

เรื่อง : กระบวนการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าวิจัย

หน่วยงานหลัก : งานวิจัยและนวัตกรรม

ผู้รับผิดชอบหลัก : รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ

ข้อกำหนด : เกณฑ์ตาม EdPEX

ตัวชี้วัดกระบวนการ : กระบวนการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าวิจัย

ตัวชี้วัดผลลัพธ์ : -ฐานข้อมูลลูกค้าวิจัย

-การเพิ่มช่องทางลูกค้าวิจัย

-โปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าวิจัย

-การรักษาลูกค้าวิจัย

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	ช่วงเวลา
1. การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ต้องมีฐานข้อมูลถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอตลอดจนมีการแยกประเภทของลูกค้า	งานวิจัยฯ/ รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	ส.ค.-62
2. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยในการเพิ่มช่องทางให้ลูกค้า เช่น Call Center, Website, Interactive Voice Response เพื่อใช้ในการแยกลูกค้า และการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า เป็นต้น	งานวิจัยฯ/ รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	ก.ย.62-ต.ค.62
3. การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า โดยกำหนดโปรแกรมการสร้างความสัมพันธ์ สร้างคุณค่าให้เพิ่มขึ้น เพื่อรักษาลูกค้าไว้ หลังจากนั้นกำหนดวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าเหล่านั้น เพื่อสร้าง Relationship Program เพื่อให้เข้าถึงการให้บริการแต่ละรายอย่างเหมาะสม	งานวิจัยฯ/ รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	พ.ย.62-ก.ค.63
4. การรักษาลูกค้า (Retention) มีการประเมินผลเพื่อให้ทราบว่าสามารถรักษาลูกค้าได้มากขึ้นหรือไม่อย่างไร โดยรักษาลูกค้าในระยะยาว และเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าให้มากกว่าคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวัง	งานวิจัยฯ/ รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	ก.ค.-63