

สัปดาห์ที่ 7

การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Customer Data Analytics)

แนวคิดหลักของสัปดาห์นี้

“เปลี่ยนข้อมูลลูกค้า → เป็นความเข้าใจ →
สู่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์”





การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า Customer Data Analytics



“ข้อมูลที่ถูกวิเคราะห์ = พลังในการเข้าใจลูกค้า”

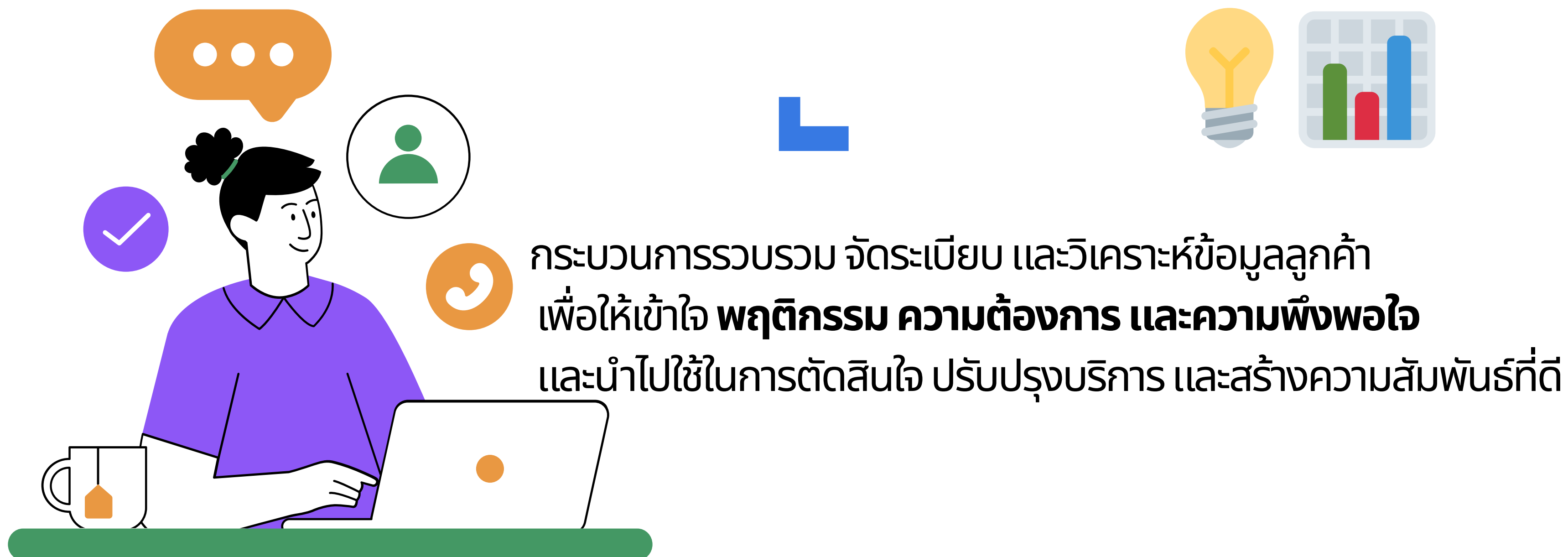


Learning Objectives

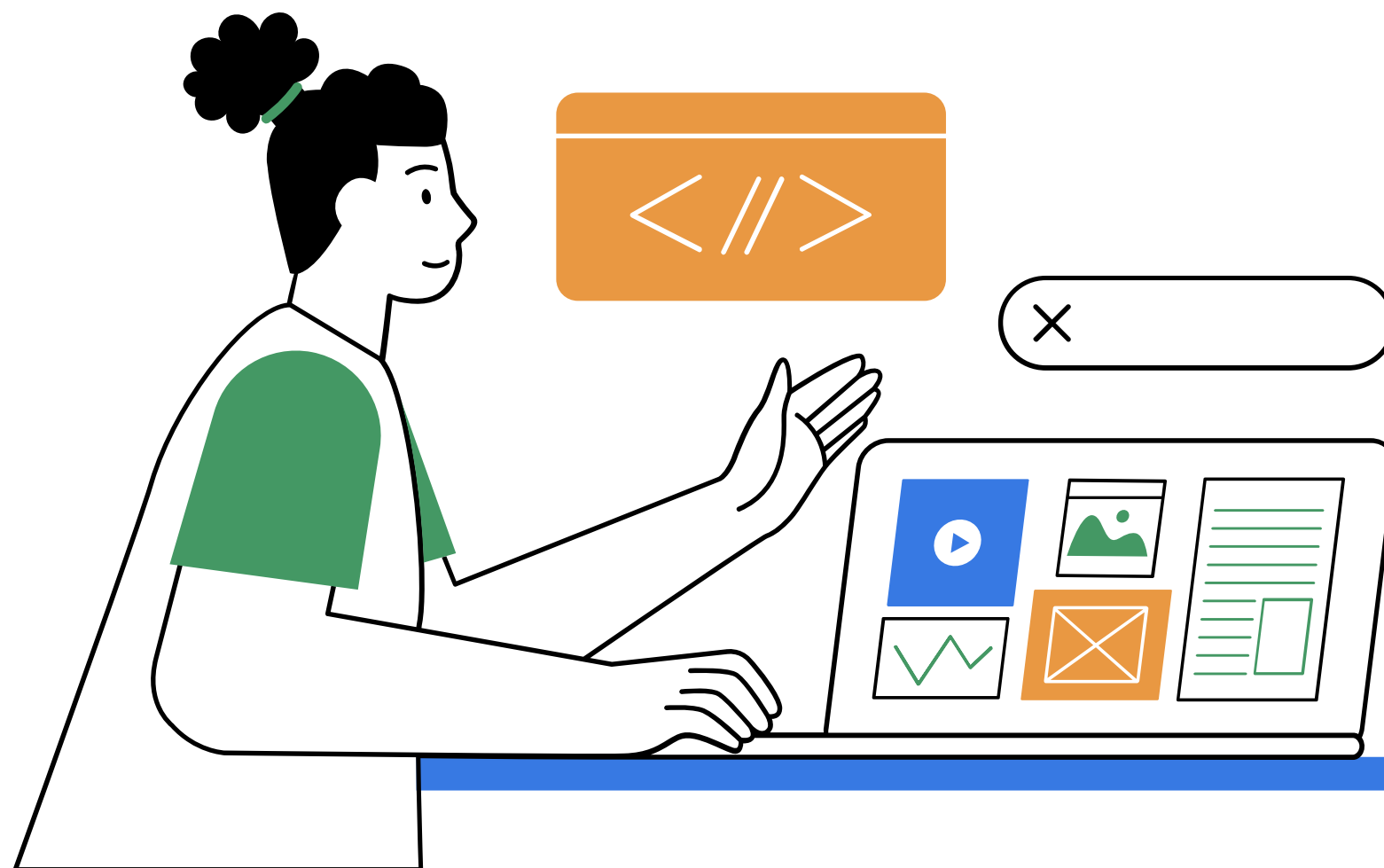
- เข้าใจความหมายของ Customer Data Analytics 
- รู้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า 
- เห็นความสำคัญต่อธุรกิจและ CX 
- นำผลลัพธ์ไปใช้ปรับปรุงบริการได้จริง 



ความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า



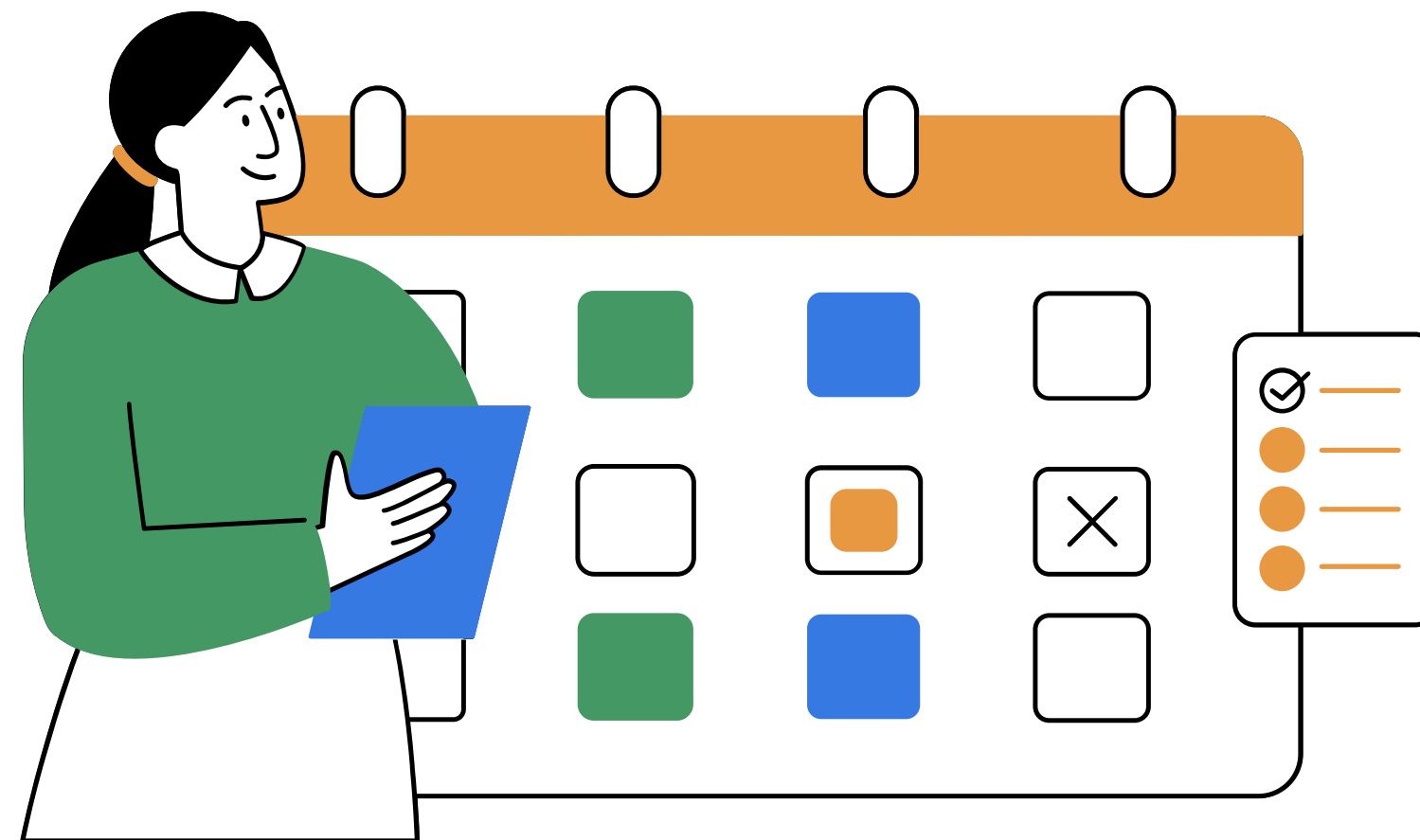
กระบวนการรวบรวม จัดระเบียบ และวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพื่อให้เข้าใจ **พฤติกรรม ความต้องการ และความพึงพอใจ** และนำไปใช้ในการตัดสินใจ ปรับปรุงบริการ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี



แหล่งที่มาของ ข้อมูลลูกค้า

- CRM 
- เว็บไซต์ / แอป 
- โซเชียลมีเดีย 
- แบบสำรวจ 
- ข้อมูลการซื้อ 
- การติดต่อฝ่ายบริการ 

ประเภทของ ข้อมูลลูกค้า



1. ข้อมูลประชากร

 อายุ เพศ ที่อยู่

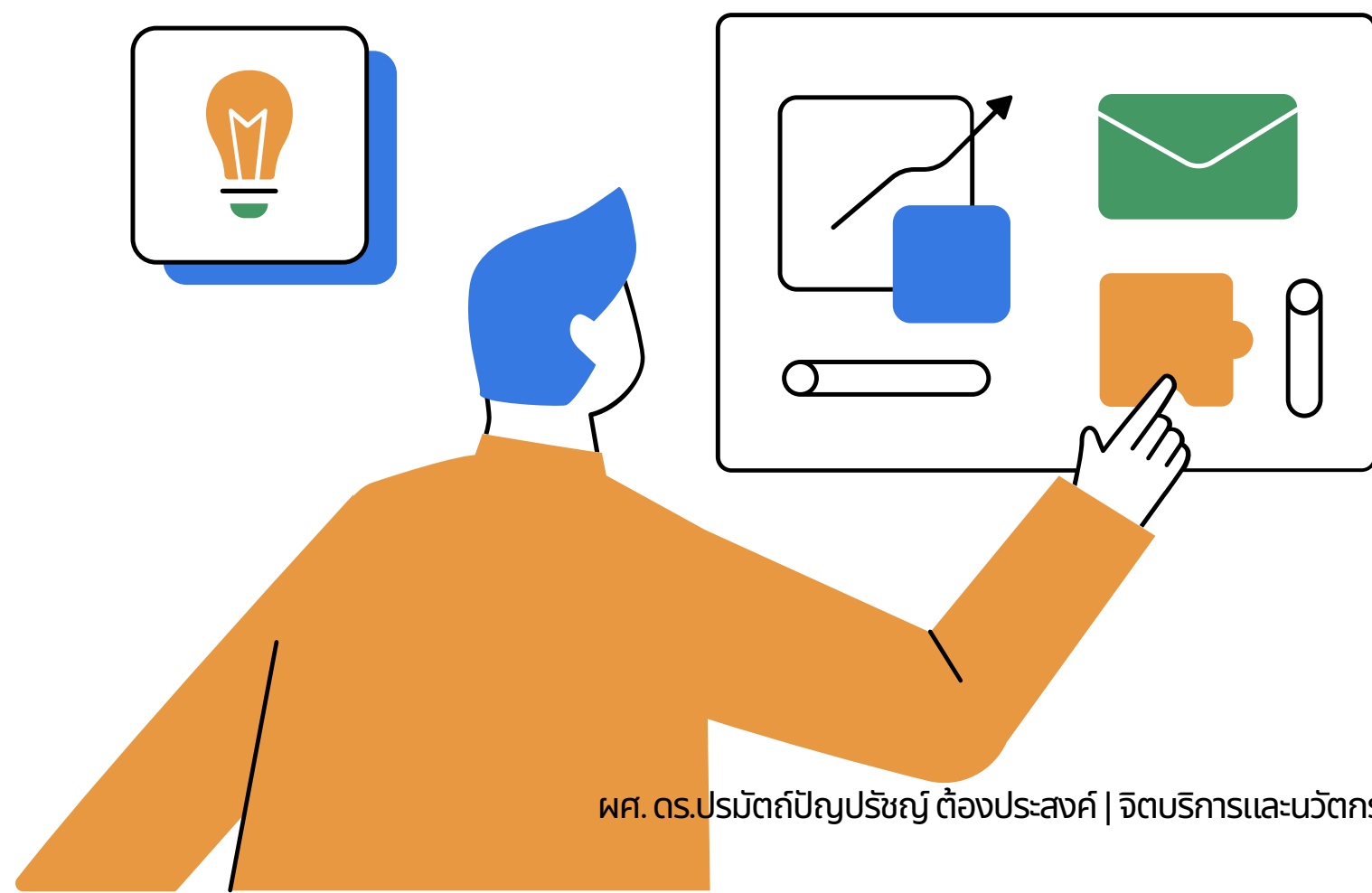
2. ข้อมูลพฤติกรรม

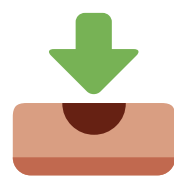
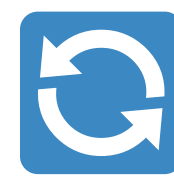
→  ประวัติการซื้อ / การใช้งาน

3. ข้อมูลทัศนคติ

→  ความคิดเห็น ความพึงพอใจ

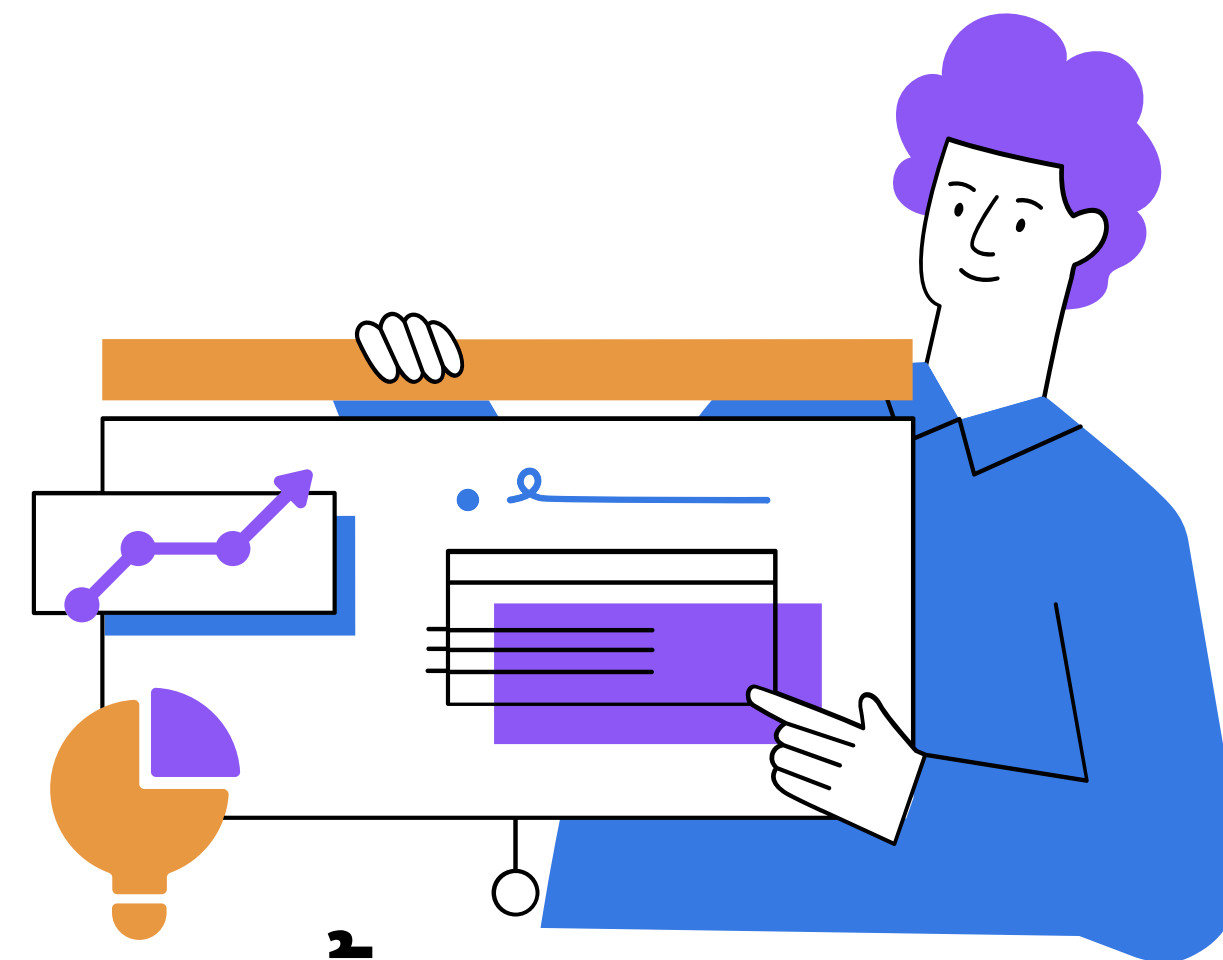
กระบวนการวิเคราะห์ ข้อมูลลูกค้า (Core Process)



1. รวบรวมข้อมูล 
2. ทำความสะอาดข้อมูล 
3. แปลงและจัดระเบียบข้อมูล 
4. วิเคราะห์ข้อมูล 
5. นำเสนอผลลัพธ์ 



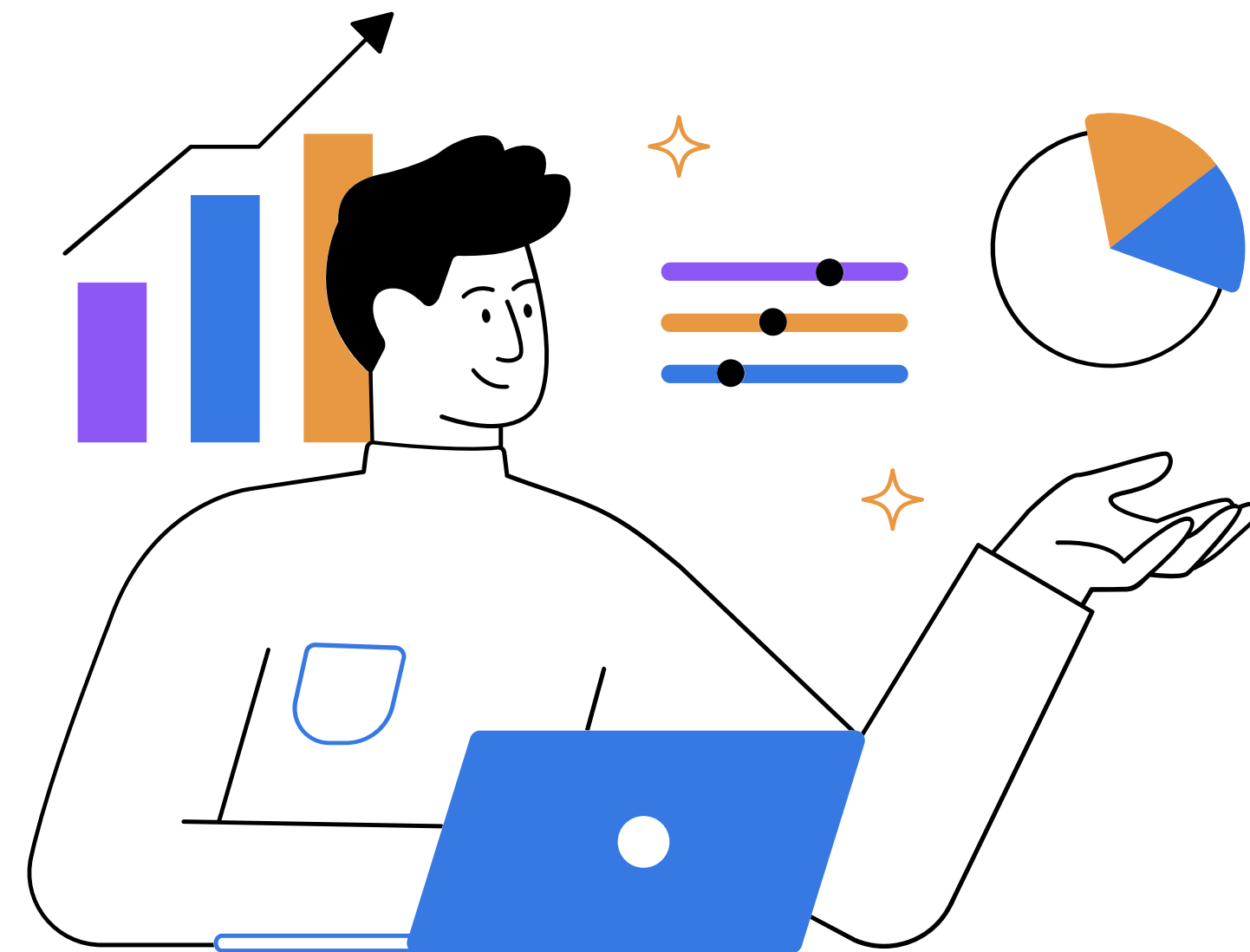
เทคนิคการวิเคราะห์ ข้อมูลลูกค้า



- Descriptive Analytics 📄 (เกิดอะไรขึ้น)
- Diagnostic Analytics 🔍 (ทำไมถึงเกิด)
- Predictive Analytics 🎱 (จะเกิดอะไร)
- Prescriptive Analytics 🧭 (ควรทำอย่างไร)

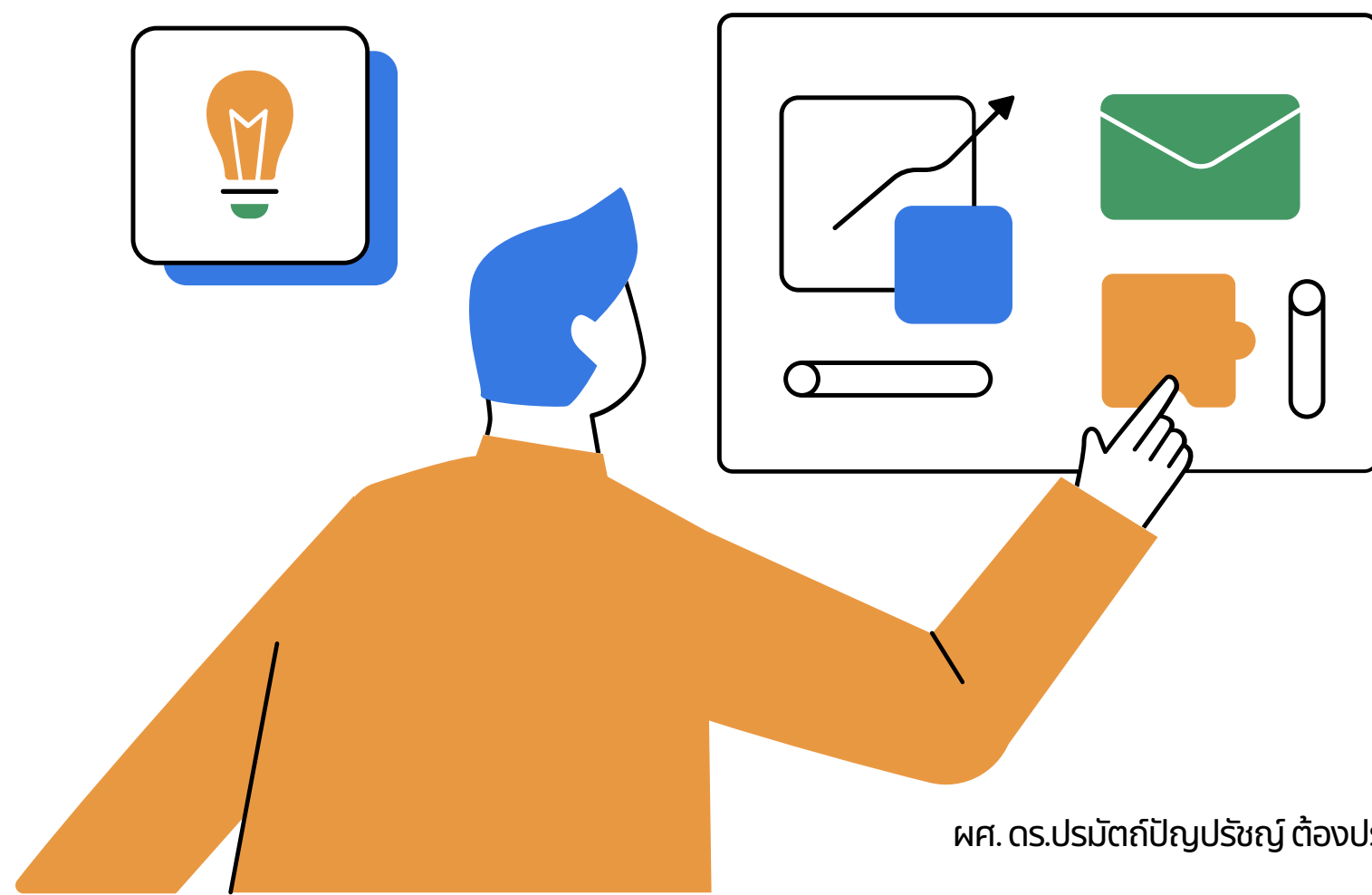


- สร้าง Customer Persona 👤
- สร้าง Customer Journey Map 🌐
- แบ่งกลุ่มลูกค้า (Segmentation) 🎯



การนำผลลัพธ์ไปใช้ (From Data to Action)

ความสำคัญของ Customer Data Analytics



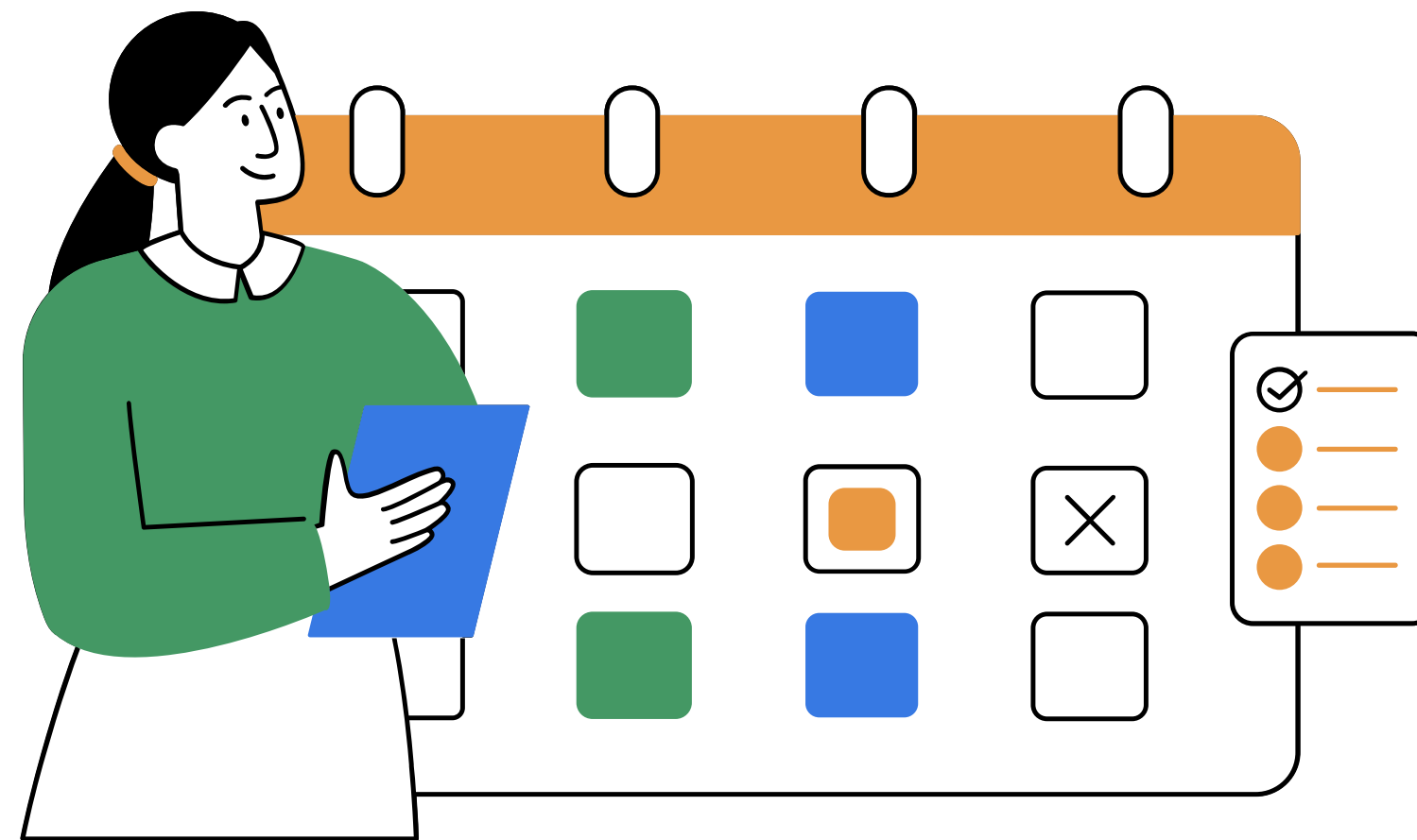
1.เข้าใจลูกค้าเชิงลึก 🧠

2.ปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า
(CX) 😊

3.เพิ่มประสิทธิภาพการตลาด 📣

4.ลดต้นทุนและความผิดพลาด 💰

การใช้ข้อมูลเพื่อ ปรับปรุงบริการ



- ปรับปรุง CX 
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 
- การตลาดตรงเป้าหมาย 
- เพิ่มความภักดีลูกค้า 



เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า

- ◆ Statistical Tools
 - Excel, SPSS, R
- ◆ BI Tools
 - Tableau, Power BI, Google Data Studio
- ◆ Web & App Analytics
 - Google Analytics, Adobe Analytics
- ◆ CRM Tools
 - Salesforce, HubSpot
- ◆ Social Media Analytics
 - Hootsuite, Brandwatch



Summary / Key Takeaways

ข้อมูลลูกค้า = ทรัพยากรเชิงกลยุทธ์

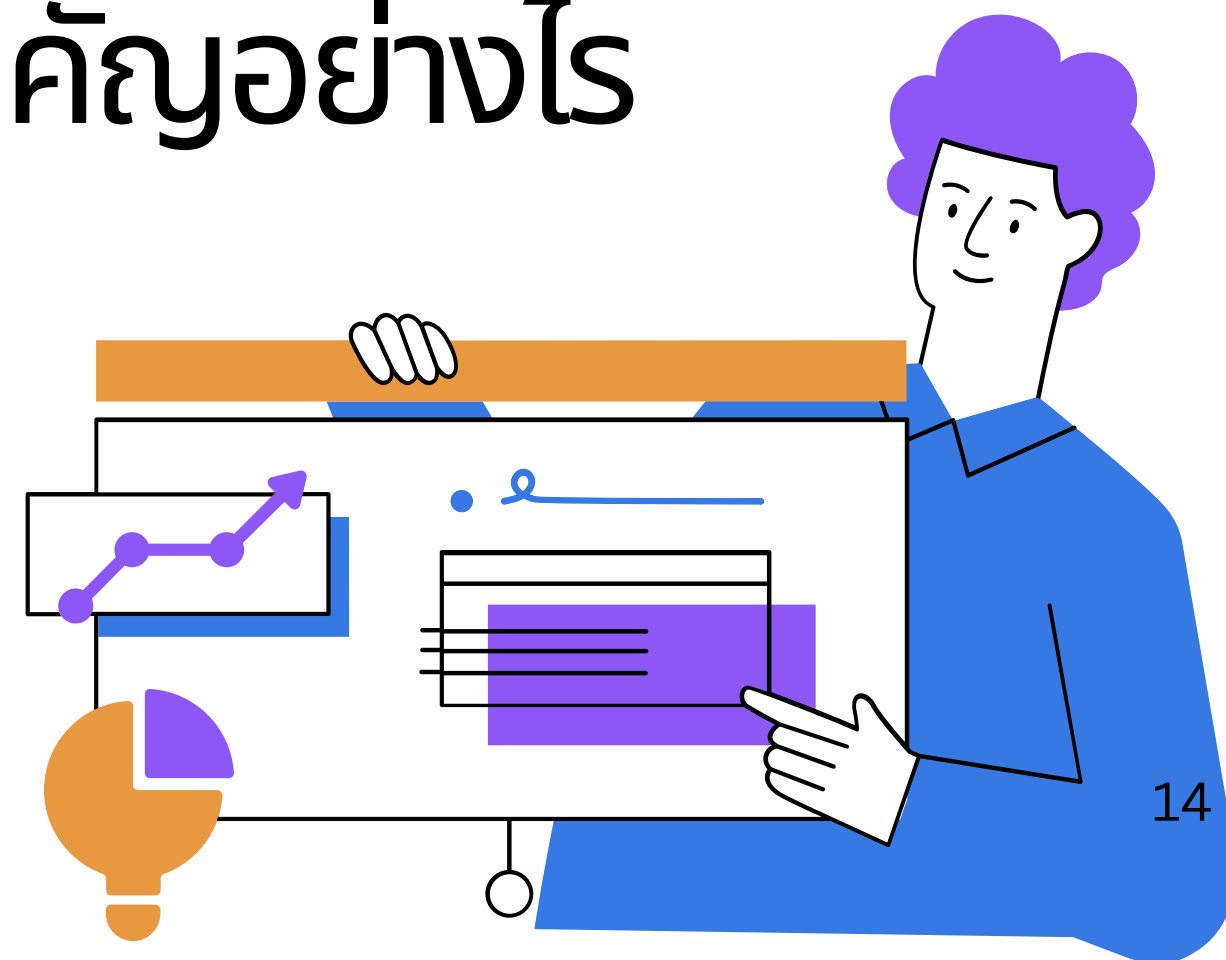


- รู้จักลูกค้า
- เข้าใจพฤติกรรม
- ตัดสินใจได้อย่างแม่นยำ



Reflection Questions

- การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าคืออะไร และสำคัญอย่างไร
- ข้อมูลจากแหล่งใดมีคุณค่ามากที่สุด
- เทคโนโลยีใดเหมาะกับองค์กรขนาดเล็ก



Thank You

- +662 244 5748
- phorramatpanyaprat@gmail.com
- <https://mustland.org/>

