หัวข้อสหกิจศึกษา	ประยุกต์ใช้ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
ชื่อนักศึกษา	นางสาวเฟื่องฟ้า นวลเดช
อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา	อาจารย์อชิระ ใจสุบรรณ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

จากการศึกษาและปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในบริษัท โตโยต้า พัทยา (1998) จำกัด งานที่ได้รับมอบหมายเป็นลักษณะการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้ลูกค้าได้มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของบริษัท โตโยต้า พัทยา (1998) จำกัด 2) เพื่อให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากทางบริษัท

ผู้ศึกษาได้พัฒนาเพิ่มการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าของบริษัท โตโยต้า พัทยา (1998) จำกัด โดยใช้เครื่องมือกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด ในรูปแบบของสื่อสารที่มีลักษณะที่เป็นโบวชัว ในการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์หลัก สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารแบบเดิม ๆ ของบริษัท พบว่าบริษัท โตโยต้า พัทยา (1998) จำกัด มีช่องทางการสื่อสารไปยังลูกค้า โดยใช้เครื่องมือที่มีลักษณะเป็นโบว์ชัวการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว ซึ่งทางบริษัทเห็นว่าการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้านั้นนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่ง ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทกับลูกค้าได้

2. พัฒนาและสร้างเครื่องมือที่เพิ่มเนื้อหาและรายละเอียดของมูล เพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า โดยมีการใส่เพิ่มข้อมูลและรายการต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ก่อน ที่จะได้รับการบริการในการนำรถมาเช็คระยะหรือใช้บริการในครั้งต่อกับทางบริษัท

หลังจากการจัดทำมีการวัดผลที่เป็นลักษณะเชิงคุณภาพ โดยใช้ข้อเสนอแนะในการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์จากพนักงานในบริษัท และลูกค้าที่มาใช้บริการ ให้ความเห็นว่าการออกแบบมีความเหมาะสม เพราะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ตอบโจทย์ของความต้องการของลูกค้าได้ดี แต่ควรมีภาพของสินค้าให้หลากหลายกว่านี้

SPU CHONBURI