

## การบริหารลูกค้าภายใน (Internal Customer Management)



บทความโดย : ณรงค์วิทย์ แสนทอง

อีเมล : narongwit\_s@hotmail.com

เมื่อพูดถึงคำว่า "ลูกค้า" คนส่วนใหญ่มักจะนึกถึงกลุ่มคนที่เป็นคนซื้อสินค้าหรือบริการจากองค์กรต่างๆ เท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้วใครก็ตามที่เขาได้รับสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากเราไป เราก็คือว่าเขาเหล่านั้นเป็นลูกค้าทั้งสิ้น เมื่อระบบมาตรฐานสากลต่างๆ เข้ามา คำว่าลูกค้าก็เริ่มครอบคลุมถึงหน่วยงานภายในองค์กรที่ต้องทำงานต่อเนื่องจากเรา

ในอนาคตอันใกล้นี้ผมคิดว่าคำว่าลูกค้าจะต้องครอบคลุมมาถึงลูกค้าในชีวิตของเราด้วย เพราะอะไร ก็เพราะว่าการที่เราจะบริการลูกค้าภายนอกได้ดีหรือไม่ดีนั้น ขึ้นอยู่กับว่าเรามีพฤติกรรมบริการหรือนิสัยบริการในระดับพื้นฐานของชีวิตประจำวันมากน้อยเพียงใด เดียวนี้เขานิยมเรียกกันว่าเป็น Competency เรื่อง Service Mind หรือ Customer Focus

ถ้าเปรียบชีวิตของคนเราเป็นองค์กรๆ หนึ่งเราก็มีลูกค้าอยู่หลายกลุ่มตั้งแต่กลุ่มลูกค้าที่เป็นคนในครอบครัวเรา กลุ่มลูกค้าที่เป็นญาติ เป็นเพื่อน จนถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าในหน้าที่การงานของเรา และคนทั่วไปในสังคม

สิ่งที่เรามักจะประสบพบเจออยู่เสมอคือ คนมักจะใส่ใจกับลูกค้าที่เป็นลูกค้าภายนอกที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานมากกว่าลูกค้าภายใน โดยเฉพาะคนในครอบครัว คนเรามักจะนึกถึงวันเกิดของลูกค้า วันครบรอบแต่งงานของลูกค้า มีสมุดจดบันทึกประวัติลูกค้าอย่างละเอียด และมักจะมีของติดไม้ติดมือไปฝากลูกค้าอยู่เป็นประจำ แต่...มักจะลืมวันเกิดหรือวันสำคัญๆ ของลูกค้าภายใน (ครอบครัว) ขำร้ายบางครั้ง แล้วคนเหล่านี้ก็มักจะนำเอาความประทับใจของลูกค้าภายนอกที่มีต่อตนเองมาเล่าให้คนที่เป็ลูกค้าภายในครอบครัวฟังอีก ยิ่งเป็นการตอกย้ำให้คนในครอบครัวเกิดความน้อยเนื้อต่ำใจมากยิ่งขึ้น

ผมอยากจะชี้ให้ท่านผู้อ่านเห็นสังขรณ์ของชีวิตข้อหนึ่ง นั่นก็คือ ว่าไม่ว่าเราจะอยู่ในสถานะไหน เศรษฐกิจขาขึ้นหรือลง ทำงานได้หรือไม่ได้ อยู่สุขสบายหรือเจ็บป่วย ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีกับเราและไม่เคยหนีจากเราไปไหนคือลูกค้าที่เป็นคนในครอบครัว โดยเฉพาะพ่อแม่พี่น้อง คู่สมรส หรือลูก ถึงแม้ว่าสินค้าและบริการของเราจะแยกว่า แพงกว่าคนอื่น แต่คนเหล่านี้ก็ยังอุดหนุนเราอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่ไม่ได้อุดหนุนในเชิงของการซื้อขายเหมือนของกินของใช้ แต่อุดหนุนด้วยกำลังใจ ไม่เหมือนกับลูกค้าภายนอกกลุ่มอื่น เช่น เพื่อน(บางคน)จะมาหาเราก็ต่อเมื่อเรามีผลประโยชน์(เพื่อนกิน) ลูกค้าจะซื้อสินค้าเราก็ต่อเมื่อเราเสนอบางสิ่งบางอย่างให้เขาดีกว่าคู่แข่งชั้น และลูกค้าเหล่านี้พร้อมที่จะหนีเราไปได้ตลอดเวลา ถ้าเราให้เขาได้น้อยกว่าที่เขาคาดหวัง

เพื่อให้ลูกค้าภายในซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มที่สำคัญที่สุดในชีวิตของเราเกิดความประทับใจและพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของเราให้คุ้มค่ากับการที่เขามอบความไว้วางใจให้กับเรามากกว่ากลุ่มอื่นๆ ผมจึงขอแนะนำเทคนิคการบริหารลูกค้าภายในดังนี้

- บริการและดูแลลูกค้าภายในเหมือนลูกค้าภายนอก ผมคิดว่าแค่เพียงเราทำสิ่งต่างๆเท่ากับสิ่งที่ทำให้กับลูกค้าภายนอก (ไม่ต้องดีกว่าไม่ต้องมากกว่า) รับรองได้ว่าผลของการให้บริการที่เกิดจากลูกค้าภายในย่อมมีมากกว่าลูกค้าภายนอก เช่น เรานำของขวัญวันเกิดให้ลูกค้าภายนอก ลูกค้าอาจจะรู้สึกดีหรือเฉยๆ เพราะคู่แข่งของเราหรือคนอื่นๆเขาก็ให้ของขวัญแก่ลูกค้าคนนั้นและลูกค้าก็รู้ว่าเราให้ของขวัญเขาเพราะหวังผลตอบแทนจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการ แต่ถ้าเราซื้อของขวัญวันเกิดมูลค่าเท่ากันให้กับคนในครอบครัว สมาชิกในครอบครัวเราย่อมมีความประทับใจมากกว่าลูกค้าภายนอกอย่างแน่นอน
- แบ่งปันความภูมิใจให้ลูกค้าภายในครอบครัว เมื่อไหร่ที่เรามีกำไรในชีวิต(ความสำเร็จ) กรุณาแบ่งปันให้ลูกค้าในครอบครัวบ้าง เช่น บอกว่ากำไรในชีวิตนั้น บุคคลคนไหนในครอบครัวมีส่วนร่วมบ้าง หลายคนนึกถึงคนในครอบครัวเมื่อชีวิตลำบาก แต่มักจะลืมคนในครอบครัวเมื่อประสบความสำเร็จ ดังนั้น ทุกครั้งที่ประสบความสำเร็จควรมีการแบ่งปันความรู้สึกดี ๆ สู่ลูกค้าภายในครอบครัวด้วย
- นึกถึงลูกค้าภายในเสมอเมื่อทำอะไรให้ลูกค้าภายนอก ทุกครั้งที่เราทำอะไรให้กับใครซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มอื่นๆ กรุณาถามตัวเองว่าเราได้ทำสิ่งนี้ให้กับลูกค้าภายในครอบครัวของเราแล้วหรือยัง เช่น ในขณะที่เรานั่งฟังคนอื่นพูดอย่างตั้งใจ เราเคยตั้งใจฟังคำพูดของคนในครอบครัวบ้างหรือไม่ ในขณะที่เราเลือกซื้อของขวัญให้คนอื่น ลองนึกดูว่าเราเคยซื้อของขวัญให้กับคนในครอบครัวบ้างหรือยัง ถ้าเราทำแบบนี้ทุกครั้ง อย่างน้อยจะช่วยให้เราไม่หลงลืมลูกค้าภายในได้บ้างถึงจะไม่ทั้งหมดก็ตาม

สรุป การบริหารลูกค้าภายในถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในชีวิตของคนทุกคน เพราะจะช่วยให้เราสามารถดูแลลูกค้าภายนอกได้อย่างไม่เคอะเขิน เช่น ถ้าเราเคยยกมือไหว้พ่อแม่ทุกวัน เมื่อเราไปหาลูกค้าภายนอกเราสามารถยกมือไหว้ลูกค้าได้ง่ายขึ้น เพราะการยกมือไหว้เป็นนิสัยที่ติดตัวเราอยู่แล้ว นอกจากนี้ การดูแลลูกค้าภายในให้ดีนั้น จะช่วยให้ฐานในการดำเนินชีวิตของเรานั้นคงขึ้น เพราะความพึงพอใจของลูกค้าภายในครอบครัวถือเป็นฐานกำลังใจที่ดีที่สุดที่จะช่วยให้เราก้าวไปสู่ความสำเร็จในเรื่องอื่นๆ สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านผู้อ่านคงจะหันมาดูแลและใส่ใจลูกค้าภายใน(ครอบครัว)ให้มากขึ้นกว่าเดิมนะครับ