

ขอต้อนรับนักศึกษาเข้าสู่รายวิชา

การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
(*Logistics and Supply Chain Management*)

ผู้สอน อาจารย์ศุภสรรัตน์ แก้วเพิ่มพูล
โทรศัพท์ 091-043-9937

E-mail : sakunrat.kew@sru.ac.th

บทที่ 9

การจัดการ

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

(Customer Relationship
Management: CRM)





What is CRM?





หมายถึง กิจกรรมทุกชนิดที่องค์กรใช้กับลูกค้า และผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าในอนาคต กระบวนการนี้มีทั้งส่วนที่เป็นกิจกรรมทางธุรกิจ และส่วนที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่นำระบบสารสนเทศมาใช้ในการประสานกระบวนการทางธุรกิจที่องค์กรนำมาใช้กับลูกค้า ทั้งในกระบวนการขาย การตลาด และการให้บริการ นับตั้งแต่เริ่มรับคำสั่งซื้อสินค้าไปจนกระทั่งนำสินค้าไปส่งให้กับลูกค้า เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร

องค์ประกอบของ การบริการลูกค้า

องค์ประกอบ
ก่อนการซื้อ



องค์ประกอบ
ระหว่างการซื้อ



องค์ประกอบ
หลังการซื้อ



ระยะเวลาการสั่งซื้อ (Order cycle time)

Stock
availability

Ordering
convenience

Delivery
reliability

Claims
procedure

Order
status
information

Order-size
constraints

Frequency
of delivery

Docu-
mentation
quality

Technical
support

การพยากรณ์

วิธีการพยากรณ์เชิงคุณภาพ	วิธีการพยากรณ์เชิงปริมาณ
<i>Jury of executive opinion</i>	<i>Time series forecasting</i>
<i>Delphi method</i>	<i>Associative forecasting</i>
<i>Sales force composite</i>	
<i>Consumer survey</i>	

Material Requirement Planning (MRP) interface showing a table of material requirements. The table includes columns for Material, Part No., Part Name, Plant, and Quantity. The data is organized into a grid with multiple rows and columns, showing various material requirements and their corresponding quantities.

เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

Material Requirement Planning (MRP) interface showing a table of material requirements. The table includes columns for Material, Part No., Part Name, Plant, and Quantity. The data is organized into a grid with multiple rows and columns, showing various material requirements and their corresponding quantities.

MRP : Material Requirement Planning เป็นระบบที่ใช้สำหรับบริหารจัดการวัตถุดิบ เพื่อจัดการและวางแผนความต้องการวัตถุดิบต่างๆ ในองค์กร โดยมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการควบคุมแผนการสั่งซื้อ, การส่งมอบสินค้า, การจัดการสินค้าคงคลัง และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น

ประโยชน์ของการนำระบบ MRP มาใช้ ทำให้ทราบจำนวนการผลิตที่แน่ชัดตามที่ได้วางแผนไว้ เมื่อกำหนดสูตรการผลิตเสร็จแล้ว จากนั้นนำมาใช้ใน ระบบ ระบบสามารถบอกได้ว่าวัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิตหรือไม่ มีความแม่นยำในการผลิตสินค้าโดยที่ไม่สูญเสียวัตถุดิบไปโดยเปล่าประโยชน์สามารถนำไปใช้กำหนดตารางการผลิตและสั่งมอบสินค้าได้

เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการ จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

EDI (Electronic Data Interchange)

การแลกเปลี่ยนเอกสารทางธุรกิจระหว่างบริษัทคู่ค้าในรูปแบบมาตรฐานสากลจากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่ง มีสององค์ประกอบที่สำคัญในระบบ EDI คือ การใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์มาแทน เอกสารที่เป็นกระดาษเอกสารอิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ต้องอยู่ในรูปแบบมาตรฐานสากลด้วยสองปัจจัยนี้ ธุรกิจสามารถแลกเปลี่ยนเอกสารกันได้ทั่วโลก

ประโยชน์หลักๆ ของ EDI ต่อธุรกิจ มีดังต่อไปนี้

- เพิ่มความถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำ ในการรับ-ส่งเอกสาร
- ลดงานซ้ำซ้อน และลดขั้นตอนการจัดการรับ-ส่งเอกสาร
- สามารถนำเอาข้อมูลมาใช้ประโยชน์มากที่สุด
- ลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเอกสาร เช่น ค่าแสตมป์ ค่าพัสดุไปรษณีย์ และพนักงาน
- เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานะที่มีการแข่งขันสูงขึ้น
- เพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

ประโยชน์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ต่อบริษัท

1. การเพิ่มรายได้จากการขาย (Revenue Increase)
2. การบริหารวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle Management)
3. การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการตัดสินใจ (Decision Making Support)
4. การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Operational Efficiency)
5. เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ (Speed of Service)
6. การรวบรวมรายละเอียดต่างๆของลูกค้า (More Comprehensive Customer Profiles)
7. การลดต้นทุนในด้านการขายและการจัดการ (Costs Saving)
8. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added)



Questions

&

answers





THANK
YOU