



แบบรายงานการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

หน่วยงาน ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

๑. ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ-สกุล จุฑารัตน์ โสธรจิตต์

ตำแหน่ง บรรณารักษ์

กลุ่มบุคลากร

สายวิชาการ

สายสนับสนุนวิชาการ

๒. หลักฐานหรือเรื่องที่เข้าร่วมประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์สำหรับลูกค้าห้องสมุด

๓. วิทยากรในการประชุม

คุณน้ำลีน เทียมแก้ว บรรณารักษ์ชำนาญการ หัวหน้ากลุ่มงานบริการสารสนเทศ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คุณอัคริมา สุ่มมาตย์ บรรณารักษ์ชำนาญการ หัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คุณณัฐธยาน์ ถิ่นพันธ์ุ กลุ่มงานบริการสารสนเทศ หอสมุดจอห์น เอฟ เคพีเนต สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี

คุณประภีย สุขอิน เป็นผู้ดำเนินรายการ ฝ่ายบริการสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยแม่โจ้

๔. สถาบันหรือหน่วยงานที่จัดสัมมนา

ณ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยแม่โจ้ แบบเข้าประชุมใช้ Microsoft Teams

๕. ระยะเวลาที่เข้ารับการสัมมนา

วันอังคารที่ ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ เวลา 09.00-12.00 น.

๖. งบประมาณที่ใช้ในการสัมมนา

ไม่มีค่าใช้จ่าย

๗. วัตถุประสงค์ของการสัมมนา

๑. เข้าใจความสำคัญของกลยุทธ์การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

๒. รู้จักเทคนิคและฝึกทักษะในการพัฒนาตนเองให้มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ

๓. ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ห้องสมุด และเป็นที่ยังพอใจแก่ผู้ใช้บริการ

๘. สรุปเนื้อหาสาระของการสัมมนา

ในยุคที่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว และ เข้าสู่การเปลี่ยนผ่านที่สำคัญทางเทคโนโลยี คือ การพัฒนาสู่ยุคอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไปจนกระทั่ง การหลอมรวมสื่อหลายอย่างเข้าด้วยกัน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้กลายเป็นกุญแจ สำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ องค์กรธุรกิจต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากมีความจำเป็นในการติดต่อสื่อสารทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านอินเทอร์เน็ต การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจะเห็นได้ว่าองค์กรธุรกิจมีความจำเป็นต้องใช้ บริการอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพสูง มีประสิทธิภาพ และรองรับการดำเนินงานธุรกิจตลอดเวลา ซึ่งตลาด อินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กรธุรกิจมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องอันเป็นผลมาจาก จำนวนองค์กรที่ใช้งาน มีจำนวนมากขึ้น, ขนาด (แบนด์วิธ) ของวงจรมืออินเทอร์เน็ตของลูกค้าแต่ละรายสูงขึ้น เพราะมีการใช้งานและการประกอบธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากการใช้โซเชียล เน็ตเวิร์ก แท็บ เล็ต และสมาร์ตโฟน, ความต้องการตรวจสอบ เพื่อรองรับการทำงานเมื่อวงจรหลักเกิดปัญหา, ความต้องการวงจรมือที่เสถียร สำหรับเชื่อมต่อระหว่างสาขา การให้บริการลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจอินเทอร์เน็ต การมีทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิคให้คำปรึกษาแนะนำ การแก้ไขปัญหา การมีศูนย์บริการลูกค้า Call Center ที่เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อรับเรื่องการติดต่อสื่อสารของลูกค้า การให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิค รวมถึงการ ให้บริการ onsite service ให้กับลูกค้า ซึ่งบริการที่ได้กล่าวมาถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารลูกค้า สัมพันธ์ (CRM) ขององค์กร ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจอินเทอร์เน็ต ควรสร้างลักษณะ CRM ที่ดีต่อ องค์กรของตนเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่มีความรุนแรงในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

CRM คือการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและมีกลยุทธ์มีกลยุทธ์อย่างไร

- นโยบายมองเห็นแนวทางการงาน CRM
- วางแผน จะทำกิจกรรมและโครงการในแต่ละปีงบประมาณอยู่ในงานแผนงานรอบ 3 6 9 12 เดือน
- เป็นงานที่แยกออกมาจากงานอื่น CRM ประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ
- นโยบาย CRM อยู่ภายใต้งานบริการ
- CRM สำเร็จ บริบทของผู้ใช้บริการ การใส่ใจผู้ให้บริการและการเรียนรู้เครื่องมือของผู้ใช้ การทำงานเป็นทีม จะประสบความสำเร็จ

สรุปปัจจัยที่เป็นสิ่งสำคัญ

๑. บุคคลลากร
๒. ขบวนการดำเนินงาน
๓. IT
๔. นโยบายผู้บริหาร
๕. การวิเคราะห์ข้อมูล ความต้องการใช้กับลูกค้า

คุณสมบัติของ CRM

- ต้องมีความรู้งานบริการ และเกี่ยวข้องกับห้องสมุด ผู้ใช้ถามมาตอบได้
 - ทักษะการสื่อสารในทางบวก มีการปฏิเสธในทางบวก เช่น ถ้าอาจารย์จะต้องจ่ายค่าปรับเราบอกมีการผ่อนจ่ายได้
 - การแก้ปัญหาได้ ต้องตอบทันที
 - ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
 - กิจกรรมต่างๆ
 - ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น จิตวิทยา ภาษา
 - การวิจัยและสถิติ
 - ฐานข้อมูลต่างๆ จัดการอย่างไร
 - การประชาสัมพันธ์เลือกสื่อที่เหมาะสม
 - สมรรถนะด้านเชิงรุกให้ได้ การทำงานเป็นทีมได้
- CRM เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร ต้องใส่ใจลูกค้า
CRM คน ปรับคนปลดล็อก
กลยุทธ์ที่ต้องดำเนินอย่างต่อเนื่อง นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้

การจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า จากช่องทางๆ

๑. ข้อมูลพื้นฐาน
๒. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

๙. ปัญหาอุปสรรคในการสัมมนา

ไม่มี

๑๐. ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมมนา

ต่อตนเอง

๑. ได้รับความรู้ความเข้าใจ ความสำคัญของกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
๒. เพื่อรู้จักเทคนิคและฝึกทักษะในการพัฒนาตนเองให้มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ
๓. ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ห้องสมุด และเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ

ต่อหน่วยงาน/มหาวิทยาลัย

๑. ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมในครั้งนี้ มีความเข้าใจ ความสำคัญของกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์สำหรับลูกค้าห้องสมุด
๒. นำความรู้เพื่อรู้จักเทคนิคและฝึกทักษะในการพัฒนาตนเองให้มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ
๓. เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ห้องสมุด และเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ

๑๑. เอกสารหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับจากการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

-

๑๒. สำเนาประกาศนียบัตร/วุฒิบัตร ที่ได้รับการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

(ผู้รายงาน).....*จตุพรชน ไตรรัตน์*
(นางสาวจตุพรชน ไตรรัตน์)
วันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาชั้นต้น.....
.....
.....
.....

(ลงชื่อ).....*พร*
(อาจารย์ ดร. พิมพ์พลอย วีระสถิตย์ธรรม)
วันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕