ออราเคิลแนะวิธีการใหม่ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ระบุหากลูกค้าได้รับประสบการณ์ในเชิงลบ องค์กรอาจสูญเสียรายได้มากถึง 20%

กรุงเทพฯ, ประเทศไทย - 19 กุมภาพันธ์ 2556 ออราเคิลเปิดเผยรายงาน “ข้อมูลเชิงลึกทั่วโลกเกี่ยวกับความสำเร็จในยุคสมัยของประสบการณ์ลูกค้า” ซึ่งเป็นผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูง 1,342 คน จาก 18 ประเทศทั่วโลก ทั้งในอเมริกาเหนือ ยุโรป เอเชีย-แปซิฟิก และละตินอเมริกา พบว่า ผู้บริหาร 97% เห็นพ้องต้องกันว่า การนำเสนอประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมให้แก่ลูกค้ามีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจและการปรับปรุงผลประกอบการ และหากองค์กรไม่สามารถมอบประสบการณ์ที่น่าพอใจ หรือทำอย่างเสมอต้นเสมอปลายแล้ว ก็อาจส่งผลให้บริษัทสูญเสียรายได้ราว 20% ต่อปี

ผู้บริหาร 93% ระบุว่า การปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าคือ 1 ใน 3 ภารกิจสำคัญขององค์กรในช่วง2 ปีนับจากนี้ และ 91% ต้องการที่จะเป็นผู้นำทางด้านประสบการณ์ลูกค้าในแวดวงธุรกิจของตน อย่างไรก็ตาม หลายๆ องค์กรยังคงประสบปัญหาช่องว่างในการดำเนินการ โดย 37% เพิ่มเริ่มดำเนินโครงการอย่างเป็นทางการสำหรับการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า และมีเพียง 20% เท่านั้นที่ดำเนินโครงการระดับสูงสำหรับการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า

ผลการศึกษายังบอกอีกว่า ผู้บริหารบางรายมองข้ามผลกระทบจากประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อพฤติกรรม โดย 49% ของผู้บริหารระบุว่า ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นเมื่อได้รับประสบการณ์ที่ไม่น่าพอใจ แต่ 89% ของลูกค้ากลับบอกว่าตนเองตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นเมื่อได้รับประสบการณ์ที่ไม่น่าพอใจ

ในส่วนของการใช้งานโซเชียลมีเดีย เพื่อขยายช่องทางการแสดงความคิดเห็นของลูกค้า และองค์กรธุรกิจที่หลายๆ หน่วยงานกำลังให้ความสำคัญอยู่นั้น ผลสำรวจพบว่า 81%ของผู้บริหารเชื่อว่า ปัจจุบัน การมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าจำเป็นต้องอาศัยการใช้ประโยชน์จากโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ 35% ไม่มีช่องทางโซเชียลมีเดียสำหรับการให้บริการแก่ลูกค้า

เพราะเหตุนี้องค์กรธุรกิจจึงหันมาลงทุนเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า โดย 18% ของผู้บริหารมีแผนจะเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงประสิทธิการให้บริการลูกค้า โดยเล็งเห็นว่าการปรับปรุงการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าคือภารกิจสำคัญสูงสุดของบริษัท

ในการดำเนินกลยุทธ์ที่เหมาะสมในด้านประสบการณ์ของลูกค้า จำเป็นที่จะต้องดำเนินการเปลี่ยนแปลงองค์กรขั้นพื้นฐาน โดยโครงการที่ประสบผลสำเร็จในการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าจะมีขอบเขตครอบคลุมทั้งในส่วนของบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยี ผู้บริหารในองค์กรที่ดำเนินโครงการใน “ระดับสูง” ประสบความสำเร็จในการดึงดูดพนักงานด้วยวิธีการดังต่อไปนี้ 1.การจัดฝึกอบรมและมอบสิ่งจูงใจให้แก่พนักงานเพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่ดีเยี่ยม 2.การปรับปรุงค่านิยมหลักขององค์กรเพื่อให้ครอบคลุมประสบการณ์ของลูกค้า 3.การปรับใช้เทคโนโลยีที่เฉพาะเจาะจงเพื่อปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้า

เดวิด แวป รองประธานกลุ่ม ฝ่ายพัฒนาแอปพลิเคชั่น บริษัท ออราเคิล คอร์ปอเรชั่น จำกัด กล่าวว่า รายงานฉบับนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรต่างๆ ทั่วโลกในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรมเริ่มที่จะเข้าใจถึงผลกระทบทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากความล้มเหลวในการมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า แต่ยังคงประสบปัญหาท้าทายในเรื่องของการดำเนินการ

”เราขอแนะนำให้องค์กรธุรกิจจัดทำแผนผังการเข้ารับบริการของลูกค้า เพื่อตรวจสอบว่ามีจุดใดบ้างที่จะสามารถปรับปรุงได้ ทั้งนี้เพื่อแก้ไขปัญหาช่องว่างในการดำเนินการ ด้วยการเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ลูกค้าและพนักงาน การเชื่อมโยงระบบต่างๆ ภายในองค์กรเข้าด้วยกัน และการปรับใช้กระบวนการและเครื่องมือทางด้านเทคโนโลยีที่ยืดหยุ่น จะทำให้องค์กรสามารถนำเสนอการบริการลูกค้าที่ราบรื่นและสอดรับกับความต้องการของลูกค้า โดยครอบคลุมทุกขั้นตอนของการให้บริการ”