

AOT CRM Strategies

กลยุทธ์ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของ ทอท.

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

มุ่งเน้นการเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้ามา
ทำเป็นฐานข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์จัดทำ
เป็นแผนงาน/โครงการ และตอบสนอง
ความคาดหวังของลูกค้า นำไปสู่
ความพึงพอใจสูงสุด

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างแรงจูงใจและเชื่อม ความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่าง ยั่งยืน

มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
ตามกฎพาเรโต 80:20 ส่งมอบคุณค่า
(Value) ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละ
ระดับชั้น

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับประสิทธิภาพ การดำเนินงานขององค์กร

มุ่งเน้นการกำหนดแนวทางการทำ CRM
ให้ไปในทิศทางเดียวกัน เชื่อมโยงการ
ทำงาน ตัดทอนความซ้ำซ้อน ยกระดับ
ประสิทธิภาพในการทำงานภายในองค์กร

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมบทบาทองค์กรให้ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อลูกค้า

มุ่งเน้นการสร้างการเข้าใจด้าน CRM ให้
พนักงานทุกระดับ ส่งเสริมบทบาทของ
CRM องค์กร สร้างภาพลักษณ์ Service
Excellence



CRM Road Map

แนวทางการดำเนินงานด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์



CRM มุ่งเน้น ลูกค้า เป็นสำคัญ

