

การสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

(Responsible marketing)

เพื่อกำหนดมาตรฐานและแนวทางการสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยใช้ช่องทางดิจิทัลต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์, social media, SMS, และ email เพื่อให้การสื่อสารมีความเหมาะสม โปร่งใส และเคารพสิทธิของผู้บริโภค บริษัทฯ จึงจัดทำนโยบายโดยครอบคลุมการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลทั้งหมด สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงเว็บไซต์, social media, SMS, และ E-mail มีแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. ความโปร่งใส

- แสดงข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน เช่น ราคาสินค้าและบริการ เงื่อนไขการขายและการรับประกัน
- ข้อมูลทั้งหมดที่สื่อสารต้องเป็นความจริง ถูกต้อง และชัดเจน
- ชี้แจงข้อกำหนดและเงื่อนไขอย่างชัดเจนในทุกการสื่อสาร

2. การเก็บรวบรวมและนำเสนอข้อมูลส่วนตัว

- เก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอย่างปลอดภัยและไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลที่สามโดยไม่ได้รับคามยินยอมจากลูกค้า
- มีการขอความยินยอมก่อนส่งข้อมูลการตลาดผ่าน SMS และ email

3. การสื่อสารผ่านเว็บไซต์

- อับเดทข้อมูลอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลบนเว็บไซต์เป็นข้อมูลล่าสุด
- แสดงข้อมูลการติดต่อของบริษัทอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามหรือร้องเรียนได้สะดวก

4. การสื่อสารผ่าน Social Media

- ตอบคำถามลูกค้าและรับข้อร้องเรียน ตอบกลับข้อสงสัยของลูกค้าอย่างสุภาพและสุจริต
- หลีกเลี่ยงการเผยแพร่ข้อมูลหรือภาพที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

5. การสื่อสารผ่าน SMS และ Email

- ส่งข้อความการตลาดเฉพาะเมื่อได้รับความยินยอมจากลูกค้าเท่านั้น
- ระบุมูลค่าที่ชัดเจนเกี่ยวกับการรับข้อมูลการตลาดในทุกข้อความที่ส่งไปยังลูกค้า

6. การประเมินและการปรับปรุง

- ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาและความโปร่งใสของการสื่อสารการตลาดตามแนวทางปฏิบัติเป็นระยะ

- ให้มีการทบทวนและปรับปรุง
- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับปรุงการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น

พนักงานทุกคนที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลต้องปฏิบัติตามนโยบายนี้อย่างเคร่งครัด ผู้บริหารจะทำหน้าที่กำกับดูแลและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายนี้ และมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายเป็นประจำเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

โครงการจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ ตระหนักถึงบทบาทความรับผิดชอบต่อในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจที่สื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรงผ่านช่องทางการตลาดต่างๆ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดที่ถูกต้อง โปร่งใส และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และคำนึงถึงสิทธิและสุขภาพของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อให้การสื่อสารการตลาดสอดคล้องกับหลักจริยธรรมและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ดังนี้

1. จัดทำสื่อให้ความรู้เรื่อง “การอ่านฉลากทอง” และมาตรฐานทองคำแท้
เช่น ทำอินโฟกราฟิกและวิดีโออธิบายความหมายของ “ทอง 96.5%”, น้ำหนักสุทธิ, ค่าแรง, และวิธีดูใบรับรองสินค้า เพื่อสร้างความรู้เท่าทันให้ผู้บริโภค
2. เปิดตัวแคมเปญ “รู้ก่อนซื้อ” ผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัท
สื่อสารเรื่องวิธีการเลือกซื้อทองแพชชั่นให้เหมาะกับโอกาส/งบประมาณ เช่น ทองแท้ vs ทองประดับทองคำขาว ทองชุบ และผลกระทบด้านการบำรุงรักษา
3. จัด Live สด / Webinar โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับและทองคำ
เชิญผู้เชี่ยวชาญ หรือที่ปรึกษาทางการเงินมาอธิบายเรื่อง “การเลือกซื้อทองเพื่อความสวยงามอย่างคุ้มค่าและปลอดภัย” เพื่อช่วยผู้บริโภคตัดสินใจอย่างมีข้อมูล
4. พัฒนาระบบ QR Code ข้างกล่องสินค้า
เมื่อลูกค้าซื้อสินค้า สามารถสแกน QR เพื่อตรวจสอบข้อมูลสินค้า เช่น ความบริสุทธิ์, วิธีดูแลรักษาทอง, ใบรับประกัน และแหล่งที่มา (หากมี)
5. ผลิตสื่อการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง
เช่น หลีกเลี่ยงคำว่า “มูลค่าเพิ่มแน่นอน” หรือ “ซื้อวันนี้รวยพรุ่งนี้” แต่เน้นความสวยงาม ความพิเศษด้านดีไซน์ และความคุ้มค่าในเชิงคุณภาพ
6. เปิดช่องทางรับความคิดเห็นจากลูกค้าเกี่ยวกับความเข้าใจต่อสินค้า

เช่น แบบสอบถามหลังการซื้อ เพื่อวัดว่าลูกค้าเข้าใจฉลากทองหรือข้อมูลผลิตภัณฑ์ดีแค่ไหน แล้วนำไปใช้ปรับปรุงการสื่อสารให้ชัดเจนขึ้น

7. อบรมพนักงานหน้าร้านและทีมขายออนไลน์

เพื่อให้เข้าใจข้อกำหนดการสื่อสารกับผู้บริโภค เช่น วิธีการอธิบายประเภทของทอง การประเมินราคาซื้อขาย และไม่ใช้คำโฆษณาชวนเชื่อที่ผิดจริยธรรม

เป้าหมายและผลการสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

ตัวชี้วัด	2565		2566		2567	
	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล
รางวัล (จำนวน) รางวัล Winner Best Brand Performance on Social Media (6 ปีซ้อน) เกณฑ์การได้รับรางวัล* ตาม Link: https://thailandsocialawards.com/social-metric/	ชนะรางวัล The Winner	ชนะรางวัล The Winner	ชนะรางวัล The Winner	ชนะรางวัล The Winner	ชนะรางวัล The Winner	ชนะรางวัล The Winner
Customer Satisfaction (Online Platform only) (%)	>=95%	99.20%	>=95%	98.48%	>=95%	97.47%
Negative Feedback (%)	<5%	0.80%	<5%	1.52%	<5%	2.53%