

บทคัดย่อ

168538

ชื่อภาคินพนธ์ : การจัดการระบบลูกค้าสัมพันธ์ : กรณีศึกษา ทักษะของกลุ่มลูกค้า
แพลตฟอร์ม ธนาคารกสิกรไทย

ชื่อผู้เขียน : นางมยุรี พัทธโนทัย

ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนasantคม)

ปีการศึกษา : 2548

จากสภาพการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น ให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของธนาคาร และกำไรของธนาคารลดลง เนื่องจากคู่แข่งที่เป็นธนาคารพาณิชย์มีกระบวนการบริหารลูกค้าที่ทรงคุณค่าโดยให้การดูแลอย่างดีเยี่ยม โดยเฉพาะลูกค้าที่เรียกว่า ลูกค้าแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มพิเศษที่ธนาคารต้องดูแลเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะทางการเงินดี สร้างคุณค่าให้กับธนาคารเป็นอย่างมาก ซึ่งลูกค้าประเภทนี้ จะมีธนาคารที่เป็นคู่แข่งสำคัญ คือ ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้เช่นกัน จึงได้พยายามนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะบุคคล โดยมีผู้ดูแลลูกค้าที่จะให้คำแนะนำและบริการทางการเงินที่หลากหลาย มีการจัดตั้งทีมดูแลลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการทางการเงินที่มากขึ้น ให้บริการทางการเงินแบบบริการพร้อมสรรพที่จุดเดียว หรือเรียกว่า One Stop Shop เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการและบริการที่สะดวกสำหรับลูกค้า ให้คำปรึกษาและวางแผนทางการเงินแบบครบวงจร รวมถึงการนำเสนอผลสรุปความเคลื่อนไหวการเดินบัญชี และธุรกรรมทางการเงินเป็นพิเศษสำหรับลูกค้า เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย และนิยมใช้บริการเกี่ยวกับเงินฝากมากที่สุด รองลงมาคือ บัตรเครดิต โดยมียอดเงินฝากกับธนาคารอยู่ที่ประมาณ 5 – 10 ล้านบาท สำหรับปัจจัยทางการตลาด นั้นส่วนใหญ่มักรับบริการ ธนาคารกสิกรไทย เป็นธนาคารหลักสำหรับการใช้บริการระดับแพลตฟอร์มในปัจจุบันนอกจากธนาคารกสิกรไทย นั้นลูกค้าใช้บริการระดับแพลตฟอร์ม กับ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ตามลำดับ

ในการทำธุรกรรมกับธนาคารนั้น ลูกค้าจะมาติดต่อด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ พนักงานธนาคารจะให้บริการถึงที่บ้าน สำหรับการลงทุน ลูกค้าแพลงทินัมให้ความสนใจใน กองทุนผสมเพิ่มมากขึ้น และมีความสนใจกองทุนรวมด้วยเช่นกัน เนื่องจากมีผลตอบแทนมากที่สุด สำหรับการให้บริการของเจ้าหน้าที่นั้น ลูกค้าต้องการให้เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ ทันท่วงที หรือทันสมัยเมื่อมีปัจจัยใหม่ ๆ เข้ามากระทบกับการลงทุนมากที่สุด นอกจากนี้ลูกค้ายัง สนใจต่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ เมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เข้ามา รวมถึงสนใจการให้บริการรูปแบบใหม่ ของธนาคาร ที่เกี่ยวกับการบริการทีมให้คำปรึกษาทางการเงินและการลงทุนอีกด้วย

ในส่วนของการข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยนี้ จะพบว่าลูกค้ามีความต้องการที่เพิ่มขึ้นในส่วน ของการได้รับข้อมูล หรือการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการ ลงทุน ของลูกค้าเอง ดังนั้น ธนาคารจึงควรเพิ่มการให้บริการให้มากขึ้น อาทิเช่น เพิ่มการ ให้บริการด้านการจัดทีมที่ปรึกษาทางการเงิน และทางการเงิน การให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว และเป็นส่วนตัว การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า และพนักงาน การจัด กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ หรือที่ลูกค้าสนใจให้มากขึ้น

ABSTRACT

168538

Title or Research Paper : Customer Relationship Management : A Case Study
Attitude of K-Bank Platinum Customers
Author : Mrs. Mayuree Pattanothai
Degree : Master of Arts (Social Development)
Year : 2005

As a result of increasing in business competition, market share of Bank and profit has been deteriorated. Due to the fact that other Bank, being considered the competitors have superbly well taken care of their value customers especially so called Platinum customers, most of which a group of persons whom special care need to be given. A group of customer having good financial status can create great value to Bank. Main competitors in these categories are Bangkok Bank and Siam Commercial Bank. K-Bank, having realized an importance of this group of customer, has put great effort in an attempt to offer products and services to cater to individual customers' need by delegating staff to introduce wide variety of financial services to ultimate customers. Special teams were set up to respond to their increasing financial demand. One stop shop where full scale cycle of financial services were introduced to provide products to meet with customers' requirement including presentation of summary of account movement and special treatment on customer's financial operation

It is found out from the study that most of customers are male who prefer using deposit account at it best followed by credit card where account balance is about 5 - 10 million Baht. For those of marketing factor, K-Bank plays a main role in this regard. In addition to K-Bank, currently Bangkok Bank, Siam Commercial Bank, Bank of Ayudhya had also provided services at Platinum level respectively.

For the transaction to be made, most customers will personally approach banking services. In the meantime, Bank staff may visit at customers' place as secondary option. For those of investment, platinum customers show more interest in combined equity as well as mutual fund due to greatest benefit to be obtained. With regard to services of Bank staff,

168538

customers prefer prompt advice or advance information whenever there'll be any factors most affecting their investment. Furthermore, customers also pay attention to any new services of Bank in relation to advisory team providing consultation in terms of finance and investment.

It is also found out from this part of research that customers demand more information or services of new products or innovation including those benefiting customers' own investment. It is, therefore, necessary for Bank to diversify its services such as setting up advisory team in investment and finance, rendering personal and faster services, arrangement of activities to promote relationship among customers and Bank staff, initiation of activities resulting in customers' interest.