

แบบฟอร์ม Knowledge Capture

กระบวนการจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและตลาด

สรุปโดย ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด ฝ่ายยุทธศาสตร์และพัฒนาธุรกิจการตลาด สำนักธุรกิจการตลาด

1. บริบท หรือความเป็นมา

องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สาขาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ต้องบริการจัดการองค์การให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสร้างรายได้ และผลกำไรส่งกระทรวงการคลังเป็นรายได้ของรัฐ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการอำนวยความสะดวกแก่รัฐและประชาชนในด้านอุตสาหกรรมป่าไม้ ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้ ทำไม้อัด อบไม้ ไม้แปรรูป อัดน้ำยาไม้ และสิ่งประดิษฐ์หรือผลิตภัณฑ์ไม้สักเครื่องเรือนจากป่าปลูก รวมทั้งการปลูกสร้างสวนป่า ค้ำครองดูแลรักษาป่าไม้ และบุงระป่าไม้ ปลูกป่าเศรษฐกิจเพื่อประโยชน์แก่การป่าไม้ เป็นการดำเนินการเองหรือเป็นการดำเนินการเพื่อช่วยเหลือหน่วยงานรัฐ วิจัยค้นคว้า การปลูกฝังทัศนคติและความสำนึกค้ำครองดูแล รักษา บุงระ และพัฒนาทรัพยากรป่าไม้ รวมทั้งการอนุรักษ์ และให้บริบาลช้างเลี้ยงของไทย ตลอดจนการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ที่พักในสวนป่า และกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ดังนั้นจึงมีส่วนในการปฏิสัมพันธ์กับประชาชนในพื้นที่ และหน่วยงานทั้งภายในภายนอก บริษัทเอกชน ที่สนใจสินค้าและบริการของ อ.อ.ป. มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผลการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Core business Enablers สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (ส.คร.) กระทรวงการคลัง อ.อ.ป. จึงจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและตลาด ของ อ.อ.ป. เพื่อสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของ อ.อ.ป. ให้เป็นไปตามการประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Core business Enablers โดยการมุ่งเน้นลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาดซึ่งอยู่ในแผนงานด้านลูกค้าและตลาดได้พัฒนาและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. วิธีการ/ขั้นตอน หรือกระบวนการที่ได้เรียนรู้

กระบวนการทำงานแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอน	รายละเอียด
ขั้นตอนที่ 1: การรวบรวมข้อมูล	- สำรวจข้อมูลลูกค้าทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก เช่น ประวัติการซื้อขาย การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค และการสำรวจตลาด - ศึกษาข้อมูลจากคู่แข่งและแนวโน้มในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก
ขั้นตอนที่ 2: การวิเคราะห์ข้อมูล	- วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าจากข้อมูลที่รวบรวมได้ - แบ่งกลุ่มลูกค้าตามความสนใจและพฤติกรรมการซื้อ - ระบุปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น การออกแบบ ราคา และบริการหลังการขาย
ขั้นตอนที่ 3: การวางแผน	- กำหนดกลยุทธ์ทั้งในด้านการตลาดและการบริการลูกค้า เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การเสนอบริการผ่อนชำระ และการทำโปรโมชั่น - พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่เน้นภาพลักษณ์แบรนด์ที่แข็งแกร่งและทันสมัย
ขั้นตอนที่ 4: การทดสอบและนำไปปฏิบัติ	- ทดสอบกลยุทธ์ผ่านการทำแคมเปญรณรงค์ในกลุ่มเป้าหมายย่อย - ประเมินผลการทดสอบและปรับปรุงแผนงานก่อนขยายผลไปยังกลุ่มลูกค้ากว้างขึ้น

/ตาราง...

ตารางที่แยกแต่ละหมวดหมู่ของเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและตลาด

หมวดหมู่เครื่องมือ	เครื่องมือ	รายละเอียด
1. เครื่องมือการเก็บข้อมูล	Google Forms/SurveyMonkey	สร้างแบบสำรวจออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ ความพึงพอใจของลูกค้า และความต้องการในอนาคต
	CRM (Salesforce/HubSpot)	ระบบจัดการข้อมูลลูกค้าช่วยในการรวบรวมและวิเคราะห์ประวัติการซื้อ รวมถึงพฤติกรรมที่ตอบสนองกับแบรนด์
2. เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล	Google Analytics	วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์/ร้านค้าออนไลน์ ตรวจสอบเพจที่ได้รับความนิยม และข้อมูลประชากรของผู้เยี่ยมชม
	Power BI/Tableau	แสดงผลข้อมูลในรูปแบบแผนภูมิที่เข้าใจง่าย ช่วยในการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคและตลาด
	SPSS	วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เช่น การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามความสนใจและพฤติกรรมการซื้อ
3. เครื่องมือการวางแผนและจัดการงาน	Trello/Asana	จัดการและติดตามงานระหว่างทีม กำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบ และกำหนดเวลาอย่างชัดเจน
	MindMeister	วางแผนกลยุทธ์และสร้างแผนผังความคิดในแต่ละขั้นตอน ช่วยให้ทีมงานร่วมมือกันได้ง่ายขึ้น
4. เครื่องมือการตลาดดิจิทัล	Facebook Ads/Google Ads	ใช้โฆษณาออนไลน์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด ช่วยทดสอบแคมเปญนำร่องในกลุ่มลูกค้าบางส่วน
	Hootsuite/Buffer	จัดการโพสต์และติดตามผลการตลาดบนโซเชียลมีเดีย เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์แบรนด์ได้ต่อเนื่อง
	MailChimp	ทำแคมเปญการตลาดผ่านอีเมล กระตุ้นยอดขาย และให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ๆ ส่งตรงถึงลูกค้า
5. เครื่องมือประเมินผล	A/B Testing Tools (Optimizely/Google Optimize)	ทดสอบแคมเปญและกลยุทธ์ เพื่อวัดผลลัพธ์ว่ารูปแบบใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด
	Net Promoter Score (NPS)	วัดความพึงพอใจและความพร้อมของลูกค้าในการแนะนำแบรนด์ให้ผู้อื่น

3. เทคนิคหรือกลยุทธ์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

กลยุทธ์หลัก	รายละเอียด
3.1 การใช้การตลาดดิจิทัล	สร้างแคมเปญการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, และ YouTube โดยเน้นการใช้เนื้อหาที่แสดงถึงการออกแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เนื้อหาควรมีความน่าสนใจ หรือบ้านพักแหล่งท่องเที่ยวโดยเลือกจุดเด่นของที่พัก จัดทำคลิปวิดีโอรีวิวสินค้าหรือธุรกิจบริการ (ที่พักท่องเที่ยว) จุดที่น่าสนใจต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น เช่น จุดชมวิว หรือโพสต์ที่แสดงขั้นตอนการผลิตและความทนทานของเฟอร์นิเจอร์ นอกจากนี้ยังสามารถทำการตลาดแบบ Influencer Marketing เพื่อขยายการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย และใช้ระบบติดตามการตลาด (Marketing Analytics) เพื่อติดตามผลการทำการตลาดแบบเรียลไทม์
3.2 การพัฒนาโปรแกรมที่โปรโมชันที่เหมาะสม	นำเสนอโปรโมชันที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเสนอส่วนลดตามช่วงเทศกาล การชำระเงินแบบผ่อนชำระ หรือให้บริการหลังการขายพิเศษ เช่น การรับประกันสินค้า 1-2 ปี และบริการขนส่งฟรี เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายสำหรับลูกค้า อีกทั้งยังสามารถทำโปรแกรมสะสมแต้มสำหรับลูกค้าประจำ เพื่อสร้างความจงรักภักดี
3.3 การปรับผลิตภัณฑ์/บริการ ตามเทรนด์	ขยายสายผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า เช่น การผลิตของตกแต่งบ้านขนาดเล็กที่ทำจากไม้สัก หรือเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบสไตล์โมเดิร์นและคลาสสิก เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่ชื่นชอบการตกแต่งบ้านในสไตล์เหล่านี้ สามารถทำการสำรวจเทรนด์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับเปลี่ยนการออกแบบให้ทันสมัยและตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวมีการปรับปรุงที่พัก ปรับภูมิทัศน์ต่างๆ ให้สวยงามดึงดูดนักท่องเที่ยว และเพิ่มกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น

4. ประเด็นความรู้ที่สำคัญ

ประเด็นความรู้	ขั้นตอนการดำเนินการ
4.1 ความเข้าใจในพฤติกรรมลูกค้า	ขั้นตอน 1: เก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมและการซื้อของลูกค้าโดยใช้แบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์ตรง เพื่อเข้าใจความต้องการหลัก เช่น ผลิตภัณฑ์ที่สนใจ ดีไซน์ที่ต้องการ งบประมาณที่พร้อมจ่าย ขั้นตอน 2: วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม เช่น เวลาและวิธีการที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อ พฤติกรรมในการเลือกสินค้าออนไลน์หรือหน้าร้าน เพื่อเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ขั้นตอน 3: นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ
4.2 การใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์	ขั้นตอน 1: วางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โดยใช้เครื่องมือออนไลน์ที่เหมาะสม เช่น โซเชียลมีเดีย (Facebook, Instagram), SEO (การเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหา) และการโฆษณาแบบ PPC (Pay-Per-Click) ขั้นตอน 2: สร้างเนื้อหาออนไลน์ที่มีคุณภาพและตอบโต้กลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ เช่น การทำรีวิวสินค้า การแสดงให้เห็นถึงการออกแบบและคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ ขั้นตอน 3: ทำการวัดผลแคมเปญการตลาด เช่น การติดตามยอดขายจากช่องทางออนไลน์ ติดตามสถิติผู้เข้าชมเว็บไซต์ และความสำเร็จของโฆษณาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแผนการตลาด
4.3 ความสำคัญของบริการลูกค้า	ขั้นตอน 1: พัฒนาบริการหลังการขาย เช่น การรับประกันสินค้าระยะยาว การให้บริการส่งสินค้าฟรี หรือบริการซ่อมแซมเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

/ขั้นตอน...

ประเด็นความรู้	ขั้นตอนการดำเนินการ
	ขั้นตอน 2: สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เช่น การติดต่อหลังจากการขายเพื่อขอความเห็นหรือข้อเสนอแนะ และมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าประจำ
	ขั้นตอน 3: ประเมินและปรับปรุงบริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้ข้อมูลจากข้อเสนอแนะของลูกค้า และปรับเปลี่ยนบริการให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในระยะยาว

5. บทสรุป

กระบวนการจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและตลาด ของ อ.อ.ป. มุ่งเน้นไปที่การใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้าและตลาด การวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการประเมินผลและปรับปรุงแผนงานอย่างต่อเนื่อง
