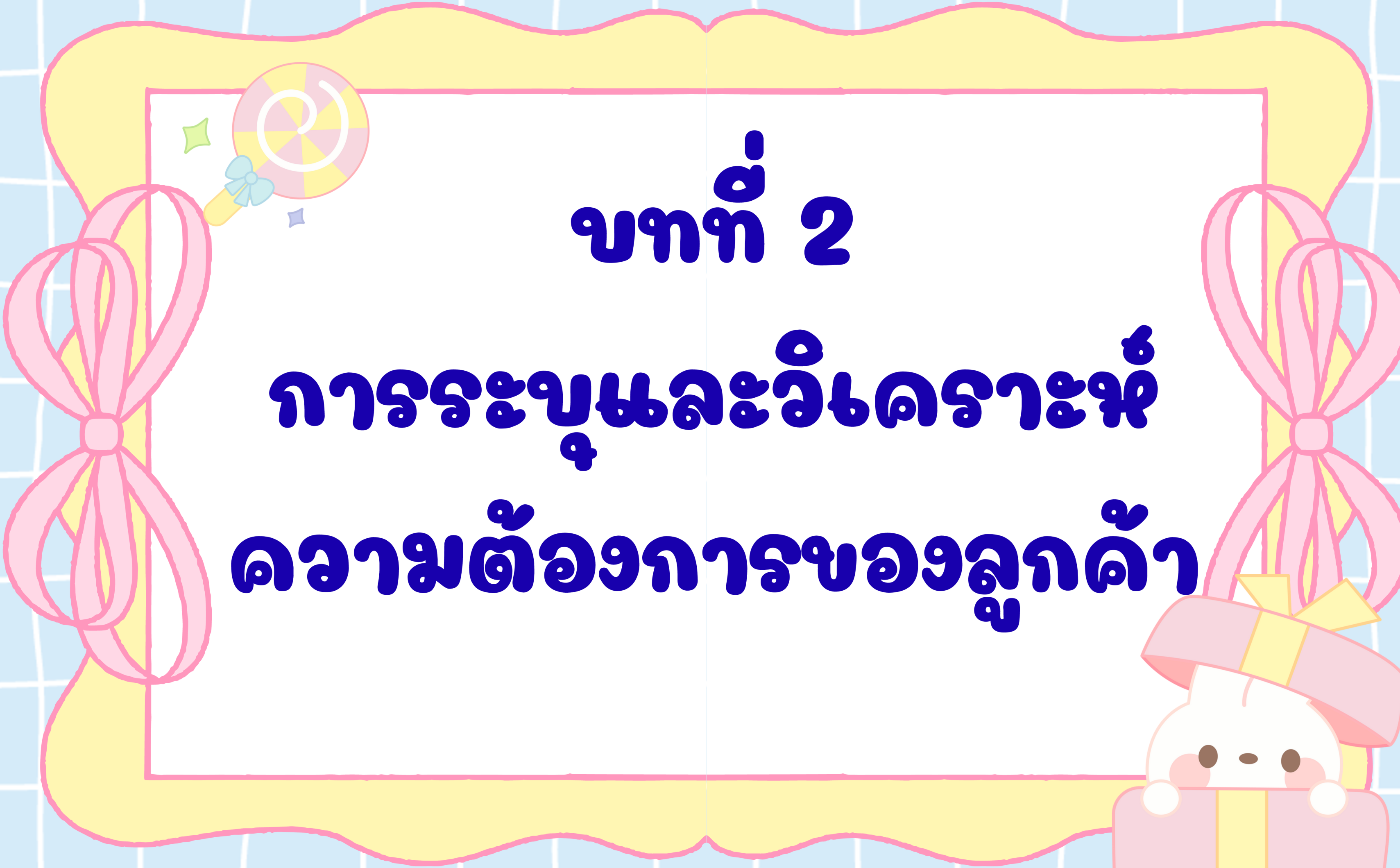


การวัดและวิเคราะห์ผล ต้องการทราบถึง





บทที่ 2

การระบุและวิเคราะห์ ความต้องการการขอลูกค้า



ความหมายของการระบุและ วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า

- การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า คือกระบวนการทำความเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริงๆ
- ทั้งในด้านสินค้าบริการและประสบการณ์เพื่อให้องค์กรสามารถพัฒนาสินค้าได้ตรงใจลูกค้า





วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความ

ต้องการของลูกค้า

1. เมื่อระบุสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากสินค้าและบริการ
2. เมื่อปรับปรุงคุณภาพและการบริการให้ตรงความต้องการ
3. เมื่อสร้างความพึงพอใจและความรักดีในระยะยาว
4. เมื่อใช้ข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ





ประโยชน์ของการวิเคราะห์ความต้องการ

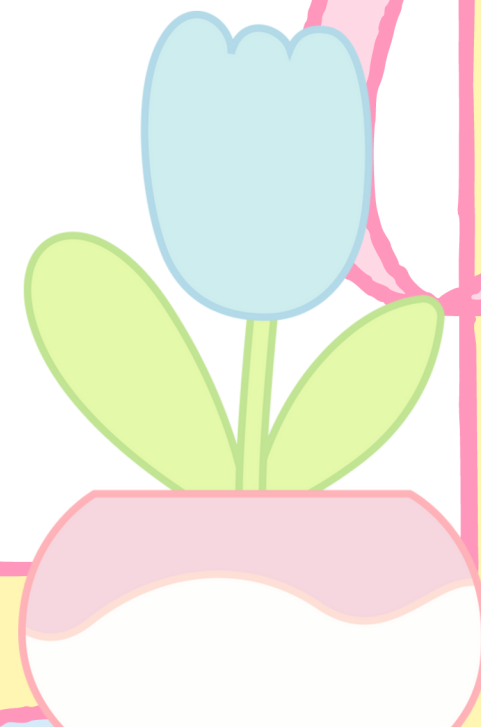
การของลูกค้า

1. เข้าใจตลาดและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค
2. เน้นยอดขายและส่วนแบ่งตลาด
3. ลดความเสี่ยงในการพัฒนาสินค้าที่ไม่ตรงความต้องการ
4. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร



ประเภทของความต้องการของลูกค้า

1. ความต้องการที่ชัดเจน (Explicit Needs)
2. ความต้องการแฝง (Implicit Needs)
3. ความต้องการที่ไม่ได้รับการกล่าวถึง (Latent Needs)
4. ความต้องการในอนาคต (Future Needs)



เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความ ต้องการลูกค้า

1. แบบสอบถาม (Questionnaire)
2. การสัมภาษณ์ (Interview)
3. การสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค (Observation)
4. การใช้ข้อมูลจากระบบ CRM และ Social Media



เทคนิคการวิเคราะห์ความต้องการ

1. การวิเคราะห์ SWOT
 2. การใช้โมเดล Kano
 3. การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)
 4. การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Benchmarking)
- 



การจัดลำดับความสำคัญของความ ต้องการลูกค้า

- ควรใช้เกณฑ์ เช่น ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ
ความถี่ในการร้องขอ
- และผลกระทบต่อความพึงพอใจ เมื่อจัดลำดับ
ความต้องการที่ควรตอบสนองก่อน



ตัวอย่างกรณีศึกษา

- บริษัทโทรศัทพ์ที่มีสื่อแหว่งหนึ่งใช้แบบสอบถามและข้อมูลฯ
เขียนมิดี
- เมื่อค้นพบว่าลูกค้าต้องการแบบตอที่ใช้งานได้นานขึ้น
- จึงปรับปรุงสินค้าให้ตอบใจทย์ ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%





การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้

1. ใช้ข้อมูลในการออกแบบสินค้าและบริการใหม่
2. ปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้า
3. สื่อสารการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
4. วางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ





ปัญหาและอุปสรรคในการวิเคราะห์ ความต้องการ

- 1. ข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้อง
- 2. ลูกค้าไม่สามารถระบุความต้องการที่แท้จริงได้
- 3. ขาดเครื่องมือวิเคราะห์ที่มีประสิทธิภาพ
- 4. การสื่อสารระหว่างฝ่ายภายในองค์กรไม่ดี





แนวทางการแก้ปัญหา

- 1. ใช้หลายแหล่งข้อมูลประกอบการวิเคราะห์
- 2. จัดอบรมให้ทีมงานเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง
- 3. ใช้เทคโนโลยี Big Data และ AI ช่วยวิเคราะห์
- 4. ส่งเสริมการสื่อสารระหว่างแผนก



สรุปสาระสำคัญ

- การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
เป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ
- ช่วยให้องค์กรเข้าใจตลาด วางกลยุทธ์ได้ถูก
ทิศทาง และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

ວາບວາກ 2



กิจกรรมทำยาบวท

- 1. ให้นักเรียนเลือกสินค้าหนึ่งชนิด แล้วระบุความต้องการของลูกค้า 3 ประเภท
- 2. วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเลือกสินค้านั้น
- 3. นำเสนอแนวทางการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น

