

4 องค์ประกอบหลักของความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่การมุ่งเน้นลูกค้า



บริษัทที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในปัจจุบันมุ่งเน้นและหมกมุ่นเกี่ยวกับประสบการณ์ลูกค้า และเนื่องจากทุกวันนี้ธุรกิจจำนวนมากดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้นการหมกมุ่นเกี่ยวกับลูกค้าจึงต้องอาศัยประสบการณ์ดิจิทัลที่สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีที่ดีที่สุด

แต่ทั้งหมดนี้ไม่ได้เป็นเรื่องของการอัปเดตเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) จำเป็นต้องดำเนินการในระดับที่ลึกซึ้งกว่านั้น ซึ่งจะประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม โดยจะต้องมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม หลักจรรยาบรรณ และทัศนคติขององค์กร ตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงพนักงาน และจะต้องปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี กลยุทธ์ และแพลตฟอร์มที่รองรับประสบการณ์ดิจิทัลให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจในการนำเสนอประสบการณ์ลูกค้าที่ดีเยี่ยมและสอดคล้องกัน

เราไม่ได้จะบอกว่าการลงทุนในเทคโนโลยีที่ดีไม่ใช่เรื่องจำเป็น แต่ความจริงแล้ว หากปราศจากกลยุทธ์และบุคลากรที่เหมาะสม ก็ย่อมจะไม่สามารถปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลักได้

คุณควรปรับใช้องค์ประกอบหลัก 4 ข้อดังต่อไปนี้เพื่อให้องค์กรสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่ดีเยี่ยม สอดรับกับเป้าหมายทางธุรกิจ พร้อมทั้งเติบโต เปลี่ยนแปลง และพัฒนาอย่างต่อเนื่องไปพร้อมกับลูกค้า

องค์ประกอบหลัก #1: เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ตามกรอบเวลาที่เฉพาะเจาะจง

เริ่มต้นด้วยการกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัล รวมไปถึง KPI และกรอบเวลา โครงการต่างๆ จะ

ต้องได้รับการจัดเตรียมอย่างละเอียดรอบคอบ และดำเนินการควบคู่กันไปตาม KPI ที่กำหนด เพื่อให้ทีมงานฝ่ายต่างๆ รับผิดชอบต่อแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน เมื่อคุณกำหนดเป้าหมายที่แน่ชัด คุณก็จะสามารถปรับเปลี่ยนองค์ประกอบอื่นๆ ให้สอดคล้องกันได้อย่างง่ายดาย และขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เทคโนโลยีที่จำเป็นต่อกลยุทธ์ด้านประสบการณ์ดิจิทัลของบริษัทก็คือ ระบบวิเคราะห์และรายงานข้อมูล ระบบธุรกิจอัจฉริยะ (Business Intelligence) และการจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management - CXM) นอกจากนี้ องค์การอาจทดลองใช้งานเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำอย่างเช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence - AI), Machine Learning, ระบบวิเคราะห์ข้อมูลแบบพยากรณ์ (Predictive Analytics) และโปรไฟล์ลูกค้าแบบเรียลไทม์ เพื่อสร้างแพลตฟอร์มประสบการณ์ดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

หลังจากที่เริ่มต้นโครงการดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ก็ควรดำเนินการตรวจสอบทบทวนอย่างสม่ำเสมอ โดยอ้างอิงดัชนีชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและข้อมูลสำคัญจากการเรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนลำดับความสำคัญของเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และกระบวนการที่รองรับ วิธีนี้จะช่วยให้คุณดำเนินการตาม KPI ที่กำหนดได้อย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการปรับขนาดและปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม

องค์ประกอบหลัก #2: พนักงานในฐานะ “ผู้สร้างสรรค์ประสบการณ์”

โครงการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลจะล้มเหลวถ้าหากวัฒนธรรมขององค์กรไม่เกื้อหนุนการดำเนินการดังกล่าวในระยะยาว และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับพนักงานก็อาจเป็นอุปสรรคสำคัญได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น การขาดแคลนบุคลากรที่เหมาะสม หรือพนักงานอาจรู้สึกหวาดกลัวต่อการเปลี่ยนแปลงหรือยึดมั่นในความคิดของตัวเองมากเกินไป

ดังนั้นหลังจากที่กำหนดเป้าหมายทางด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งแล้ว ก็จะต้องเสริมสร้างศักยภาพให้แก่พนักงานในฝ่ายต่างๆ นอกเหนือไปจากฝ่ายการตลาด เพื่อให้สามารถทำหน้าที่เป็น “ผู้สร้างสรรค์ประสบการณ์” ที่ดีเยี่ยมให้แก่ลูกค้า

การปรับเปลี่ยนที่มุ่งเน้นให้สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ รวมไปถึงชุด KPI ทางด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง และเทคโนโลยี จะช่วยขจัดกระบวนการด้านการตลาดที่แยกเป็นส่วนๆ โดยไม่มีการเชื่อมโยงถึงกัน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการประสานงานร่วมกันระหว่างสายงานต่างๆ นอกจากนั้น ยังจำเป็นอย่างยิ่งที่ทีมงานต่างๆ จะต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กร และจะต้องมีอำนาจเพียงพอสำหรับการตัดสินใจและการทำงานให้เสร็จสมบูรณ์อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ การเปลี่ยนผ่านยังหมายถึงการเปลี่ยนแปลงวิธีการติดต่อสื่อสารกับทีมงานต่างๆ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและขับเคลื่อนโครงการเปลี่ยนผ่านให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้ทุกคนทราบถึงความคาดหวังที่ชัดเจน รวมถึงการกำหนด KPI ที่สอดคล้องกันและรองรับเป้าหมายทางการตลาดและธุรกิจ และการดำเนินแคมเปญที่มีประสิทธิภาพโดยอาศัยการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วน

องค์ประกอบหลัก #3: กระบวนการที่มุ่งเน้นลูกค้า

วิสัยทัศน์ใหม่สำหรับประสบการณ์ดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยแผนการพัฒนาหรือโร้ดแมป (Road Map) ที่เหมาะสมสำหรับทีมงานของคุณ โดยจะต้องมีการกำหนดกระบวนการที่ชัดเจน เพื่อให้ทีมงานที่มุ่งเน้นประสบการณ์ลูกค้าสามารถดำเนินการตามวิสัยทัศน์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับกระบวนการใหม่ๆ ผู้ที่รับผิดชอบจะต้องระบุว่ามีเครื่องมือใหม่ๆ อะไรบ้างที่ต้องใช้ รวมไปถึงเทคโนโลยีที่รองรับ วิธีการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล และบุคคลที่จะทำหน้าที่ดูแลกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์ พนักงานจะต้องเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง รวมถึงผลลัพธ์การทำงานที่คาดหวังว่าจะได้รับ นอกจากนี้ยังต้องมีการปรับเปลี่ยนชุดทักษะที่จำเป็นเพื่อรองรับโครงการริเริ่มใหม่ๆ ซึ่งโดยมากแล้วมักจะครอบคลุมถึงการฝึกอบรมเพิ่มเติมและการสนับสนุนพนักงานอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการวิเคราะห์โครงสร้างบุคลากรอย่างละเอียดถี่ถ้วน การจัดสรรบุคลากรอย่างเหมาะสมจะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่ตั้งไว้

แม้ว่าทั้งหมดนี้อาจดูเหมือนเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาอย่างมาก แต่ก็เป็นความเป็นไปได้ที่องค์กรของคุณอาจมีรากฐานที่แข็งแกร่งเพียงพออยู่แล้ว และพนักงานที่คุณมีอยู่ก็อาจมีความรู้ที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่คุณสร้างขึ้น และมีความเข้าใจที่ดีพอเกี่ยวกับลูกค้าของคุณ ดังนั้นสิ่งที่จะต้องทำก็คือ การปรับเปลี่ยนกระบวนการต่างๆ เพื่อมุ่งเน้นไปที่ลูกค้า และปรับใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญเพื่อรองรับการดำเนินการในส่วนนี้ โดยที่คุณไม่จำเป็นต้องเริ่มต้นจากศูนย์เสมอไป

องค์ประกอบหลัก #4: เทคโนโลยีที่รองรับการเปลี่ยนผ่าน

การเริ่มต้นปรับใช้เทคโนโลยีก่อนที่คุณจะจัดเตรียมองค์ประกอบหลัก 3 อย่างก่อนหน้านี้อาจเปรียบเสมือนการวางเกวียนไว้ด้านหน้าตัวม้า แทนที่จะใส่ไว้ด้านหลัง เทคโนโลยีที่รองรับการเปลี่ยนผ่านมีความสำคัญอย่างมาก แต่ก็ไม่สามารถทำงานได้อย่างเกิดประสิทธิผลโดยลำพัง ผู้บริหารองค์กรจำเป็นต้องประสานงานร่วมกับบุคลากรด้านประสบการณ์ดิจิทัลและผู้จัดการสายงานธุรกิจ เพื่อเชื่อมโยงเทคโนโลยีที่รองรับเข้ากับสถาปัตยกรรมร่วม ซึ่งจะสามารถผลักดันการปรับเปลี่ยนองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม

ด้วยการทำงานร่วมกันระหว่างบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยี องค์กรธุรกิจจะสามารถสร้างระบบนิเวศที่แข็งแกร่งสำหรับการนำเสนอประสบการณ์ลูกค้าอย่างรอบด้าน แนวทางของ 4 องค์ประกอบหลักนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่สอดคล้องกับบริบทและมีความสอดคล้องกันโดยอาศัยเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม และเช่นเดียวกับองค์ประกอบหลักก่อนหน้านี้ องค์กรจะต้องดำเนินการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ และปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีเพื่อรองรับเป้าหมายทางธุรกิจ รวมทั้งปรับแต่งและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุด