

บทที่ 2

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 Custom Relation Management (CRM)

CRM หมายถึง วิธีการในการสร้าง การรักษา และความพยายามในการดึงมูลค่าเพิ่มของลูกค้าออกมา และสร้างเป็นคุณค่าระยะยาว ดังนั้น CRM จึงเป็นเรื่องของการเรียนรู้ที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นทั้งกลยุทธ์และเครื่องมือของบริษัท และของพนักงานในบริษัทที่จะในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งกลยุทธ์ไม่ได้หมายความว่าถึงเทคโนโลยีที่มีราคาแพง บริษัทไม่จำเป็นต้องพึ่งเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยเกินไป หากบริษัทมีเทคโนโลยีที่ยังสามารถประยุกต์ใช้ได้ ทั้งนี้เนื่องจากจะก่อให้เกิดความสิ้นเปลืองต้นทุนในการเปลี่ยนเทคโนโลยีอย่างมาก CRM เป็นส่วนหนึ่งของทุกคนในบริษัท และสร้างความได้เปรียบให้กับบริษัท สามารถช่วยให้บริษัทคาดการณ์ส่วนแบ่งทางการตลาดได้ ทั้งนี้บริษัทจะต้องให้ความสำคัญกับทั้งลูกค้าภายในและภายนอกบริษัท

2.2 แนวคิดพื้นฐานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การพัฒนากระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นหลักของการบริหาร คือ การตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าแต่ละราย ว่าลูกค้าแต่ละรายนั้นมีความสำคัญไม่เท่ากัน การที่บริษัทสามารถทำให้ลูกค้าภักดีต่อบริษัทได้นั้น เป็นหัวใจหลักในการนำบริษัทไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจระยะยาว CRM จึงเป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการซึ่งถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์เพื่อช่วย ให้บริษัทสามารถจัดการกระบวนการต่าง ๆ ภายในบริษัทให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อบริษัท

ถ้าบริษัทสามารถรักษาลูกค้าให้อยู่กับบริษัทได้ จะช่วยเป็นการลดต้นทุนที่เกิดจากการลดการทำงานให้เหลือน้อยครั้ง บริษัทไม่ต้องเริ่มกระบวนการทำงานใหม่บ่อย ๆ ถ้าหากลูกค้าเข้า ๆ ออก ๆ จะทำให้เสียต้นทุนและไม่เกิดโอกาสในการทำกำไร ซึ่งโอกาสในการทำกำไรนั้นส่วนหนึ่งมาจาก การทำ การซื้อต่อเนื่อง (Cross Selling) และ การซื้อต่อยอด (Up Selling)

2.3 การบริหาร CRM จะประสบความสำเร็จได้นั้นมีขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้ คือ

1. มีการร่วมมือกันอย่างเต็มที่ในการดำเนินกลยุทธ์ CRM ของบุคลากรทุกระดับในบริษัท
2. พนักงานทุกระดับและทุกหน่วยงานเก็บข้อมูลเพื่อสนับสนุนระบบ CRM อย่างถูกต้อง
3. เครื่องมือ CRM จะต้องสอดคล้องกับตัวระบบการบริหารเพื่อให้พนักงานและลูกค้ามีความสะดวกในการใช้งาน
4. ใช้ข้อมูลรายงาน CRM ที่จำเป็นและมีการแบ่งปันไปสู่ทีมงาน
5. การดำเนินกลยุทธ์ CRM นั้นไม่ใช่การมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีราคาแพงเป็นหัวใจสำคัญแต่บริษัทสามารถใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ถึงแม้ว่าจะจะเป็นเทคโนโลยีราคาถูกแต่บริษัทสามารถใช้ให้เกิดประสิทธิภาพได้ หากเปรียบเทียบกับการนำเทคโนโลยีไฮ-เทคเข้ามาใช้แล้วทำให้เกิดความวุ่นวาย และเพิ่มต้นทุนมหาศาล การใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ก็จะก่อให้เกิดคุณค่ามากกว่า
6. การทำ CRM จะเป็นตัวช่วยบอกบริษัทว่าควรจะรักษาลูกค้าประเภทใด

2.4 หลักการสำคัญในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การมีฐานข้อมูลของลูกค้า ฐานข้อมูลต้องถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ สามารถเรียกดูได้จากทุกหน่วยงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า มีการแยกประเภทลูกค้าจากฐานข้อมูล เนื่องจากลูกค้าแต่ละรายมี Value ไม่เท่ากัน ซึ่งลูกค้าประกอบด้วย ลูกค้าเริ่มแรก ลูกค้าที่ช่วยประชาสัมพันธ์ และลูกค้าที่ซื้อซ้ำ

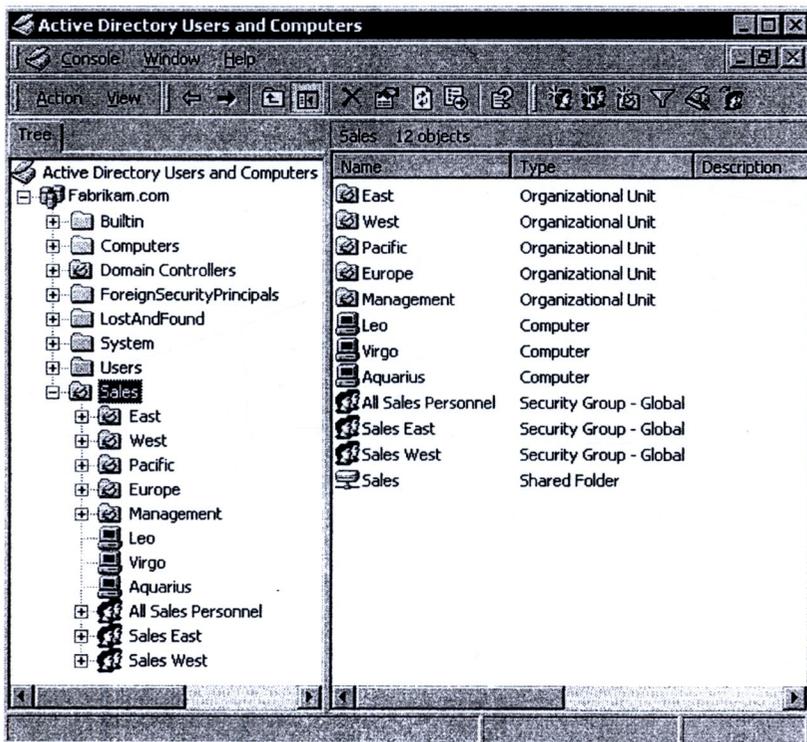
การมีเทคโนโลยี โดยเทคโนโลยีที่เข้ามาเกี่ยวข้องนั้น ประกอบด้วย เทคโนโลยีที่เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ เช่น ระบบ Call center, Web site เป็นต้น และอีกตัวหนึ่งเทคโนโลยีที่ช่วยในเรื่องของการวิเคราะห์ว่าบริษัทจะใช้ซอฟต์แวร์ในการประมวลผลอย่างไร เช่น ใช้เพื่อการแยกแยะลูกค้า และการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า

การปฏิบัติเพื่อรักษาลูกค้า เนื่องจากฐานข้อมูลสามารถทำให้บริษัทแยกแยะลูกค้าได้ว่ากลุ่มใดเป็นกลุ่มที่ทำกำไรสูงสุดให้กับบริษัท หลังจากนั้นบริษัทต้องมากำหนดวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าเหล่านั้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงการให้บริการลูกค้าแต่ละรายอย่างเหมาะสม

การประเมินผล เพื่อให้ทราบว่าบริษัทสามารถรักษาลูกค้าได้มากขึ้นหรือไม่อย่างไร โดยเกณฑ์ต่าง ๆ จะต้องเปลี่ยนไป จุดเน้นของบริษัทต้องเปลี่ยนมาอยู่ที่การรักษาลูกค้าในระยะยาว และเพิ่มมูลค่า ให้กับลูกค้าให้มากกว่าคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวัง

2.5 Active Directory

Active Directory เป็นฐานข้อมูลที่ใช้กับวัตถุประสงค์พิเศษ Directory ถูกออกแบบเพื่อรองรับการประมวลผลด้านการอ่านและการค้นหาข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ และการเปลี่ยนแปลงหรืออัปเดตข้อมูลที่มีขนาดเล็กกว่าข้อมูลของ Active Directory ซึ่งมีการจัดลำดับข้อมูล การสำรองและการขยาย เพราะมันมีการจัดลำดับข้อมูล ทำให้ไม่ต้องจัดเก็บข้อมูลแบบ Dynamics เช่น ราคาหุ้นของบริษัท หรือ ประสิทธิภาพของ CPU ถ้ามีเครื่องที่มีการจัดเก็บโดยเฉพาะ, คลังข้อมูลในระบบ ลักษณะตัวอย่างของข้อมูลที่ถูกจัดเก็บในคลังข้อมูลนั้นจะรวมถึงลำดับของเครื่อง printer ข้อมูลของผู้ใช้ และ ข้อมูล network/computer configuration ฐานข้อมูล Active Directory ประกอบด้วยข้อมูล และคุณลักษณะ โดยที่วัตถุประสงค์และคุณลักษณะนั้นจะหมายถึงข้อมูลที่ถูกเก็บไว้ในคลังข้อมูล ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ใช้เป็นตัวในการกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลภายในบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการแชร์ข้อมูลผ่านเครือข่าย การเข้าถึงเครื่องแม่ข่ายต่างๆเพื่อทำการดูแลรักษา ตลอดจนไปถึงการใช้งานอุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องพิมพ์ เป็นต้น



รูปที่ 1 Active Directory domain partition