย็นอีก 30 นาทีไปรษณีย์ปิดถ้าร้านอื่นเค้าคงยกยอดส่งไปฟรังก์นี้ แต่ร้านนี้รับแพ็คเกจของส่งให้ทันเพื่อจะได้ส่งให้วันนี้ได้ใจพี่ไปเรื่อยๆเลยบริการดีมากโอนเช้าแต่ก็ส่งของให้

สุนิสา: พี่อยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อพี่จะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: ก็ไม่มีอะไรนะ บริการดีอยู่แล้ว ส่งของก็ไวดี

สรุป การที่เราถ่ายรูปมาให้ลูกค้าที่ไม่มั่นใจว่าของที่ได้เป็นของมือ 1 ไม่มีตำหนิเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าและการรับแพ็คเกจสินค้าต่างๆที่เหลือเวลาไม่มากเพื่อที่จะส่งให้ลูกค้าให้ทันในรอบวันนี้ทำให้ลูกค้าประทับใจมากๆ

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 3

สุนิสา: น้องมีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ร้านของพี่นี่แหละครับกับร้านตามห้างที่จัดโปรโมชัน

สุนิสา: อะไรที่ทำให้น้องชอบและประทับใจคะ

ลูกค้า: ราคาถูก เชื่อถือได้ครับเพราะการซื้อของออนไลน์ความน่าเชื่อถือสำคัญมากๆ

สุนิสา: น้องรู้จักร้านพี่ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: รู้จักจากเพจร้านและจากกลุ่ม G-Shock ครับคือมีสมาชิกมาขอเครดิตซื้อพี่แล้วคนให้เครดิตร้านนี้พี่เยอะมากๆครับผมเลยคิดว่าร้านนี้ส่งของชัวร์ไม่โกง

สุนิสา: อะไรที่ทำให้น้องเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางพี่คะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: อย่างที่บอกแหละครับ ในบางครั้งความน่าเชื่อถือเป็นเรื่องสำคัญ หลังจากเคยซื้อครั้งนึงแล้วหากประทับใจก็ไม่จำเป็นต้องไปหาร้านอื่นเพื่อเช็คเครดิตกันใหม่ ราคาสินค้ามันมีราคาตลาดถูกแพง ต่างกันไม่มาก หากร้านพี่แพง ก็แพงกว่าไม่มาก หากถูกกว่าก็ถือว่าผม โชคดีที่ซื้อทันครับ

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้น้องบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าคนอื่นคะ

ลูกค้า: ส่งของจริงส่งเร็ว ของแท้ไม่ต้องกลัวโกงครับ

สุนิสา: น้องอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อน้องจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: ที่ทำตอนนี้ก็ดีอยู่แล้วครับ

สรุป การที่เราสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าที่เคยซื้อ แล้วถ้ามีลูกค้าที่อยากจะซื้อครั้งแรกกับทางร้านลูกค้าเก่าที่เคยซื้อจะเป็นลูกค้าที่บอกต่อความมั่นใจในสินค้าและการบริการได้ดี

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 4

สุนิสา: พี่มีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ก็ร้านน้องแหละครับ ของแท้ ราคาไม่แพงมาก

สุนิสา: พี่รู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: รู้จักจากเฟซบุ๊ก เพื่อนๆชาว G-Shock แนะนำต่อกันมา แล้วมีการันตีว่าได้ของแท้ ราคาไม่แพงมาก

สุนิสา: อะไรที่ทำให้พี่เลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: ชื่อตรง ไม่โก่งไม่เอาของปลอมมาขาย ไม่คิดคำพูดบอกต่งวันไหนก็วันนั้น เรื่องราคาเป็นเรื่องรองลงมาเลยครับ

สุนิสา: แล้วอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้พี่บอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ

ลูกค้า: ได้รับของจริง มีคุณภาพตรงตามที่รับปาก ระยะเวลาส่งของตรงตามที่บอก

สุนิสา: พี่อยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อที่พี่จะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้เพิ่มเติมขยายเข้าไปในกลุ่ม G-Shock อื่นๆอีกเยอะๆนะครับเพื่อมีคนสนใจ เขาจะได้ชื่อของดีราคาไม่แพง แล้วอีกอย่างที่ต้องทำคือ ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อว่าของที่เรายขายเป็นของแท้ บอกตรงๆนะพี่ว่าตอนนี้ของปลอมเยอะมากๆ ถ้าแก้ไขเรื่องนี้ได้ผมรับรองว่าจะมีลูกค้าอีกเยอะทุกวันนี่ชื่อของในเว็บ คนกลัวอยู่ 2 อย่าง ได้ของปลอมกับไม่ได้ของนะครับ

สรุป การที่เราทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าเราขายของแท้ส่งของชัวร์ ถ้าเราทำให้ลูกค้าเชื่อได้จะเป็นสิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าบอกต่อกันมากขึ้น ลูกค้าจะเข้ามาซื้อสินค้ากับทางร้านมากขึ้น

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 5

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ไม่มีครับ เน้นราคาเป็นหลัก

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนไหมคะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากๆคะ

ลูกค้า: Itruemart ครับ ร้านนี้ซื้อง่าย ราคาดี จัดโปรโมชันบ่อย

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: กลุ่ม G-Shock เจอราคาโอเคผมก็ซื้อเลยครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: ราคา ความน่าเชื่อถือ และมีของให้เลือกเยอะดีครับ

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ แล้วลูกค้าบอกต่ออย่างไรคะ

ลูกค้า: เหมือนที่บอกแหละครับว่าราคา ความน่าเชื่อถือ และมีของให้เลือกเยอะดี

สุนิสา: ที่บอกว่าน่าเชื่อถือลูกค้ามาจากอะไรคะ

ลูกค้า: คนที่อยู่ในกลุ่มทุกคนจะรู้อยู่แล้วว่าการขายในกลุ่มต้องขายของแท้กันแล้วร้านนี้ก็ขายมานานมีคนให้เครดิตเยอะยังงี้ก็ซัวร์ว่าของแท้แน่นอนครับ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้ตอบเร็วขึ้นสักหน่อยครับ ลูกค้าจะได้ไม่รอนานเพราะบางทีการที่ร้านตอบช้าลูกค้าอาจจะเปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นได้ง่ายมากครับ

สรุป การที่มีกลุ่มลูกค้าที่มั่นใจเชื่อใจอยู่แล้ว ทางร้านควรนี้จะรักษากลุ่มนี้ให้ดีเพราะลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็ลูกค้าบอกต่อที่สามารถบอกต่อให้ลูกค้าท่านอื่นเข้ามาสนใจได้มากและการที่มีสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกเยอะราคาไม่สูงยิ่งจะทำให้ดึงดูดลูกค้าให้อยากเข้ามาซื้อ

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 6

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ชื่อหลายร้านไม่มีร้านไหนเป็นพิเศษคะ

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนไหมคะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากคะ

ลูกค้า: มีร้านขายรองเท้าที่ขายในอินสตาแกรมคะ คือซื้อไปแล้วพอได้รับรองแล้วมันหลวมคะเลยติดต่อทางร้านไปทางร้านก็ประกาศขายช่วยต่างๆที่ถ้าเป็นร้านอื่นก็จะปิดการขายไปเลยไม่ก็จะมียางร้านที่ไม่รับคืนแต่ร้านนี้ช่วยหาคนใส่ไซส์ที่เราซื้อมาจนเราได้ขายคะเลยชอบร้านนี้มากจจนตอนนี้เป็ลูกค้าประจำไปแล้ว

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: จากเพจ G-Shock Sale คะ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: ราคาคะ คือแรกเลยเราจะมั่นใจว่าในกลุ่มนี้ทุกร้านต้องขายของแท้ถ้าร้านไหนขายของปลอมหรือมีการโกงจะโดนแบนออกจากกลุ่มซึ่งคนที่ขายได้ก็ซัวร์ 100% มีเครดิตไว้ใจได้ทุกร้านอยู่แล้วและพอเจอราคาที่โอเคก็เลยตัดสินใจซื้อคะ

สุนิสา: แล้วอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ

ลูกค้า: ความไว้วางใจได้คะแล้วราคาก็ไม่แพงมากถ้าเทียบกับร้านอื่น

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าบอกว่าร้านนี้ไว้วางใจได้คะ

ลูกค้า: คือขายของออนไลน์มันมีความเสี่ยงมากที่จะไม่ได้รับของแต่ร้านนี้อย่างที่บอกว่าไว้ใจได้ เพราะหลังจากโอนที่ร้านก็ส่งของตามวันเวลาที่บอกและสินค้าได้รับตามที่บอกเลยละมั้ง

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้มีของแถมเวลาซื้อพวกขาตั้งนาฬิกา พวงกุญแจร้านหรืออะไรก็ได้คะ

สรุป การขายสินค้าออนไลน์เราต้องรีบส่งสินค้าทันทีเพื่อให้ลูกค้าไว้ใจและเชื่อมั่นเพราะสินค้าออนไลน์จะขายไม่ได้หากลูกค้าไม่มีความมั่นใจในตัวร้าน

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 7

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ก็มีร้านที่นี่แหละครับ ราคาไม่แพงครับ ส่งไวส่งชัวร์ 100%

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: ตามมาจากกลุ่ม G-Shock Thailand ครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: เท่าที่ดูมาผลตอบรับร้านพี่ก็โอเคครับเห็นคนมาเม้นว่าร้านนี้ส่งจริง ส่งเร็ว แล้วราคาก็ถูกด้วยครับ

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจจนบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ แล้วลูกค้าบอกต่ออย่างไรคะ

ลูกค้า: ผมมาจากต่างจังหวัดแล้วมาติดออล์ฟกับเพื่อนแถวๆท่าพระวันนั้นผมเช่าโรงแรม Gallery แถวบึงแก่นนครไว้ผมตั้งใจจะนัดรับของเลยบอกชื่อโรงแรมให้ แล้วพี่ถามว่าอยู่แถวไหนผมก็ตอบไม่ได้เพราะไม่คุ้น สักพักพี่ก็ทักมาบอกว่า 4 โมงเย็นจะไปหาที่โรงแรมผมขอบนะทั้งที่พี่ก็รู้ว่าอยู่ไหนแต่ก็หาทางเอาของมาให้ลูกค้าเรียกว่าบริการลูกค้าถึงที่เลยแล้วยังแนะนำร้านอาหารอร่อยๆให้ผมด้วย

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: ไม่มีครับ ทุกครั้งที่สั่งของจากร้านพี่ผมไม่เคยกังวลเลย สินค้าจากพี่น่าเชื่อถือมากครับ

สรุป การที่เราบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจบริการให้ลูกค้าสะดวกที่สุดอย่างไรไปหาลูกค้าเองแทนที่ลูกค้าจะต้องมาหาเป็นการสร้างความประทับใจให้ลูกค้ามากๆ

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 8

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ไม่มีครับ ปกติจะดูหลายๆร้านเพื่อเปรียบเทียบราคากัน

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนไหมคะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากๆคะ

ลูกค้า: ร้านนี้แหละครับ นี่ถ้านับผมน่าจะซื้อไปประมาณ 5-6 เรือนแล้ว 55555

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: ค้นหามาจาก Facebook เจอเพจร้านครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: อันคับแรกเลยคือราคาและความซัวร์เพราะมีลูกค้าเก่าๆมาเม้นว่าส่งของจริงบางคนบอกวันเดียวได้ของแบบนี้เลยคิดว่าร้านนี้น่าจะส่งซัวร์

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจจนบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ แล้วลูกค้าบอกต่อ ยังไงคะ

ลูกค้า: คุณภาพสินค้าที่ได้คือสินค้าที่ซื้อจากร้านนี้จะได้รับครบตามที่แจ้ง อุปกรณ์ครบสมบูรณ์ ไม่มีตำหนิหรือชำรุด หากมีความชำรุดเช่น กล้องยับทางร้านก็จะแจ้งลูกค้าก่อน ไม่ใช่ส่งสินค้ามาแล้วลูกค้ามารู้ตอนได้รับสินค้าความซื่อสัตย์ของทางร้านที่ส่งสินค้าแล้วแจ้งเลข EMS ที่ให้ลูกค้าสามารถเช็คสถานะของสินค้าได้ และทางร้านสามารถหาสินค้าได้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: ตลาดออนไลน์มีการแข่งขันกันสูงเรื่องการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่สุด รวมทั้งการบริการหลังการขายก็เป็นสิ่งที่สำคัญ นอกนั้นก็เยี่ยมแล้วครับ

สรุป การขายสินค้าออนไลน์ความซื่อสัตย์เป็นสิ่งสำคัญเราควรมีความซื่อสัตย์สินค้าเป็นอย่างไรก็แจ้งอย่างนั้นไม่ควรจะพูดเกินจริงเพื่อให้ลูกค้าซื้อเพราะหากลูกค้าได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่พูด อาจจะทำให้เสียลูกค้าคนนี้ไป อีกทั้งการขายสินค้าออนไลน์มีทั้งดีและไม่ดีหากร้านนั้นไม่มีความซื่อสัตย์ลูกค้าพูดแค่คนเดียวก็อาจจะทำให้ชื่อเสียงของทางร้านติดลบได้

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 9

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: มีอยู่ 2-3 ร้าน

สุนิสา: แล้วลูกค้าประทับใจอะไรในร้านนั้นครับ

ลูกค้า: ปกติผมซื้อตามความพึงพอใจ มีราคาในใจแล้วถ้าร้านไหนราคาสูงก็ไม่ซื้อครับแล้วก็จะดูร้านที่ราคาไม่สูงมาก ดูหลายๆร้านเปรียบเทียบราคากัน

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: เห็นขายในกลุ่ม G-Shock Thailand กับกลุ่ม G-Shock Sale

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: อย่างที่บอกว่ามีราคาในใจร้านไหนราคาสูงก็ไม่เอา หรือถ้าประมูลก็มีราคากลางก่อน ส่วนมากราคาร้านนี้จะไม่แพงเท่าร้านอื่นๆที่ขายในกลุ่มครับ

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ

ลูกค้า: ราคาไม่แพงมากบางครั้งลดให้เลยทันทีถ้าผมโอนภายในวันนั้น การจัดส่งที่เร็วดีโอนก่อน 4 โมงเย็นก็ส่งของให้ภายในวันนั้นส่งเสร็จก็แจ้งเลขให้สามารถเช็คของได้ครับว่าส่งจริง

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้มีของแถมให้ลูกค้าเก่าๆที่ซื้อของครับเป็นอะไรก็ได้

สรุป การที่เราจัดส่งสินค้าแล้วให้เลข EMS เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าส่งสินค้าจริง

สัมภาษณ์ลูกค้าบอกต่อ คนที่ 10

สุนิสา: ลูกค้ามีร้านนาฬิการ้านไหนในดวงใจไหมคะ

ลูกค้า: ไม่มีร้านไหนเป็นพิเศษครับส่วนใหญ่ดูราคาหลายๆร้าน

สุนิสา: แล้วลูกค้ามีร้านขายสินค้าออนไลน์ร้านไหนไหมคะ ที่ลูกค้าเคยซื้อแล้วประทับใจมากคะ

ลูกค้า: ร้านขายเสื้อครับ คือร้านนี้ผมยังไม่โอนเงินบอกจะโอนตอนเย็นๆสักสี่ โมงเย็นพี่เค้าก็ส่งเลขไปรษณีย์ให้ผมแล้วอะครับ ตอนแรกผมคิดว่าส่งให้แต่ผมที่เป็นลูกค้าประจำแต่พอเพื่อนสั่งเพื่อนก็บอกว่าพี่เค้าส่งให้ก่อน โอนเงินเหมือนกัน ผมชอบร้านนี้นะเพราะไม่เคยเจอแบบนี้ที่ร้านไหนแล้วก็สามารถส่งคืนได้ด้วยถ้าใส่ไม่ได้หรือไม่ถูกใจผมว่าดีมาก

สุนิสา: ลูกค้ารู้จักร้าน ABC SHOP ได้อย่างไรคะ

ลูกค้า: จากกลุ่ม G-Shock Sale ครับเห็น โปสขายบ่อยๆแล้วก็เพจร้านครับ

สุนิสา: อะไรที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ากับทางร้านคะ ทั้งๆที่ในเฟซบุ๊กมีร้านขายหลายร้าน

ลูกค้า: มีรุ่น GA 110 ที่เป็นรุ่นที่นิยมรุ่นยอดฮิตซึ่งร้านนี้มีแล้วมีให้เลือกเยอะ ดูแล้วน่าจะสนใจกว่าร้านอื่นครับ

สุนิสา: อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจจนบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นคะ

ลูกค้า: บริการดี มีของให้เลือกเยอะ ของแท้ ราคาคุณง่ายครับ

สุนิสา: ช่วยเล่าเหตุการณ์ที่ลูกค้าประทับใจแล้วบอกต่อร้านนี้กับลูกค้าท่านอื่นให้ได้ฟังได้ไหมคะ

ลูกค้า: ร้านนี้มีของให้เลือกเยอะมีของจริงให้ดูด้วย วันนั้นผมนัดรับสินค้าแล้วสนใจ 2 ตัวแล้วทางร้านก็เอามาให้ทั้ง 2 ตัว ทั้งที่ผมตกลงจะซื้อแล้วแต่ก็เอามาให้ดูเพื่อผมจะชอบอีกเรือนซึ่งราคาอีกเรือนมันถูกกว่าแต่ก็เอามาปกติใครๆก็อยากขายเรือนที่มันแพงๆก่อนเพิ่งเห็นร้านนี้แหละครับ 5555 ที่อยากให้ลูกค้าเลือกอันที่ถูกใจจริงๆไม่ใช่อยากขายอย่างเดียว

สุนิสา: ลูกค้าอยากให้ทางร้านเพิ่มเติม ปรับปรุงอะไรไหมคะ เพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจมากยิ่งขึ้นคะ

ลูกค้า: อยากให้มีตัวที่หายากๆด้วยครับแต่ขอราคาไม่แพงเหมือนเดิมนะครับ 5555

สรุป การที่ทางร้านให้ลูกค้าได้มีตัวเลือกได้ลองสวมใส่ได้เลือกในเรือนที่ตัวเองอยากได้และเหมาะกับลูกค้าจริงๆเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจมาก