

หลักพื้นฐานสำหรับการบริการที่ดี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหัวใจสำคัญของทุกองค์กร/หน่วยงาน ขณะเดียวกันความไม่พึงพอใจหรือข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้น ก็มีความสำคัญไม่น้อยกว่ากัน เมื่อเกิดข้อร้องเรียนขึ้น พนักงานผู้ให้บริการ หัวหน้าทีมบริการ หรือหน่วยธุรกิจขององค์กรจะมีวิธีตอบสนอง หรือสร้างระบบในการรับมือกับคำร้องเรียนนั้นอย่างไร ทำอย่างไรจึงจะเปลี่ยนข้อร้องเรียนให้เป็นความประทับใจ ด้วยกระบวนการหรือวิธีการแก้ไขข้อร้องเรียนนั้นๆ ได้อย่างทันท่วงที ข้อมูลการร้องเรียนเหล่านี้บริษัทจำเป็นต้องรวบรวมและนำมาพิจารณาแก้ไข ป้องกันและจัดการอย่างเป็นระบบ รวดเร็ว และแบบเชิงรุก

ขณะเดียวกันการรับมือกับผู้ใช้บริการที่เข้ามาพร้อมกับความไม่พอใจบางอย่าง แน่นนอนย่อมต้องมาพร้อมอารมณ์ขุ่นข้องหมองใจ บางครั้งอาจจะเจือปนด้วยความขำใจมาด้วย เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายทีเดียว แต่ก็ไม่ถึงกับยากจนเป็นไปไม่ได้ แน่นนอนทุกองค์กร/หน่วยงานมักกำหนดวิสัยทัศน์ซึ่งหมายถึงจุดหมายปลายทางที่องค์กร/หน่วยงานต้องการไปให้ถึงให้ได้ และแน่อนการจะไปให้ถึงจุดนั้นผู้ใช้บริการมีส่วนสำคัญอย่างมาก หรืออาจจะเรียกว่าสำคัญที่สุดก็ว่าได้ ดังนั้นถ้าผู้ใช้บริการคือบุคคลสำคัญ เพื่อให้ทุกคนตระหนักแล้ว คำชมและความพึงพอใจของลูกค้า ก็คงเปรียบเสมือนวิชาที่ประทับลงไปบนหนังสือเดินทาง ยิ่งเราได้รับตราประทับนี้มากเท่าใด ก็จะนำพาเราไปสู่จุดหมายปลายทางที่กำหนดไว้ได้ง่ายเท่านั้น

ด้วยแนวคิดที่เป็นทางเลือกใหม่ในการจัดการสถานประกอบการ ได้ขยับปรับตัวไปสู่สิ่งที่เรียกว่าการตลาดเชิงความสัมพันธ์มากขึ้น “ธุรกิจและธุรกรรมที่ประสบความสำเร็จจะต้องตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ หน้าที่ขององค์กร/หน่วยงานต่างๆ เพียงแค่ทำให้มันมองเห็นได้ และดูมีความหมายมากขึ้นในสายตาผู้ใช้บริการเท่านั้น” เมื่อความสัมพันธ์กลายเป็นมูลค่าระยะยาวของธุรกิจ คำว่า Loyalty customer หรือผู้ใช้บริการที่มีความชื่นชอบและหลงใหลในแบรนด์ใดๆ จึงกลายเป็นแก่นของการตลาดในยุคปัจจุบัน มาทำความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะของสินค้าและบริการ ดังนี้

- สินค้าเป็นสิ่งที่จะต้องได้ แต่การบริการไม่ใช่ว่าไม่มีตัวตน แต่รับรู้ได้ผ่านความรู้สึก
- สินค้าชนิดเดียวกัน จากผู้ผลิตรายเดียวกัน ย่อมเหมือนกัน แต่บริการแต่ละครั้งแม้จะมาจากหน่วยบริการหรือผู้ให้บริการคนเดียวกัน มีความแตกต่างและแปรเปลี่ยนไปตามบริบทนั้น ๆ
- สินค้ามีการผลิตไว้ล่วงหน้า และส่งมอบเมื่อลูกค้าต้องการ แต่การบริการเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ทุกอย่างเกิดขึ้นพร้อมกัน ณ เวลานั้น
- สินค้าอาจจะสร้างหรือผลิตมาจากวัสดุหลากหลาย แต่บริการเป็นการกระทำที่ออกมาจากใจของผู้ให้บริการ
- คุณค่าของสินค้าย่อมเกิดขึ้นภายในโรงงาน ผ่านคน กรรมวิธี และเครื่องจักร แต่คุณค่าของการบริการเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้ให้บริการและผู้รับบริการนั้น ๆ
- การมีส่วนร่วมของลูกค้าต่อการผลิตสินค้าอาจมีไม่มาก แต่การบริการลูกค้าสัมผัส รับรู้ และมีส่วนร่วมในสิ่งที่เกิดขึ้นตลอดเวลา
- สินค้าอาจเก็บรักษาไว้ได้นานในคลังสินค้า แต่การบริการไม่มีการจัดเก็บไว้ล่วงหน้า เกิดขึ้นทันทีที่ลูกค้าต้องการ
- สินค้าสามารถส่งต่อความเป็นเจ้าของ โดยมอบให้ผู้อื่นเป็นทอดๆ ได้ แต่การบริการเกิดขึ้นมาเพื่อคน ๆ นั้น

จะเห็นได้ว่าการบริการยากและซับซ้อนกว่าการผลิต พอๆ กับการที่เราจะทำความเข้าใจในคนหนึ่งคน คงไม่ใช่แค่เพียงกิริยา รูปร่างภายนอก หรือคำพูดของลูกค้ารายนั้น แต่การเข้าไปให้ถึงความคิด จิตใจ เป็นเรื่องที่ยาก การจะให้บริการให้ถูกต้องตรงใจจึงเป็นความท้าทายอย่างมากของผู้ให้บริการทุกคน แต่กระนั้น

หลักปฏิบัติพื้นฐานสำหรับ**การบริการที่ยอดเยี่ยม** ถ้าเรามีและตระหนกอยู่เสมอ ก็ช่วยได้มากทีเดียว ลองนำไปพิจารณาปรับใช้กัน ดังนี้

- รวดเร็ว ทันใจ
- อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
- ถูกต้อง ตรงเวลา
- ซื่อสัตย์ ไว้วางใจได้
- ทำงานละเอียด มีฝีมือ
- ให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ
- สม่ำเสมอ มีมาตรฐาน
- สร้างรอยยิ้มและความประทับใจ



หลักปฏิบัติต่างๆ และทำได้ทันที จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหมั่นฝึกฝนให้เคยชิน เมื่อถึงเวลาเมื่อใดก็พร้อมใช้ในทันที หรือถ้าพัฒนาให้จนกลายเป็นธรรมชาติของผู้ให้บริการนั้นๆ ได้ยิ่งดี แต่กระนั้นก็ตามต่อให้แน่นแค่ไหน ก็มีโอกาที่จะเกิดข้อผิดพลาด บกพร่อง โดยไม่ได้ตั้งใจได้เหมือนกัน ขนาดโรงแรมชั้นนำ 5 ดาวระดับโลกที่มีมาตรฐานสูง ก็มีโอกาสมีผิดพลาดได้เช่นเดียวกัน เพียงแต่มาตรการและวิธีการที่รวดเร็วในการตอบสนอง และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของที่ได้จะทำได้ดีกว่ากัน ดังนั้นเมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจต่อการบริการ โดยอาจร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งหนีหายจากไปเฉยๆ องค์กร/หน่วยงานที่ดีก็ควรมีระบบในการรับมือเหตุการณ์เหล่านี้

เทคนิคการให้บริการที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจ มีส่วนประกอบดังนี้

๑. การรู้จักและเข้าใจผู้เข้ารับการอบรม ควรมีความรู้เบื้องต้นว่า มีความรับผิดชอบงานใด เกี่ยวกับอะไร และจะนำไปสานต่ออย่างไร

๒. การค้นหาความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม ในหัวข้อประเด็นนี้ สามารถทำได้ไม่ยาก แต่ไม่ค่อยมีผู้ให้บริการทำกัน นั่นก็คือ การตั้งคำถาม ทักเชะ การตั้งคำถาม เพื่อค้นหาความต้องการของผู้เข้ารับการอบรมนั้นจะช่วยให้เรา ส่งมอบบริการได้ตรงกับใจของผู้เข้ารับการอบรมได้มากยิ่งขึ้น และผู้เข้ารับการอบรมก็จะรู้สึกว่ เราเป็นคนรู้ใจเสียด้วย

๓. การให้บริการที่สร้างความประทับใจ เราสามารถส่งมอบบริการ ให้บริการแก่ผู้เข้ารับการอบรม เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความประทับใจในขณะที่ให้บริการ จนเรียกได้ว่า เกิดประสบการณ์ ยกตัวอย่างเช่น การเอ่ยชื่อผู้เข้ารับการอบรม

๔. การแก้ปัญหาให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม โดยทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเปลี่ยนความรู้สึกจากอารมณ์ไม่ดี อารมณ์ไม่สบายใจหรือโกรธ ให้กลับมาเป็นความรู้สึกประทับใจ องค์กรต้องมีการออกแบบวางแผนให้ดีเสียก่อนว่าอะไรบ้างคือ สิ่งที่เราสามารถให้ ข้อเสนอผู้เข้ารับการอบรมจนรู้สึกประทับใจได้

๕. การสร้างนวัตกรรมบริการ หน่วยงาน/องค์กรสามารถคิดออกแบบลูกเล่นเพื่อให้บริการผู้เข้ารับการอบรมที่แปลก แตกต่าง ฉีกแนวออกไป แต่ทำให้เกิดความรู้สึกดี รู้สึกประทับใจ
