

“Formula for success: under promise and over deliver” - Tom Peters

วันเสาร์-อาทิตย์ ถ้าซีเกียจออกไปข้างนอก ผมงับลูก ๆ มักจะโทรสั่งพิซซ่ามากินกัน

ปกติหลังสั่งอาหารเสร็จ พนักงานจะบอกว่าอาหารจะมาถึงภายใน 30 นาที ผมเคยนั่งจับเวลาเล่น ๆ ดู และพบว่าส่วนมากพนักงานมักจะซีมอเดอริไซค์มาถึงหน้าประตูบ้านก่อนเวลาเสมอ

ผมทั้งแปลกใจและพอใจกับความรวดเร็วนี้ และเชื่อว่าหลายคนก็คงรู้สึกเหมือนผม เพราะจะว่ากันตามจริงแล้ว เมื่อทางร้านบอกว่าจะมาถึงภายในครึ่งชั่วโมง เรามักจะคิดว่าอย่างดีก็คงมาตรงเวลา แต่เราไม่ได้คาดหวังว่าอาหารจะมาเร็วกว่าที่บอกไว้

ผมเดาว่าทางร้านคงมีการศึกษามาอย่างดีแล้วว่าโดยเฉลี่ยจะต้องใช้เวลาประมาณเท่าใดในการส่งอาหารถึงมือลูกค้า โดยอาจจะวัดระยะทางแล้วคำนวณเป็นเวลาในการจัดส่งจากสาขาที่ใกล้ที่สุด

และถ้าจะให้เดาต่ออีกหน่อย ผมว่าทางร้านก็คงรู้อยู่แล้วว่าจะสามารถมาถึงบ้านเราภายใน 20-25 นาที แต่ที่บอกว่าจะมาถึงภายในครึ่งชั่วโมงนั้นก็น่าจะเป็นเทคนิคหนึ่งในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า แถมการนั่งรอว่าเขาจะมาถึงภายในเวลาที่สัญญาไว้เร็วเปล่านั้นก็เป็นการลุ้นไปในตัว เพราะถ้าพนักงานมาช้ากว่าที่กำหนด เราจะได้คุปองส่วนลดสำหรับการใช้บริการในครั้งต่อไป ลูกค้าก็เลยรู้สึกว่ามีแต่ได้กับได้ ถ้ามาถึงทันเวลา ก็ถือว่าเจ๋งไป แต่ถ้ามาช้ากว่านั้น เราก็ได้กินพิซซ่าแบบไม่ต้องเสียสตังค์

การให้บริการลักษณะนี้น่าจะตรงกับที่ Tom Peters บอกไว้ว่ากฎที่สำคัญที่สุดในการจะประสบความสำเร็จคืออย่าให้คำสัญญามากเกินไป แต่ให้พยายามนำเสนอสิ่งที่เกินความคาดหวังของลูกค้า

amazon.com ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่น่าจะทำให้บริการจัดส่งสินค้าได้เร็วกว่าที่รับปากไว้ ผมว่าเขาเรียนรู้และทำความเข้าใจกับธรรมชาติของลูกค้าได้ตื้นจ้นจับจุดได้ว่าการเซอร์ไพรส์ลูกค้าด้วยบริการที่ดีกว่า เร็วกว่า ถูกกว่า โดยไม่บอกให้รู้ล่วงหน้า (ถ้าบอกก็ไม่เซอร์ไพรส์นะสิครับ) เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างเชื่อมั่นและเป็นการมัดใจลูกค้าไว้ได้อยู่หมัดทีเดียว

สิ่งที่บริษัทเหล่านี้ทำอยู่ แสดงให้เห็นว่าการทำธุรกิจในปัจจุบัน เราต้องทำมากกว่าพูด ไม่ใช่พูดมากกว่าทำการไม่ตกปากรับคำอะไรที่มากมายเกินไป เป็นการบริหารความคาดหวังของลูกค้าระดับหนึ่ง

เพราะสิ่งที่ลูกค้าไม่ชอบที่สุดก็คือการที่ผู้ให้บริการไม่ทำตามที่ให้สัญญาไว้ การไม่บอกความจริงตั้งแต่แรกเป็นการสร้างความคาดหวังที่ผิด และเมื่อไม่สามารถทำได้อย่างที่พูด ลูกค้าย่อมรู้สึกที่ตัวเองถูกหลอกและไม่เชื่อถือบริษัทนั้นไปเลย เช่น บอกว่าจะจัดส่งสินค้าให้ภายในสองอาทิตย์ แต่ปรากฏว่าผ่านไปเกือบเดือนสินค้าก็ยังไม่ถึงสักที หรือบอกว่าจะซ่อมแอร์รถที่เสียให้เสร็จภายใน 5 วัน ผ่านไปเกือบเดือนก็ยังไม่เห็นวี่แวว ต้องให้ลูกค้าโทรไปทวงถามครั้งแล้วครั้งเล่า เป็นต้น

ผู้บริโภควันนี้แตกต่างจากผู้บริโภคเมื่อ 20 ปีก่อนอย่างมาก ลูกค้าวันนี้ไม่กลัวที่จะร้องเรียนหากเห็นว่าตนเองไม่ได้รับบริการตามที่มีการกล่าวอ้างไว้ หลายคนอาจสงสัยว่า ในเมื่อเจ้าอื่นเขาก็อวดอ้างสรรพคุณกันทั้งนั้น หากเราไม่ทำบ้าง ลูกค้าจะไม่หนีไปใช้บริการของเจ้าอื่นหมดหรือ

ความจริงการ under promise, over deliver นี้ ไม่ได้หมายความว่าเราจะอยู่เฉย ๆ โดยไม่คิดจะทำอะไรเลย แต่หมายถึงการที่เราต้องพยายามให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า โดยไม่อวดอ้างสรรพคุณจนเกินงาม หรือรับปากอะไรที่เรา (ยัง) ทำไม่ได้ต่างหาก

ที่สำคัญ วิธีนี้ยังทำให้เราสามารถเพิ่มความประทับใจให้ลูกค้าได้อีกหลายรูปแบบ

ตัวอย่างเช่น หากคุณเป็นเจ้าของร้านค้าแห่งหนึ่ง มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คุณสามารถเซอร์ไพรส์เขาได้ง่าย ๆ โดยทุกครั้งที่เขามาใช้บริการ คุณจะช่วยดูดฝุ่นในรถให้โดยไม่คิดเงิน ถาม

ว่าลูกค้าจะรู้สึกอย่างไร เขาย่อมรู้สึกดีและอยากจะทำกลับมาใช้บริการของคุณอีก เพราะคุณมอบบริการที่ดีเกินคาด.. และที่สำคัญ โดยที่เขาไม่ได้ร้องขอ สิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ เหล่านี้ ไม่ทำให้สิ้นเปลืองสักเท่าไรหรอกครับ เมื่อเทียบกับความประทับใจของลูกค้าและการที่เขาอาจบอกเล่าถึงความประทับใจนี้ไปยังคนรอบข้าง

อีกตัวอย่างหนึ่ง ผมฟังมาจากเพื่อนที่สิงคโปร์เล่าให้ฟังว่าเขาใช้บริการทำความสะอาดของบริษัทแห่งหนึ่ง ทุกอาทิตย์ทางบริษัทจะส่งแม่บ้านมาทำความสะอาดบ้านให้ หลังจากทำงานเสร็จ แม่บ้านจะวางดอกคาร์เนชั่นขอเล็ก ๆ ไว้ข้างหัวเตียงทุกครั้ง พอเขาเล่าเรื่องนี้ให้คนอื่นฟัง มีแต่คนถามหาเบอร์โทรศัพท์ของบริษัทนี้ เพราะอยากลองใช้บริการดูบ้าง ถามว่าเขาพอใจบริการทุกอย่างของบริษัทนี้มั๊ย เขาบอกว่าไม่ถึงขนาดนั้น เพราะแม่บ้านจะสลับหมุนเวียนเปลี่ยนหน้าไปเรื่อย ๆ บางคนก็ยังไม่พอใจ แต่เขาไม่คิดจะเปลี่ยนไปใช้เจ้าอื่น เพราะเขาประทับใจกับความใส่ใจในรายละเอียดที่บริษัทมอบให้ และที่สำคัญ มันเป็นเรื่องที่เขาไม่เคยคิดมาก่อนว่าจะได้รับ เพราะไม่เคยอ่านเจอจากโฆษณาชิ้นใดของบริษัทเลย

ดังนั้น ถ้าเป็นไปได้ พยายามรักษาคำพูดที่เราให้ไว้กับลูกค้านะครับ อย่าสร้างความคาดหวังที่ผิด แต่ให้พยายามมอบบริการที่ดีกว่าที่ลูกค้าหวังไว้ เพื่อลูกค้าจะรู้สึกดีและเกิดความเชื่อมั่นว่าเราจะสามารถให้บริการที่เรารับปากไว้ได้เสมอ.