

TONGPRASONG， P.

WEEK 11: การสร้างแบรนด์
ผ่านการบริการลูกค้า

BRAND THROUGH SERVICE





INTRODUCTION

★ ทำไมหัวข้อนี้สำคัญ (WHY IT MATTERS)

- บริการ = เครื่องมือสร้างแบรนด์
- ไม่ใช่แค่แก้ปัญหา แต่สร้าง “ความทรงจำ”

DEFINITION

🧠 ความหมายของการสร้างแบรนด์ผ่านบริการ

🧠 + 🤝

- ใช้ประสบการณ์บริการเป็นเครื่องมือสร้างภาพลักษณ์
- ทุก TOUCHPOINT ต้องสอดคล้องคุณค่าแบรนด์





📍 EVERY TOUCHPOINT MATTERS

- ก่อนใช้ – ระหว่างใช้ – หลังใช้
- ทุกจุดสัมผัส = โอกาสสร้างแบรนด์



ความสำคัญ (OVERVIEW)



🔥 ความสำคัญของ SERVICE BRANDING

- สร้างความแตกต่าง
- สร้างความภักดี
- เสริมภาพลักษณ์
- เพิ่มมูลค่าแบรนด์
- สร้าง WORD OF MOUTH (WOM)



DIFFERENTIATION – สร้างความแตกต่าง

ตลาดเหมือนกัน → บริการทำให้ต่าง

COLOR PALETTE

#173325	#8E3114	#B2A04F	#190603













บริการดี → กลับมาใช้ซ้ำ + แนะนำต่อ



❤ LOYALTY – สร้างความภักดี

BRAND LOYALTY

HOW WE CHANGE

🏷️ BRAND IMAGE – ภาพลักษณ์แบรนด์

- ใส่ใจ
- น่าเชื่อถือ
- มืออาชีพ



💎 BRAND VALUE – มูลค่าแบรนด์

ชื่อเสียงด้านบริการ = มูลค่าเพิ่ม





📣 WORD OF MOUTH – การบอกต่อ

ประสบการณ์ดี = การตลาดที่ทรงพลังที่สุด





องค์ประกอบสำคัญของ SERVICE BRANDING



- PEOPLE
- PROCESS
- TECHNOLOGY
- CULTURE



👥 บุคลากร (PEOPLE)

- ทักษะสื่อสาร
- ความรู้สินค้า
- “จิตบริการ”

⚙ กระบวนการ (PROCESS)

- รวดเร็ว
- ง่าย
- เป็นระบบ

🤖 เทคโนโลยี (TECHNOLOGY)

- AI / CRM / CHATBOT / DATA
- เพิ่มความเร็ว–ความแม่นยำ

วัฒนธรรมองค์กร (CULTURE)

ทุกคนคือ “เจ้าของประสบการณ์ลูกค้า”

ความเชื่อมโยงกับแบรนด์

🔗 SERVICE = BRAND EXPERIENCE

- บริการดี → ภาพลักษณ์ดี
- บริการแย่ → ทำลายแบรนด์

🏗 BUILDING A STRONG BRAND VIA SERVICE

- สอดคล้องคุณค่าแบรนด์
- สร้างความสัมพันธ์
- แก้ปัญหาเร็ว
- ใช้ FEEDBACK
- จริงใจ

🎯 CONSISTENCY – ความสอดคล้อง

ทุก TOUCHPOINT ต้อง “พูดภาษาเดียวกัน”

🤝 RELATIONSHIP – ความสัมพันธ์

- ฟังจริง
- ใส่ใจจริง
- ดูแลจริง

PROBLEM SOLVING

⚡ FAST & EFFECTIVE – แก้ปัญหาเร็ว

แก้เร็ว = สร้างความประทับใจ

🗣️ CUSTOMER FEEDBACK

ใช้ความคิดเห็นลูกค้าเป็น “วัตถุดิบพัฒนาแบรนด์”

🫶 ความจริงใจ (AUTHENTICITY)

หัวใจของ BRAND LOYALTY

🔐 ความน่าเชื่อถือ (TRUST)

UGC / รีวิวลูกค้า / SOCIAL PROOF

CASE STUDY: AMAZON

📦 AMAZON CASE

- เร็ว
- คืนสินค้าง่าย
- ใส่ใจลูกค้า

CASE STUDY: ZAPPOS

👟 ZAPPOS CASE

- วัฒนธรรมความสุข
- EMPOWER พนักงาน

CASE STUDY: SOUTHWEST

✈️ SOUTHWEST CASE

- บริการเป็นเลิศ
- แก้ปัญหาเร็ว

📌 KEY TAKEAWAYS

- บริการ = เครื่องมือสร้างแบรนด์
- ทุกคนในองค์กรมีบทบาท
- วัดผล → พัฒนา → ทำซ้ำ

📌 KEY TAKEAWAYS

- บริการ = เครื่องมือสร้างแบรนด์
- ทุกคนในองค์กรมีบทบาท
- วัดผล → พัฒนา → ทำซ้ำ

THANK YOU

mustland.org

https://musterverse.dusit.ac.th

+662 244 5748

dBizTECH 295 Suan Dusit University, Dusit, BKK 10300

SERVICE MIND & SEVICE INNOVATION

TONGPRASONG, P.