การบริหารจัดการงานบริการลูกค้า

(Customer Service Management)
บริษัท ออโรร่า ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)

1. นโยบายและวัตถุประสงค์

หน่วยงานบริหารจัดการงานบริการลูกค้า (Customer Service) บริษัท ออโรร่า ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการสื่อสารและเชื่อมโยงระหว่างลูกค้าและองค์กร โดยมีบทบาทสำคัญในการ ตอบข้อสงสัย ให้ข้อมูล และรับฟังทุกเสียงของลูกค้าในทุกมิติ อันได้แก่

- ข้อมูลผลิตภัณฑ์และราคา
- ราคาทองคำและโปรโมชั่น
- รายละเอียดและพิกัดสาขา
- การติดตามสถานะสินค้า
- รวมถึงการรับเรื่องร้องเรียนทั้งด้านสินค้า กระบวนการ หรือบริการจากพนักงานหน้าสาขา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญสูงสุดต่อ “ทุกคำถามและทุกเสียงของลูกค้า” โดยมุ่งมั่นให้บริการที่เป็นเลิศ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และตรงประเด็น พร้อมดำเนินงานอย่างมืออาชีพภายใต้แนวคิด “บริการด้วยใจ ใส่ใจทุกข้อคำถาม”

2. แนวทางการจัดการ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้วางแนวทางการทำงานของหน่วยบริหารจัดการงานบริการลูกค้า (Customer Service) ดังต่อไปนี้

- **การฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ**
  เพื่อเสริมทักษะด้านการสื่อสาร การบริการ และการใช้ระบบข้อมูลที่ทันสมัย

- **ระบบติดตามและประเมินผล**
  มีการบันทึกสายสนทนา วิเคราะห์คำถามที่พบบ่อย รวมถึงแนวโน้มของเรื่องร้องเรียน
  เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และข้อมูลการตอบกลับแก่ลูกค้า

- **ความโปร่งใสในการให้ข้อมูล**
  ทุกคำตอบที่ให้กับลูกค้าต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง อ้างอิงได้ และสะท้อนถึงนโยบายของบริษัทฯ

- **กระบวนการส่งต่อหรือการประสานงาน (Escalation) ที่ชัดเจน**
  สำหรับกรณีที่เกินขอบเขตการตอบของเจ้าหน้าที่ จะมีการส่งต่ออย่างเป็นระบบโดยไม่ให้ลูกค้ารู้สึกถูกทอดทิ้ง

3. เป้าหมายการบริหารจัดการงานบริการลูกค้าและผลลัพธ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นให้หน่วยงานบริหารจัดการงานบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นด่านหน้าที่**สร้างความพึงพอใจตั้งแต่การติดต่อครั้งแรก** โดยตั้งเป้าหมายดังต่อไปนี้

เป้าหมาย	รายละเอียด	เป้าหมาย	ผลลัพธ์ปี 2567	ผลลัพธ์ปี 2568 (ม.ค. - เม.ย.)
1. การให้ข้อมูลตั้งแต่สายแรก (First Call Resolution)	ไม่ต้องโอนสาย ให้คำตอบครบถ้วนตั้งแต่ครั้งแรก	≥ 80%	89%	88%
2. โทรกลับเมื่อลูกค้าโทรไม่ติด	รับประกันการโทรกลับทุกสายที่พลาด	100%	100%	100%

หมายเหตุ:

- เป้าหมายดังกล่าวสะท้อนถึงความตั้งใจในการให้บริการที่รวดเร็ว ชัดเจน และตรงจุด
- การบรรลุผลเกินกว่าเป้าหมายทั้งสองข้อ แสดงถึงความเชี่ยวชาญ ความพร้อมของบุคลากร และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของหน่วยงาน

4. ความเชื่อมโยงกับการบริหารจัดการความพึงพอใจโดยรวม

บทบาทของหน่วยงานบริหารจัดการงานบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นส่วนสำคัญในระบบการบริหารจัดการความพึงพอใจลูกค้าทั้งองค์กร เนื่องจากเป็นจุดแรกและจุดสุดท้ายของการติดต่อ หากลูกค้าได้รับการตอบกลับที่รวดเร็ว ถูกต้อง และสุภาพ ย่อมสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีในระยะยาว บริษัทฯ จึงมองว่า **การพัฒนา Customer Service เป็นการลงทุนด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีคุณค่าสูงสุด**

บริษัท ออโรร่า ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการงานบริการลูกค้าในระดับสูงสุด โดยถือว่าทุกข้อสงสัย ทุกปัญหา และทุกเสียงของลูกค้าคือโอกาสในการพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพบริการให้เหนือความคาดหวัง และเสริมสร้างความมั่นใจภายใต้แบรนด์ “ออโรร่า”, “เซ่งเฮง” และ “ทองมาเงินไป” อย่างยั่งยืน