

การขยายขอบเขตความสัมพันธ์ลูกค้าเดิมโดยเพิ่มช่องทางแอปพลิเคชันไลน์แอด  
ด้วยกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และสร้างฐานลูกค้าใหม่ บริษัท ฮาบูตา นครราชสีมา จำกัด

Expanding the scope of existing customer relations by incorporating  
LINE Add Application into the customer relationship management strategy,  
Habuta Nakhon Ratchasima Company Limited

นางสาวเบญจมาศ พึ่งครบุรี<sup>1</sup>, นางสาวจุไรรัตน์ แซ่แป้<sup>2</sup>  
Miss Benjamas Pungkhonburi<sup>1</sup>, Miss Jurairat Saebae<sup>2</sup>

อาจารย์ที่ปรึกษา สุพรรณณี พรภักดี\*

Advisor. Supanee Pronpakdee\*

<sup>1</sup>744 ถ.สุรนารายณ์ ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา 30000

744 Suranarai Road, Mueang District, Nakhon Ratchasima Province 30000 (fernaza082@gamil.com)

<sup>2</sup>744 ถ.สุรนารายณ์ ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา 30000

744 Suranarai Road, Mueang District, Nakhon Ratchasima Province 30000 (jurairat53091@gmail.com)

\*744 ถ.สุรนารายณ์ ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา 30000

744 Suranarai Road, Mueang District, Nakhon Ratchasima Province 30000 (supanee.pr@muti.ac.th)

\* Corresponding Author

**บทคัดย่อ :** จากการปฏิบัติงานการขยายขอบเขตความสัมพันธ์ลูกค้าเดิมโดยเพิ่มช่องทางแอปพลิเคชันไลน์แอด ด้วยกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และสร้างฐานลูกค้าใหม่บริษัท ฮาบูตา นครราชสีมา จำกัด ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพิ่มจำนวนผู้ติดตามในไลน์แอด จำนวน 2,000 คน ลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์ จำนวน 100 คน และการหาลูกค้าใหม่ด้วย กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” จากลูกค้าเดิม จำนวน 100 คน

สรุปผลจากการปฏิบัติงาน 1. เพิ่มจำนวนผู้ติดตามในไลน์แอดได้จำนวน 1,332 ขาด 668 คน 2. ลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 พบว่าลูกค้านำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์จำนวน 3 คน 3. การหาลูกค้าใหม่ด้วยกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” จากลูกค้าเดิม จำนวน 100 คน พบว่า ภายใน เดือนกันยายน พ.ศ. 2562 มีลูกค้าใหม่จำนวน 3 คน แต่ยังมีลูกค้าใหม่ที่ได้จากกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” ทำให้บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นจำนวน 1,859,000 บาท จากกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อบริษัท ฮาบูตา นครราชสีมา จำกัด

**ABSTRACT :** From operations, expanding the scope of existing customer relationships by adding more channels with LINE Add applications With the strategy of customer relationship management and creating a new customer base, Habuta Nakhon Ratchasima Company Limited, this time has the objective Increase the number of followers in LINE Add by 2,000 people. Existing customers adopt customer relationship management strategies. "Friends referring friends" back to exercise rights of 100 people and finding new customers as well Strategies for managing customer relations "referring friends" from 100 existing customers

Summary of the operation 1. Increase the number of followers in LINE Add to the amount of 1,332, lacking 668 people. 2. Existing customers use customer relationship management strategies. "Friend, refer a friend" returned to exercise in September 2019, found that customers adopt customer relationship management strategies "Friends recommend friends" return to use the right amount of 3 people. 3. Finding new customers with a customer relationship management strategy. "Refer a friend" from 100 existing customers. Found that by September 2019 there are 3 new customers but there are still new customers from the relationship management strategy. "Friends recommend friends" cause the company to increase revenue by 1,859,000 baht from the strategy of customer relationship management, resulting in customer loyalty to Habuta Nakhon Ratchasima Company Limited

## บทนำ

บริษัท ฮาบุด้า นครราชสีมา จำกัด Habuta Nakhon Ratchasima Co.,Ltd เป็นผู้จำหน่ายและให้บริการเกี่ยวกับเครื่องจักรกลการเกษตร อาทิ รถแทรกเตอร์ รถเกี่ยววนวดข้าว รถขุด รถดำนนา และรถไถเดินตาม พร้อมทั้งจำหน่ายอุปกรณ์ต่อพ่วงและอุปกรณ์เสริมและซ่อมบำรุงเครื่องจักรกลเกษตรเป็นศูนย์บริการมาตรฐาน ระบบบริหารมาตรฐานคุณภาพ ISO 9001:2015 โดยยึดหลักนโยบายคุณภาพ “มุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการและการขายให้กับลูกค้าด้วยความโปร่งใส ดูแลและใส่ใจพนักงานให้มีจรรยาบรรณ รับผิดชอบต่อสังคม” เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ในการดูแลและบริหารงานภายในองค์กร เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ปัจจุบันนี้เป็นยุค Thailand 4.0 ได้มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร หลายช่องทางกับกลุ่มเดิมของบริษัท ฮาบุด้า นครราชสีมา จำกัด คือ เกษตรกรที่สูงวัย ส่วนมากจะใช้จดหมายในการติดต่อสื่อสาร ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารล่าช้า ลูกค้าบางคนเปลี่ยนที่อยู่ ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทจึงพลาดโอกาสในการขายสินค้าและการให้บริการ กับลูกค้า

จึงเป็นเหตุให้คณะผู้จัดทำได้สนใจที่จะทำโครงการการขยายขอบเขตความสัมพันธ์ลูกค้าเดิมโดยเพิ่มช่องทางแอปพลิเคชันไลน์แอด ด้วยกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และสร้างฐานลูกค้าใหม่ บริษัท ฮาบุด้า นครราชสีมา จำกัด

## วัตถุประสงค์

1. เพิ่มจำนวนผู้ติดตามในไลน์แอด จำนวน 2,000 คน
2. ลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์ จำนวน 100 คน
3. การหาลูกค้าใหม่ด้วยกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” จากลูกค้าเดิม จำนวน 100 คน

## แนวคิดและทฤษฎี

### 1. การขยายขอบเขตความสัมพันธ์

การขยายขอบเขตความสัมพันธ์ของลูกค้าเดิม โดยบริษัทขยายความสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งเป็นผู้ใกล้ชิดกับลูกค้าเดิม อาทิเช่น สามี ภรรยา พ่อแม่ พี่น้อง ญาติพี่น้อง และเพื่อนสนิท เพื่อดำเนินการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเดิม และดำเนินการขายสินค้าหรือบริการ ให้กับกลุ่มเป้าหมายใหม่ซึ่งใกล้ชิดกับลูกค้าเดิมเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ ทำให้ลูกค้าจงรักภักดี

(CRM เกมครองใจลูกค้า. สมวงศ์ พงศ์สถาพร และ สุนทร เลหาพัฒน์วงศ์ 2550)

### 2. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Dear Model) ประกอบด้วย

1. การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (Database) ฐานข้อมูลต้องถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ สามารถเรียกดูได้จากทุกหน่วยงานในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า มีการแยกประเภทลูกค้าจากฐานข้อมูล

2. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (Electronic) เทคโนโลยีที่เข้ามาเกี่ยวข้องนั้น ประกอบด้วย เทคโนโลยีที่เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับองค์กรได้ เช่น ระบบ Call center , Web site เป็นต้น และอีกตัวหนึ่งเทคโนโลยีที่ช่วยในเรื่องของการวิเคราะห์ ว่าองค์กรจะใช้ software ในการประมวลผลอย่างไร เช่น ใช้เพื่อการแยกแยะลูกค้า และการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า

3. การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ (Action) เป็นการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยกำหนดโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์สร้างคุณค่าให้เพิ่มขึ้นโดยพัฒนาสินค้า และบริการที่ดีเพื่อรักษาลูกค้าไว้ เนื่องจากฐานข้อมูลลูกค้าสามารถทำให้องค์กรแยกแยะลูกค้าได้ว่ากลุ่มใดเป็นกลุ่มที่ทำกำไรสูงสุดให้กับองค์กร

4. การเก็บรักษาลูกค้า (Retention) มีการประเมินผลเพื่อให้ทราบว่าองค์กรสามารถรักษาลูกค้าได้มากขึ้นหรือไม่อย่างไร โดยเกณฑ์ต่างๆ จะต้องเปลี่ยนไปจุดเน้นขององค์กรต้องเปลี่ยนมาอยู่ที่การรักษาลูกค้าในระยะยาว และเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าให้มากกว่าคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวัง



ภาพที่ 1 : องค์ประกอบของ CRM DEAR Model

### 3. ข้อมูลแอปพลิเคชันไลน์แอด

LINE @ (ไลน์แอด) เป็นเซอร์วิสใหม่ที่มาขยายศักยภาพของ LINE ให้กว้างขึ้น เช่น บริษัท ห้าง ร้าน SME สื่อมวลชน รวมถึงแบรนด์ต่างๆ และผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ได้อัพเดท ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและติดต่อทางด้านธุรกิจอื่นๆ เป็นต้น ในขณะที่ศิลปิน ดีไซน์เนอร์ นางแบบ แม้กระทั่งฟรีแลนซ์ ผู้มีพรสวรรค์ในด้านต่างๆ ก็สามารถใช้เซอร์วิสนี้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้ชื่นชอบในผลงานของตนได้อีกด้วย

ผู้ใช้ทั่วไปสามารถสร้างและจัดการบัญชี LINE @ (ไลน์แอด) ได้ด้วยตนเองในแอปฯ LINE @ โดยสามารถส่งข้อความ สนทนา 1 ต่อ 1 กับ Friends ที่ได้กดติดตามบัญชี LINE @ (ไลน์แอด) นั้นๆ รวมถึงโพสต์บนไทม์ไลน์และหน้าโฮมเพจ และอื่นๆ อีกมากมาย (ผู้ใช้งาน LINE สามารถเพิ่มบัญชี LINE @ (ไลน์แอด) เป็นเพื่อนเพื่อรับข้อความข่าวสารต่างๆ จากแอคเคาท์นั้นได้ผ่านแอปฯ LINE เช่นเดียวกับกับวิธีการเพิ่มออฟฟิเชียลแอคเคาท์ทั่วไปเป็นเพื่อน) นอกจากนี้ ผู้ใช้ LINE @ (ไลน์แอด) สามารถสร้างได้มากกว่าหนึ่งบัญชี เพื่อจุดประสงค์ที่แตกต่างกันได้

### 4. การวางแผนก่อนเข้าพบลูกค้า

ก่อนเข้าพบจำเป็นต้องมีการวางแผนกิจกรรมต่างๆ ที่พนักงานขายต้องเตรียมความพร้อมก่อนการเข้าพบผู้มุ่งหวังจริง ซึ่งต้องมีการเตรียมความพร้อมในกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. การทำรายการบันทึกลูกค้า (Customer report) การทำรายการบันทึกลูกค้า (Customer report) เป็นการบันทึกรายละเอียดต่างๆ ของลูกค้าเพื่อประโยชน์ในการศึกษาก่อนการเข้าพบ ผู้มุ่งหวังหรือลูกค้า พนักงานขายสามารถบันทึกข้อมูลของผู้มุ่งหวังในสมุดบันทึกหรือจัดทำเป็นแฟ้มข้อมูลลูกค้าแต่ละราย ทั้งลูกค้าเก่าและผู้มุ่งหวังที่พนักงานขายจะขอเข้าพบในโอกาสต่อไป

2. ตารางการเข้าพบลูกค้า ตารางการเข้าพบลูกค้า พนักงานขายจำเป็นต้องมีการกำหนดกิจกรรมการเข้าพบผู้มุ่งหวังในแต่ละวันโดยการจัดทำเป็นตารางเวลาที่ชัดเจน โดยจะมีการกำหนดจำนวนผู้มุ่งหวังที่จะเข้าพบ กำหนดรายละเอียดในการเข้าพบ ตารางกำหนดการเข้าพบจะช่วยทำให้พนักงานขายทำงานอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น และสามารถประเมินการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ขอบเขตของงาน

1. การขยายขอบเขตความสัมพันธ์โดยการเพิ่มช่องทางแอปพลิเคชันไลน์แอด

- ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษา วางแผน ดำเนินการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในไลน์แอดของกิจการ โดยใช้บัญชีผู้ใช้ ฮาบูต่านนครราชสีมา

- ขอบเขตด้านเวลา

ตั้งแต่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2562

2. กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และสร้างฐานข้อมูลลูกค้าใหม่

- ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษา วางแผน ดำเนินการออกพบและแจกคู่มือลูกค้าเดิม

- ขอบเขตด้านระยะเวลา

ตั้งแต่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2562

#### ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. วางแผนดำเนินโครงการ
2. ออกแบบกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน”
3. ออกแบบโพสต์เตอร์ไลน์แอด
4. สร้างแอปพลิเคชันไลน์แอด
5. ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย
6. ออกพบลูกค้าเดิม แจกคู่มือ “เพื่อนแนะนำเพื่อน”
7. เก็บข้อมูลยอดผู้ติดตามในระบบแอปพลิเคชันไลน์แอด
8. ติดตามผลลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์
9. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่

#### ผลการปฏิบัติงาน

1. ออกแบบกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน”

ออกแบบกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” ในช่วง 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึง 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 จัดทำขึ้นโดยโปรแกรม Adobe Photoshop CS6 โดยมีขั้นตอนการออกแบบกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน”

ขั้นตอนที่ 1 หัวหน้าแผนกได้มอบหมายงานให้ออกแบบคู่มือ “เพื่อนแนะนำเพื่อน”

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบคู่มือ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS6

ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอการออกแบบคูปอง “เพื่อนแนะนำเพื่อน” ให้กับหัวหน้าแผนกพิจารณา ผ่าน/ไม่ผ่าน ถ้ากรณีไม่ผ่านก็นำการออกแบบคูปองกลับมาแก้ไขในขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการนำเสนอต่อหัวหน้าแผนกอีกครั้ง และถ้าผ่านให้ดำเนินการทำขั้นตอนที่ 4

ขั้นตอนที่ 4 พิมพ์คูปอง “เพื่อนแนะนำเพื่อน” ในระบบโปรแกรม Adobe Photoshop CS6



ภาพที่ 2 : คูปอง “เพื่อนแนะนำเพื่อน”

## 2. ออกแบบโปสเตอร์ไลน์แอด

ออกแบบโปสเตอร์ไลน์แอดดำเนินการในช่วง 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึง 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 จัดทำขึ้นโดยโปรแกรม Adobe Photoshop CS6 โดยมีขั้นตอนการออกแบบโปสเตอร์ไลน์แอด

ขั้นตอนที่ 1 หัวหน้าแผนกได้มอบหมายงานให้ออกแบบโปสเตอร์ไลน์แอด

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบโปสเตอร์ไลน์แอด โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS6

ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอการออกแบบโปสเตอร์ไลน์แอดให้กับหัวหน้าแผนกพิจารณา ผ่าน/ไม่ผ่าน ถ้ากรณีไม่ผ่านก็นำการออกแบบโปสเตอร์ไลน์แอดกลับมาแก้ไขในขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการนำเสนอต่อหัวหน้าแผนกอีกครั้ง และถ้าผ่านให้ดำเนินการทำขั้นตอนที่ 4

ขั้นตอนที่ 4 พิมพ์โปสเตอร์ ไลน์แอด ในระบบโปรแกรม Adobe Photoshop CS6



ภาพที่ 3 : โปสเตอร์ไลน์แอด



### 3. สร้างแอปพลิเคชันไลน์แอด

สร้างแอปพลิเคชันไลน์แอด โดยใช้บัญชีผู้ใช้ ฮาบุต้า นครราชสีมา ได้ดำเนินการตั้งแต่ 22 กรกฎาคม พ.ศ 2562 ถึง 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สร้างบัญชีไลน์แอด ศึกษาข้อมูลการสร้างบัญชี ไลน์แอด ด้วยการค้นคว้าหาข้อมูลจาก YouTube แล้วทำความเข้าใจว่ามีขั้นตอนอะไรบ้างในการสร้างบัญชี

ขั้นตอนที่ 2 สมัครไลน์แอด

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าสู่ระบบไลน์แอด

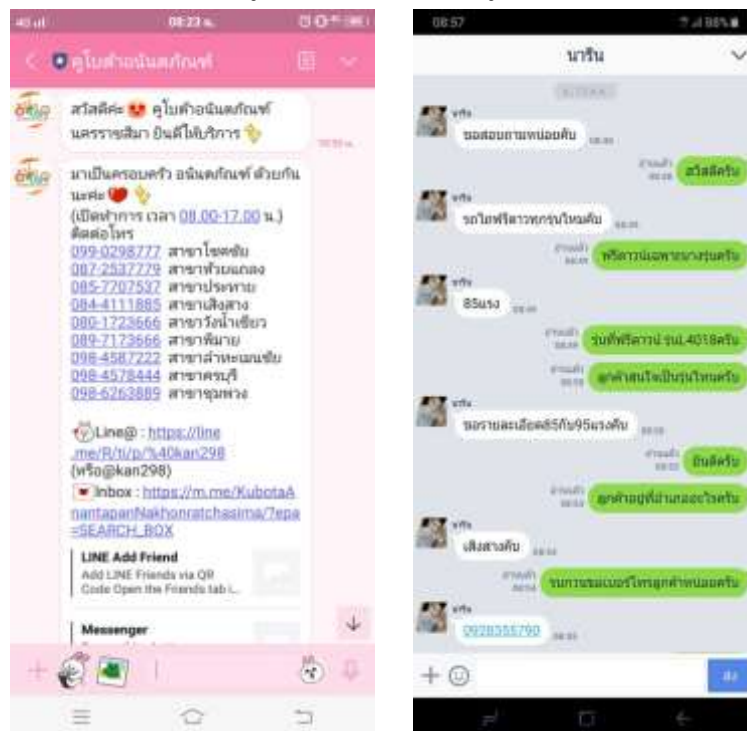
ขั้นตอนที่ 4 ลงทะเบียนเข้าไลน์แอด

ขั้นตอนที่ 5 ระบบการใช้งานไลน์แอด ศึกษาข้อกำหนดการใช้งาน เมื่อศึกษาข้อกำหนดการใช้งานเรียบร้อยแล้ว กดยอมรับข้อตกลงและอนุญาต เพื่อดำเนินการสร้าง Account ของไลน์แอด

ขั้นตอนที่ 6 ลงทะเบียนไลน์แอด

ขั้นตอนที่ 7 สร้างบัญชีผู้ใช้ไลน์แอด กรอกรายละเอียด ในขั้นตอนสร้างโปรไฟล์บัญชี พิมพ์ชื่อบริษัท หรือชื่อแบรนด์ ความยาวไม่เกิน 20 ตัวอักษร, อัปโหลดรูปถ่าย และเลือกประเภทของธุรกิจและรายละเอียดของธุรกิจ เสร็จแล้วกดลงทะเบียนและยอมรับข้อตกลง

ขั้นตอนที่ 8 ตั้งระบบข้อความตอบกลับลูกค้าใหม่ บริษัท ฮาบุต้า นครราชสีมา จำกัด



ภาพที่ 4 : ข้อความตอบกลับลูกค้าใหม่

### 4. ออกพบลูกค้าเดิม แจกคู่มือ “เพื่อนแนะนำเพื่อน”

กำหนดแผนการออกพบลูกค้าเดิมเป็นรายสัปดาห์ เพื่อเป็นจุดหมายในการดำเนินงานแต่ละสัปดาห์ โดยแบ่งช่วงการออกพบเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงเช้าตั้งแต่ 09.00 น. – 12.00 น. และช่วงบ่ายตั้งแต่ 13.00 น. – 15.00 น. จะออกพบลูกค้าเดิมตามหมู่บ้านของตำบลที่กำหนดเป็นรายสัปดาห์ โดยดำเนินการตั้งแต่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2562

ถึง 27 กันยายน พ.ศ. 2562 ได้ผลดังนี้ แผนการออกพบลูกค้าเดิมแจกคูปอง “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กำหนดการออกพบลูกค้าเดิมเป็นรายสัปดาห์ ทั้งหมด 6 สัปดาห์ สามารถออกพบลูกค้าเดิมได้จำนวน 214 คน และไม่พบลูกค้าเดิมจำนวน 25 คน กรณีที่ไม่พบลูกค้า ลูกค้าไม่อยู่บ้านออกไปทำนา ทำไร่ และทำงานประจำจึงทำให้พลาดในการออกพบและแจกคูปอง “เพื่อนแนะนำเพื่อน”



ภาพที่ 5 : ออกพบลูกค้าเดิมแจกคูปอง “เพื่อนแนะนำเพื่อน”

#### 5. เก็บข้อมูลยอดผู้ติดตามในระบบแอปพลิเคชันแอต

เก็บข้อมูลยอดผู้ติดตามในแอปพลิเคชันแอต โดยตรวจสอบเป็นรายสัปดาห์ เพื่อวัดยอดผู้ติดตาม ตั้งแต่ 12 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2562 ดังตาราง

ตารางที่ 1 : เก็บข้อมูลยอดผู้ติดตามในระบบแอปพลิเคชันแอต

เก็บข้อมูลยอดผู้ติดตามในระบบ LINE @ Application		
วัน/เดือน/ปี	จำนวนยอดผู้ติดตาม (คน)	ผู้เก็บข้อมูล
12 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึง 17 สิงหาคม พ.ศ. 2562	304	น.ส.เบญจมาศ พึ่งครบุรี น.ส.จุไรรัตน์ แซ่เบ้
19 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึง 24 สิงหาคม พ.ศ. 2562	608	
26 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึง 31 สิงหาคม พ.ศ. 2562	916	
2 กันยายน พ.ศ. 2562 ถึง 7 กันยายน พ.ศ. 2562	1,219	
9 กันยายน พ.ศ. 2562 ถึง 14 กันยายน พ.ศ. 2562	1,258	
16 กันยายน พ.ศ. 2562 ถึง 21 กันยายน พ.ศ. 2562	1,303	
23 กันยายน พ.ศ. 2562 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2562	1,332	

## 6. ติดตามผลลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์

ติดตามผลลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์ ได้ดำเนินการตั้งแต่ 2 กันยายน พ.ศ. 2562 ถึง 28 กันยายน พ.ศ. 2562 ดังภาพ



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	อีเมล	หมู่	หมู่บ้าน	พื้นที่	สถานะ	จังหวัด	เบอร์โทร	เลขบัตร	เลขวีซ่า	วันขึ้น	รุ่น	สถานะ
1	นายผล ปลิงกระโทก	236	ม.7	กุศลภาวิน	คลองสามพัน	โหล่ง	นครราชสีมา	099-8176757	654415	BF1909	21/3/59	L5005P	
2	นายศักดิ์ พิลาโน	54	ม.4	ศักดิ์	เมืองสามพัน	โหล่ง	นครราชสีมา	085-8820906	142391	BF15729	1/10/61	L3018VT	
3	นายเอกราช นวลจันทร์	131/1	ม.8	นวลจันทร์	ป่าซาง	ป่าซาง	นครราชสีมา	082-9890471	018663	BKAB026	15/1/82	L5215	

ภาพที่ 6 : รายชื่อลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์ ตั้งแต่ 2 กันยายน พ.ศ. 2562 ถึง 28 กันยายน พ.ศ. 2562

จากภาพที่ 6 ได้ผลดังนี้ ในระยะเวลา 1 เดือน มีลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์จำนวน 3 คน คือ

1. นายผล ปลิงกระโทก เป็นลูกค้าเดิมของบริษัท ฮาบูต้า นครราชสีมา จำกัด สาขาโชคชัย
2. นายคำพันธ์ พิลาโน เป็นลูกค้าเดิมของบริษัท ฮาบูต้า นครราชสีมา จำกัด สาขาห้วยแถลง
3. นายเอกราช นวลจันทร์ เป็นลูกค้าเดิมของบริษัท ฮาบูตานครราชสีมา จำกัด สาขาปากช่อง

การที่ลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์ จะได้รับสิทธิพิเศษ คือ

1. ได้รับเงินค่าแนะนำมูลค่า 3,000 บาท
2. ได้รับคูปองอะไหล่มูลค่า 2,000 บาท

## 7. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่

การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่ของบริษัท ฮาบูต้า นครราชสีมา จำกัด ได้ดำเนินการในช่วง 16 กันยายน พ.ศ. 2562 ถึง 28 กันยายน พ.ศ. 2562 ฐานข้อมูลนี้จัดทำขึ้น ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel ดังภาพที่



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	อีเมล	หมู่	หมู่บ้าน	พื้นที่	สถานะ	จังหวัด	เบอร์โทร	เลขบัตร	เลขวีซ่า	วันขึ้น	รุ่น	สถานะ
1	นายตระกูล ห้อยกระโทก	244	ม.7	กุศลภาวิน	คลองสามพัน	โหล่ง	นครราชสีมา	086-2460426	184367	BG14057	2/09/82	L4018	
2	นายสมศักดิ์ พิลาโน	84	ม.4	ศักดิ์	เมืองสามพัน	โหล่ง	นครราชสีมา	085-8820408	082-088800212	V21019-B201728	19/09/82	DC-70 Plus	
3	นายอนันต์ บุญดี	142	ม.8	นวลจันทร์	ป่าซาง	ป่าซาง	นครราชสีมา	085-7179180	801048	BK04519	23/09/87	L3208	

ภาพที่ 7 : ฐานลูกค้าใหม่บริษัท ฮาบูต้า นครราชสีมา จำกัด ตั้งแต่ 16 กันยายน พ.ศ. 2562 ถึง 28 กันยายน พ.ศ. 2562

จากภาพที่ 7 ได้ผลดังนี้ ในระยะเวลา 1 เดือน มีฐานข้อมูลลูกค้าใหม่ บริษัท ฮาบูต้า นครราชสีมา จำกัด จำนวน 3 คน คือ

1. นายตระกูล ห้อยกระโทก ซื้อรถแทรกเตอร์ฮาบูต้ารุ่น L 4018 มูลค่า 490,000 บาท ซื้อรถแทรกเตอร์ฮาบูต้าที่สาขาโชคชัย

2. นายสมศักดิ์ พิลาโน ซื้อรถเกี่ยวขนาดข้าวฮาบูต้ารุ่น DC-70 Plus มูลค่า 960,000 บาท ซื้อรถเกี่ยวขนาดข้าวฮาบูต้าที่สาขาห้วยแถลง



3. นายธนาวิทย์ บุญมี ซื้อรถแทรกเตอร์ฮายูต้ารุ่น L 3208 มูลค่า 409,000 บาท ซื้อรถแทรกเตอร์ฮายูต้าที่สาขาปากช่อง

### สรุปตามวัตถุประสงค์

1. เพิ่มจำนวนผู้ติดตามในไลน์แอด จำนวน 2,000 คน พบว่าผู้จัดทำโครงการสามารถเพิ่มยอดผู้ติดตามในไลน์แอด ได้จำนวน 1,332 คน ขาด 668 คน ซึ่งไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพราะกลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัทเป็นเกษตรกรที่สูงวัย จึงไม่ใช้โทรศัพท์มือถือในการเล่นไลน์ ส่วนมากจะรับสายโทรเข้าหรือโทรออกเท่านั้น แต่ยังมีผู้ติดตามได้มีการติดต่อช่องทางไลน์ในเรื่องการสั่งซื้ออะไหล่

2. ลูกค้าเดิมนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์ จำนวน 100 คน พบว่าภายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 มีลูกค้า นำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” กลับมาใช้สิทธิ์จำนวน 3 คน ซึ่งไม่เป็นวัตถุประสงค์ เนื่องจากสภาพอากาศแปรปรวนทำให้ผลผลิตทางการเกษตรเสียหาย จึงเป็นเหตุผลที่ลูกค้าไม่สามารถแนะนำเพื่อนมาซื้อรถฮายูต้าได้

3. การหาลูกค้าใหม่ด้วยกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” จากลูกค้าเดิม จำนวน 100 คน พบว่า ภายใน เดือนกันยายน พ.ศ. 2562 มีลูกค้าใหม่จำนวน 3 คน สาเหตุที่มีลูกค้าใหม่น้อย เนื่องจากสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจที่ตกต่ำส่งผลเกษตรกรขาดไม่มีเงินทุนในการซื้อรถฮายูต้า แต่ยังมีลูกค้าใหม่ที่ได้จากกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” ทำให้บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นจำนวน 1,859,000 บาท

หมายเหตุ : บริษัทยังคงดำเนินการกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2562

### ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. บริษัท ฮายูต้า นครราชสีมา จำกัด มีช่องทางการติดต่อสื่อสารเพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น ไลน์แอด
2. ลูกค้ารับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
3. กระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด และจงรักภักดีกับบริษัท ฮายูต้า นครราชสีมา จำกัด ตลอดไป
4. เพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ในการมาซื้อสินค้าและมาใช้บริการของบริษัท ฮายูต้า นครราชสีมา จำกัด

### เอกสารอ้างอิง

กิตติพงษ์. ข้อมูลแอปพลิเคชันไลน์แอด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://tech.mthai.com/it-news/46658.html> (วันที่ค้นหาข้อมูล : 20 ตุลาคม 2562)

ประโยชน์ของ Photoshop. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.aosoft.co.th/article/311/ประโยชน์ของ-Photoshop.html> (วันที่ค้นหาข้อมูล : 20 กันยายน 2562)

สมวงศ์ พงศ์สถาพร และ สุนทร เลหาพัฒน์วงศ์ (2550). CRM เกมครองใจลูกค้า. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ยูนิซีแอลบุคส์

อะโดบี โฟโตชอป. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [https://th.wikipedia.org/wiki/อะโดบี\\_โฟโตชอป](https://th.wikipedia.org/wiki/อะโดบี_โฟโตชอป) (วันที่ค้นหาข้อมูล : 20 กันยายน 2562)

AJ.Naphaphon Khluinak .การเตรียมตัวก่อนพบลูกค้า. [ออนไลน์] . เข้าถึงได้จาก :  
<http://elearning.psu.ac.th/courses/113/Unit%207%20powerpoint.pdf> (วันที่ค้นหาข้อมูล : 20 ตุลาคม 2562)

### กิตติกรรมประกาศ

การที่ข้าพเจ้าได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ ฮาบูต้า นครราชสีมา จำกัด ตั้งแต่วันที่ 24 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 11 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีคุณค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือ และการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณจรรุวรรณ น้าประทานสุข (ผู้จัดการฝ่าย)
2. คุณสุกัญญา เนาวรัตน์าวนิช (ผู้นิเทศงาน/หัวหน้างานในสถานประกอบการ)
3. อาจารย์สุพรรณณี พรภักดี (อาจารย์ที่ปรึกษา)

นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ซึ่งท่านเหล่านั้นได้กรุณาให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานฉบับนี้ จึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล คำแนะนำ และวิธีของการปฏิบัติงานรวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำรายงานฉบับนี้จนสมบูรณ์