

พฤติกรรมและจิตบริการกับผู้มารับบริการในงานสาธิตแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก

น.ส.จันทิมา เมฆลอย, น.ส.สุกัญญา หนูศรีแก้ว

น.ส.ปาไลดา ดงภูยาว, นางสุรางค์ โสภากาจารย์

น.ส.ศรัญญา บายศรี, นางกุหลาบสีชื่น

กลุ่มงานสาธิตแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก

การมีจิตใจในการให้บริการที่ดี” หรือคำว่า Service Mind อยู่เป็นประจำ หลายคนก็เข้าใจดีหลายคนก็ยังคงงุนงงสงสัยว่าที่จริงแล้ว หนังสือหลายเล่มพบว่าได้ให้ความหมายของคำว่า การมีจิตใจในการให้บริการที่ดี หรือคำว่า “Service Mind” ในลักษณะที่ใกล้เคียงกันว่า การที่จะทำให้คนมีจิตใจในการให้บริการต้องนำเอาคำว่า “Service” มาเป็นปรัชญา

โดยแยกอักษรของ คำว่า “Service” ออกเป็นความหมายดังนี้

S = Smile (อ่านว่า สม้าย) แปลว่า ยิ้มแย้ม

E = enthusiasm (อ่านว่า เอ็นทุซึแอ่สซึ่ม) แปลว่า ความกระตือรือร้น

R = rapidness (อ่านว่า เร็ปปิดเนส) แปลว่า ความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ

V = value (อ่านว่า ว้าลลู) แปลว่า มีคุณค่า

I = impression (อ่านว่า อิมเพริสเซน) แปลว่า ความประทับใจ

C = courtesy (อ่านว่า เค้อติซี) แปลว่า มีความสุภาพอ่อนโยน

E = endurance (อ่านว่า เอนดูเร็น) แปลว่า ความอดทน เก็บอารมณ์

สำหรับคำว่า “Mind” ก็ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

M = make believe (อ่านว่า เมค บิลีฟ) แปลว่า มีความเชื่อ

I = insist (อ่านว่า อินซึส) แปลว่า ยืนยัน/ยอมรับ

N = necessitate (อ่านว่า เนอะเซ็สเซอะเตท) แปลว่า การให้ความสำคัญ

D = devote (อ่านว่า ดีไว้ต) แปลว่า อุทิศตน

คำว่า Service Mind นั้น ได้มีการพูดกันมาหลายปีทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ หากจะพิจารณาตามตัวอักษรรวมแล้ว คำว่า “Service” แปลว่า การบริการ คำว่า “Mind” แปลว่า “จิตใจ” รวมคำแล้วแปลว่า “มีจิตใจในการให้บริการ” ซึ่งพอสรุปได้ว่าการบริหารที่ดี ผู้ให้บริการต้องมีจิตใจในการให้บริการ คือ ต้องมีจิตใจหรือมีใจรัก มีความเต็มใจในการบริการ การทำงานโดยมีใจรักจะแสดงออกมาทางกาย โดยการทำงานด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีอารมณ์รื่นเริง และควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ไม่ขึ้นเสียงกับประชาชนหรือผู้มารับบริการ คำว่า Service Mind มีความหมายทางกว้าง อาจหมายถึง การบริการที่ดี แก่ลูกค้า หรือการทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์ อย่างเต็มที่ ดังนั้น การให้บริการอย่างดีนั้นมักจะได้ความสำคัญกับแนวทางในการให้บริการสองแนวทาง ดังนี้ ประการแรก คือ ลูกค้าเป็นผู้ถูกเสมอ หรือเห็นว่าลูกค้าต้องได้รับการเอาอกเอาใจถือว่าถูกต้องและเป็นหนึ่งเสมอ หากต้องการให้บริการที่ดีต้องให้ความสะดวก ใช้งานง่าย ให้คำแนะนำด้วยการยกย่องลูกค้าตลอดเวลา ประการที่สอง คือ ต้องให้เกียรติลูกค้า ต้องไม่เป็นการบังคับขู่เข็ญให้ลูกค้า มีความพึงพอใจ เกิดความเชื่อถือจากพฤติกรรมของเราผู้ให้บริการ แล้วกลับมาใช้บริการ ของเร่อีก การบริการที่ดีและมุ่งไปสู่ความเป็นเลิศ ถือว่า ลูกค้าเป็นคนพิเศษ

การมีหัวใจบริการ (Service Mind)

ยุคโลกาภิวัตน์นี้ไม่ว่าจะเป็นห้างร้าน หน่วยงาน หรือองค์กรต่างมุ่งแข่งขัน เพื่อแย่งชิงลูกค้า ใครมีลูกค้ามาก และลูกค้าพึงพอใจ ก็จะมีลูกค้าติดตามใช้บริการ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากลูกค้ามาใช้บริการแล้วไม่พึงพอใจ ก็จะไปหาแหล่งการให้บริการใหม่ และยังบอกต่อไปยังคนอื่นด้วย ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ จึงมีผลกระทบต่อหน่วยงาน หน่วยงานจึงพัฒนาวิธีการให้บริการอย่างเต็มที่ต่อลูกค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ การให้บริการจึงเป็นหัวใจของการดำเนินงานในปัจจุบันในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ลูกค้าจะเลือกแหล่งการให้บริการที่ดีกว่าเสมอ แหล่งให้บริการจึงต้องพัฒนาการให้บริการอย่างดีที่สุด บางครั้งถึงกับต้องมีการลดแลกแจกแถม

ดังนั้น จึงเห็นได้ชัดว่าบุคลากรในหน่วยงานไม่ว่าของรัฐและเอกชน มีการตื่นตัวในการให้บริการกันอย่างกว้างขวาง หากกลยุทธ์ต่าง ๆ มาให้บริการ และถือหลักการการให้บริการที่ดีต่อทุกคนที่มาใช้บริการ คือ ปัจจัยความสำเร็จ โดยปลูกฝังให้ทุกคนในองค์กรมีหัวใจบริการ (Service – Mind) เป็นหลักยึดสำหรับสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้ให้บริการทุกคน

คำว่า หัวใจบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุน การเร่งรัดการทำงานตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการคนอื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับด้วยไมตรีจิตที่ดีต่อผู้อื่น ต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการ การที่บุคคลมีหัวใจบริการดังกล่าวข้างต้น ช่วยให้เกิดผลดีต่อคนอื่น ต่อตนเอง และต่องานที่ทำ ที่ว่าเกิดผลดีต่อคนอื่นในการให้บริการ คือ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ผู้รับบริการทุกคนมีความต้องการตรงกันในการติดต่อรับบริการไม่ว่าจะเป็นของราชการหรือเอกชน คือ ต้องการความรวดเร็ว ยิ่งภาวะการแข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของทุกฝ่าย ดังนั้น การให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจ เพราะจะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่า ในช่วงเวลาสั้น ๆ สามารถทำงานได้หลาย

อย่าง ทำให้สามารถเพิ่มปริมาณและคุณภาพของงานได้ ประหยัดเงินและเวลา การให้บริการที่รวดเร็ว ช่วยให้ประหยัดเงินในการจ้างหรือใช้จ่าย การให้บริการ เช่น แทนที่จะใช้เงินจ้างบุคคลทำงาน ๓ วัน แต่ผู้ให้บริการทำงานด้วยน้ำใจ การให้บริการด้วยความซื่อสัตย์รวดเร็ว ทำให้การใช้จ่ายเงินน้อยลง เพราะงานเสร็จเร็วทำให้ทุกฝ่ายประหยัดเงินและเวลาและทำให้ผู้มารับบริการสามารถปฏิบัติงานอื่นได้อีก จึงจะสามารถเพิ่มคุณค่าและรายได้ให้กับทุกฝ่าย เกิดความรู้ที่ดีต่อผู้ให้บริการ ผู้มาติดต่อขอรับบริการ เมื่อผลลัพธ์เกิดขึ้นเร็ว และด้วยน้ำใจบริการที่ดี จะสร้างสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ และยินดีที่จะกลับมาติดต่อและมารับบริการอีก และยังสามารถนำผลที่เกิดขึ้น หรือความประทับใจที่มีไปบอกต่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

ส่วนที่ว่าเกิดผลดีต่อตนเอง ซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการจะได้รับผลจากการให้บริการด้วยการมีหัวใจบริการ คือ

๑. ความสำเร็จของงาน เมื่อผู้ให้บริการทำงานด้วยความรวดเร็ว และด้วยความเต็มใจงานที่รับผิดชอบจะสำเร็จได้รวดเร็ว ทำให้งานไม่คั่งค้าง และยังส่งผลให้ผู้มาติดต่อพึงพอใจที่เห็นความกระตือรือร้น ผู้ให้บริการจะไม่ละทิ้งหรือหลงลืมงานได้ เมื่องานไม่คั่งค้าง สุขภาพจิตในการทำงานก็ดีขึ้นด้วย
๒. เกิดภาพสะท้อนที่ดีต่อบุคคลและองค์กร ที่เรียกว่า ภาพลักษณ์ การให้บริการที่ดีจะสะท้อนเป็นภาพความสำเร็จ ความพึงพอใจ ผู้มาใช้บริการจะบอกต่อขยายออกไปอย่างน้อย ๕ เท่า หรือบอกต่อถึงความประทับใจต่อคนอื่นอีก ๕ คน แต่ถ้าไม่ประทับใจ ก็จะบอกความไม่ดีออกไปอีก ๑๐ เท่า หรือ ๑๐ คน เพราะธรรมชาติของคนจะชอบพูดเรื่องไม่ดีของคนอื่นเป็นส่วนใหญ่
๓. มีกำลังใจ เนื่องจากให้บริการที่ดี จะได้ภาพสะท้อนที่ดี ทำให้เกิดบรรยากาศที่ดี น้ำเสียงหรือการพูดจาจะเป็นไปด้วยบรรยากาศที่ดี ไม่มีการต่อว่า หรือใช้ถ้อยคำที่รุนแรง อันก่อให้เกิดผลกระทบตามมาในสิ่งที่ไม่ดี
๔. คิดสร้างงานต่อ เป็นไปตามหลักผลการทำดี ทำให้ผู้ปฏิบัติมีกำลังใจทำงานมากขึ้น เกิดขวัญกำลังใจดี ทำงานได้มากและมีคุณภาพ ผลตอบแทนจะมากตามไปด้วย ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ คิดสร้างงานต่อไป ซึ่งจะเกิดผลดีต่อตนเอง

สำหรับผลที่เกิดต่องานในการให้บริการที่ดี คือ

๑. งานเป็นที่พึงพอใจ เพราะมาจากความตั้งใจของผู้ให้บริการ งานจึงมีคุณภาพ จะเป็นการเพิ่มคุณค่าของงาน
๒. งานเกิดการพัฒนาต่อ เพราะมีผู้สนใจนำไปใช้ เนื่องจากผลงานที่บุคคลพึงพอใจเป็นเพียงส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งคือการให้บริการที่ดี จะได้รับความพึงพอใจมากมาย กล่าวง่าย ๆ ก็คือ ลูกค้าซื้อบริการครั้งหนึ่งและคุณภาพอีกครั้งหนึ่ง
๓. งานช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะความสำเร็จ ความก้าวหน้าขององค์กรขึ้นอยู่กับผลผลิตหรือผลงาน เมื่อผลผลิตได้รับการยอมรับ จะมีลูกค้าบอกต่อ และขยายการใช้บริการต่อ ทำให้งานสำเร็จและมีความประทับใจ

จากการให้บริการ จะทวีความนิยมอย่างต่อเนื่อง องค์กรจะประสบความสำเร็จ ความสำเร็จขององค์กรจะเกี่ยวเนื่องเริ่มตั้งแต่ผลผลิต การให้บริการ การนำไปใช้เกิดผลดีและประทับใจและการให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา จะเป็นสายใยเชื่อมโยงให้เกิดความสำเร็จยิ่งขึ้นต่อไป

ยุทธศาสตร์สำคัญในการมีหัวใจบริการ คือ

๑. การจัดบรรยากาศ สถานที่ทำงาน หมายถึง การจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดเรียบร้อย บรรยากาศร่มเย็น มีสถานที่พักผ่อนหรือพักรอ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจน คือ การให้บริการของบริษัทโตโยต้า ที่จัดสถานที่นั่งพักในห้องปรับอากาศ มีหนังสือพิมพ์ วารสารดี ๆ มีน้ำดื่มบริการ เป็นต้น ในขณะที่ลูกค้ารอการซ่อมรถในอู่ของบริษัท บรรยากาศดังกล่าวนี้ รวมถึง การจัดสถานที่ ป้ายบอกสถานที่ ขั้นตอนการติดต่องานที่ชัดเจน ลูกค้าสามารถอ่านหรือติดต่อได้ด้วยตนเองไม่ต้องถามใคร ตั้งแต่เส้นทางเข้าจนถึงตัวบุคคลผู้ให้บริการและกลับไป จุดการให้บริการควรเป็น One stop service คือ ไปแห่งเดียวงานสำเร็จ

๒. การยิ้มแย้มแจ่มใส หน้าต่างบานแรกของหัวใจในการให้บริการคือ ความรู้สึก ความเต็มใจและความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ “เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลว่าเราเป็นผู้ให้บริการ จะทำหน้าที่ให้ดีที่สุด ให้ประทับใจกลับไป” ความรู้สึกดังกล่าวนี้ จะสะท้อนมาสู่ภาพที่ปรากฏในใบหน้า และกิริยาท่าทางของผู้ให้บริการ คือ การยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายด้วยไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใสจึงถือว่าเป็นบันไดขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ผลความสำเร็จขององค์กร อย่าลืมว่าการยิ้มคือการเปิดหัวใจการให้บริการที่ดี

๓. ปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการด้วยความรวดเร็ว และเต็มใจ ด้วยการเริ่มต้นทักทายผู้มาติดต่อด้วยการซักถามด้วยภาษาที่สุภาพ แสดงความกระตือรือร้นและเป็นมิตร เช่นจะให้ช่วยอะไรไหมครับ (ค่ะ) ต้องการติดต่อเรื่องอะไรครับ (ค่ะ) เป็นต้น อย่าปล่อยให้ผู้มาติดต่อถามก่อน เมื่อรับงานได้แล้วต้องทำให้สำเร็จโดยเร็วและเกิดความสะดวกเมื่อผู้มาติดต่อมาที่เดียว หรือแห่งเดียวสามารถประสานได้ทุกจุด การประสานการช่วยเหลือจึงต้องควรรวดเร็ว บางเรื่องควรวันเดียวสำเร็จ (One day success) หรือ ๕ นาทีสำเร็จ เป็นต้น ความรวดเร็วและด้วยความเต็มใจถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ ถ้าหากว่าไม่สามารถทำได้รวดเร็วด้วยข้อระเบียบ หรือขั้นตอนก็ตาม ก็ต้องชี้แจงด้วยถ้อยคำ หรือภาษาที่แสดงถึงความกังวล ความตั้งใจจะช่วยเหลือจริง ๆ แต่ไม่สามารถทำได้ เพราะมีข้อขัดข้อง หรือความจำเป็นตามระเบียบ

๔. การสื่อสารที่ดี การสื่อสารที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตั้งแต่การต้อนรับ หรือการรับโทรศัพท์ ด้วยน้ำเสียงและภาษาที่ให้ความหวัง ให้กำลังใจ ภาษาที่แสดงออกไปไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์โดยตรง หรือการโทรศัพท์จะบ่งบอกถึงน้ำใจการบริการข้างในจิตใจ จึงกล่าวไว้เบื้องต้นแล้วว่า ความรู้สึกหรือจิตใจที่มุ่งบริการจะต้องมาก่อน แล้วแสดงออกทางวาจา ดังกล่าวมาแล้ว

๕. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงความรู้สึกของคนมาติดต่อขอรับบริการ เขามุ่งหวังได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้มาใช้บริการไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษาที่เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับบริการอย่างเต็มที่

๖. การพัฒนาเทคโนโลยี เทคโนโลยี หมายถึง เครื่องมือ และเทคนิควิธีการให้บริการ เช่น การติดประกาศที่ชัดเจน การประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนในองค์กรทราบเพื่อช่วยให้บริการ คือ การสร้างน้ำใจให้บริการให้เกิดขึ้นกับทุกคนในองค์กร ไม่ใช่เฉพาะผู้ที่มีหน้าที่โดยตรง แต่เป็นเรื่องของทุกคนต้องช่วยกันทำหน้าที่ให้บริการ นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีเช่น Web site ต่าง ๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสาร จะช่วยเสริมให้บริการเป็นไปด้วยดี

๗. การติดตามประเมินผล และมาตรการประกันคุณภาพการให้บริการ การบริการควรมีการติดตาม และประเมินความพึงพอใจจากผู้รับบริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและผลสะท้อนกลับว่ามีข้อมูลส่วนใดต้องปรับปรุงแก้ไข ส่วนมาตรการประกันคุณภาพคือการกำหนดมาตรฐานการให้บริการว่าจะปรับปรุงการให้บริการอย่างไร เช่นงานจะเสร็จภายใน ๓ ชั่วโมง หรือภายใน ๑ วัน เป็นต้น

พฤติกรรมของผู้รับบริการ แบ่งเป็นประเภทต่างๆดังนี้

ประเภทวีไอพี หรือคนพิเศษ ลูกค้ำประเภทนี้ต้องการบริการที่มีความเป็นพิเศษมากกว่าปกติ และมักที่จะชื่นชมกับคำพูดที่ว่า “สำหรับลูกค้ำคนพิเศษเช่นคุณ” หรือ “สำหรับลูกค้ำวีไอพีเช่นคุณเท่านั้น” ดังนั้นการให้บริการแก่ลูกค้ำประเภทนี้ด้วยการแสดงให้เห็นถึงความพิเศษที่ได้รับย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจอันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่จะเกิดขึ้นตามมานั่นเอง

ประเภทขาประจำ ลูกค้ำกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจ และเป็นกลุ่มที่มีความภักดีในตราสินค้าเป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่จะช่วยแนะนำลูกค้ำใหม่ให้กับธุรกิจได้เพิ่มขึ้น การให้บริการกับลูกค้ำประเภทนี้ต้องเน้นความเป็นกันเอง แต่คงไว้ซึ่งการปฏิบัติอย่างให้เกียรติในฐานะขาประจำ ห้ามให้รอนานต้องกล่าวต้อนรับเมื่อเข้ามาถึงพร้อมแสดงกิริยาที่สื่อให้เห็นว่า “ยินดีต้อนรับ” เพื่อให้รู้สึกว่ามีได้ถูกทอดทิ้งและต้องไม่ปฏิเสธคำแนะนำหรือตำหนิ แต่ต้องยินดีน้อมรับไว้เพื่อการปรับปรุงในโอกาสต่อไป

ประเภทวางตัวเป็นนาย ลูกค้ำประเภทนี้มีพฤติกรรมที่ต้องการอยู่เหนือคนอื่น ๆ ดังนั้นในการให้บริการควรมีการรับรองแบบจริงจัง แต่ไม่เกินเลยเพื่อจะได้ไม่ละเลยลูกค้ำคนอื่น ๆ ต้องหลีกเลี่ยงการโต้แย้ง ผู้ให้บริการทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลและแนะนำ ควรปล่อยให้ทำการตัดสินใจด้วยตนเอง เมื่อได้ข้อสรุปต้อง ปิดการขายทันที

ประเภทคุ้ยกระวานขึ้น ลูกค้ำประเภทนี้จะเข้ามาพร้อมกันเป็นคู่ เมื่อมีการนำเสนอสินค้าหรือบริการมักจะพบกับพฤติกรรมตามใจคนรักให้เป็นผู้ตัดสินใจแทน ดังนั้นในการนำเสนอสินค้าหรือการให้บริการ ควรเปิดโอกาสให้ปรึกษาหารือระหว่างกัน และใช้โอกาสในการแนะนำบริการแบบแพ็คเกจพิเศษ สำหรับลูกค้ำประเภทนี้จำเป็นที่จะต้องให้เวลาเพื่อการตัดสินใจ

ประเภทพูดน้อยไม่มีคำถาม ลูกค้ำประเภทนี้จะตั้งใจฟังคำแนะนำและความเห็น โดยไม่ค่อยที่จะสอบถามเป็นคนประเภทเชื่องช้า การนำเสนอสินค้าหรือบริการต้องให้ข้อมูลรายละเอียดและสอบถามความเข้าใจเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้ำได้รับทราบข้อมูลและสามารถใช้งานได้จริง และทำการนำเสนออย่างรวบรัดพร้อมช่วยตัดสินใจเพื่อปิดการขาย

ประเภทรู้มาก ลูกค้าประเภทนี้จะแสดงตนเป็นผู้ที่มีความรู้ในสินค้าหรือบริการ และมักจะพูดแสดงความรู้ของตนอย่างมาก ดังนั้นในขณะที่ฟังต้องคิดหาวิธีชักจูงให้เข้าประเด็นและเร่งการตัดสินใจด้วยการสร้างข้อจำกัดในตัวสินค้าหรือบริการ เช่น “สิ้นสุดท้ายแล้ว” “วันสุดท้ายแล้ว” เพื่อไม่ให้เสียเวลาและทำการปิดการขายโดยทันที

ประเภทใจร้อน ลูกค้าประเภทนี้จะปรี๊ดปร๊าดไม่ต้องการให้อธิบายยืดเยื้อ แต่ต้องการรายละเอียดหลัก ๆ และเข้าใจง่าย ดังนั้นการนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าประเภทนี้ต้องพูดอธิบายให้สั้นกะทัดรัดท่าทีต้องรวดเร็ว กระฉับกระเฉง เข้าข่ายประเภทที่เรียกว่า “มาเร็วไปเร็ว”

ประเภทสองจิตสองใจ ลูกค้าประเภทนี้จะปรี๊ดปร๊าดที่ขาดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ ดังนั้นในการนำเสนอสินค้าและบริการจะต้องทำการชี้แจงและเสนอแนะรายละเอียดเชิงเปรียบเทียบ เพื่อช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และในฐานะผู้นำเสนอที่ต้องการผลการตัดสินใจจะต้องช่วยเร่งกระบวนการตัดสินใจให้เกิดขึ้นเพื่อ มิให้ต้องใช้เวลามากเกินไปจนเป็นเหตุให้ลูกค้ารายอื่น ๆ ต้องรอนาน

ประเภทรั้งสิ่งแวดลอม ลูกค้าประเภทนี้จะปรี๊ดปร๊าดเป็นกลุ่มอนุรักษ์ที่จะเลือกสินค้าหรือบริการที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การตัดสินใจมีได้อยู่ที่คุณภาพของสินค้าหรือตัวสินค้าเท่านั้นแต่จะคำนึงถึงผลกระทบของกระบวนการผลิตสินค้า การใช้งานประกอบกับการตัดสินใจ การนำเสนอจะต้องให้ข้อมูลรายละเอียดประกอบที่มีความชัดเจนว่า สินค้าหรือบริการนั้นมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่อย่างไร

จากที่กล่าวมาเป็นพฤติกรรมลูกค้าประเภทต่าง ๆ กับเทคนิคในการให้บริการ ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ได้ทำการแบ่งกลุ่มเอาไว้เพื่อให้ง่ายต่อการอธิบายและการนำไปประยุกต์ใช้ทั้งผู้บริหารและพนักงานให้สามารถเข้าถึงจิตใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจที่จะเลือกใช้สินค้าหรือบริการ อีกทั้งสามารถนำมาเสริมสร้างและพัฒนาตนเองได้ต่อไป

อ้างอิง

การจัดการองค์ความรู้ สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข กลุ่มบริหารทั่วไป.ความหมายของ service mind.สืบค้นเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2562. <http://kmops.moph.go.th/index.php/km-test/2012-12-30-04-59-27/178-mattaree-chubanjong>

ดร.พจน์ พจนพานิชย์กุล (2558).พฤติกรรมลูกค้ากับการให้บริการที่โดนใจ.สืบค้นเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม2562, <https://sites.google.com/site/potarticle/article5-1>