krungsri
Auto

A member of MUFG
a global financial group

Krungsri Auto Magazine

Things You Need to Know about Auto Finance

Vol.10 No.4
July-August 2018

Smart Dealer

สแกน QR Code
สำหรับนิตยสารออนไลน์

Content

Krungsri Auto's Talk 3

Special Scoop 4

A Decade of Krungsri Auto Magazine "การตลาดออนไลน์ สไตล์สมาร์ทดีลเลอร์"

Dealer Society 7

Cover Story 11

เทคนิคติดอาวุธ การตลาดออนไลน์ สไตล์ "สมาร์ทดีลเลอร์"

Dealer Talk 16

"วิชิต ทวียนตการ" จากประสบการณ์สู่ตัวจริง เรื่องรถมือสอง

19

เปลี่ยนโชคร้ายเป็นโชคดี หลักสูตร "เฮียหวัง" แห่ง "ตลาดนัดมอเตอร์ไซด์"

22

Live with Passion

คิดใหม่ สู่ตลาดยุคใหม่ กับ 3 ผู้บริหารรุ่นใหม่แห่ง "กรุงศรี ออโต้"

Chill Out 26

ดีต่อใจ เที่ยว "เชียงราย" ในวันฝนพรำ

Best of the Month 28

Fin Talk 30

"Market Conduct"
บริการด้วยใจ ให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม

KrungsriAuto KrungsriAutoTV krungsriauto.com

ประสบการณ์ใหม่กับกรุงศรี ออโต้

"กรุงศรี ออโต้" ผู้นำธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ให้บริการสินเชื่อยานยนต์ครบวงจร ได้แก่ สินเชื่อเพื่อคนมีรถ "คาร์ ฟอร์ แคช" สินเชื่อรถบ้าน "กรุงศรี รถบ้าน" สินเชื่อรถใหม่ "กรุงศรี นิว คาร์" สินเชื่อรถเต็นท์ "กรุงศรี ยูสด์ คาร์" สินเชื่อรถบรรทุกใหม่ "กรุงศรี ทรัค" ซึ่งให้บริการโดยกลุ่มงานธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สินเชื่อรถจักรยานยนต์ "กรุงศรี มอเตอร์ไซค์" สินเชื่อบิ๊ก ไบค์ "กรุงศรี บิ๊ก ไบค์" สินเชื่อบิ๊ก ไบค์มือสอง "กรุงศรี ยูสด์ บิ๊ก ไบค์" และสินเชื่อเพื่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ "กรุงศรี อินเวนทอรี่ ไฟแนนซ์" รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านการประกันภัย ซึ่งให้บริการโดยบริษัท อยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน)

ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการสินเชื่อของกรุงศรี ออโต้ พร้อมรับคำปรึกษาทั้งเรื่องรถและเรื่องเงิน ช่วยให้เรื่องเงินเป็นเรื่องง่าย ผ่านสาขากรุงศรี ออโต้ 51 สาขาทั่วประเทศ รวมทั้งสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาทั่วประเทศ ที่ทำการไปรษณีย์ไทยที่ให้บริการ เคาน์เตอร์เซอร์วิส 7-Eleven หรือติดต่อ "กรุงศรี ออโต้ คอลเซ็นเตอร์" โทร 02-740-7400 กด 1 ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ www.krungsriauto.com หรือ www.facebook.com/krungsriauto

"ตลาดออนไลน์" อาวุธใหม่ในธุรกิจยานยนต์

ผลสำรวจของ PwC's Strategy & Global Digital Operations 2018 พบว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกกำลังขึ้นแท่นผู้นำด้านการเปลี่ยนผ่านไปสู่ดิจิทัลของโลก วัดได้จากตัวเลขของผู้ประกอบการในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ถูกจัดให้มีสถานะเป็นแชมป์ทางด้านดิจิทัลที่มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงลูกค้ากว่า 19% ในขณะที่อเมริกาอยู่ที่ 11% ตามด้วยยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกาที่ 5%

จากไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีความสนใจในการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อบริษัทและองค์กรต่างๆ ในการปรับกลยุทธ์สู่สนามตลาดดิจิทัลมากขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อตอบโจทย์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างรวดเร็ว ตรงใจ และเจาะเข้าถึงทุกกลุ่มไลฟ์สไตล์ เช่นเดียวกับธุรกิจยานยนต์ที่ตลาดดิจิทัลได้เริ่มเข้ามามีบทบาทและเป็นอีกทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภคในยุคปัจจุบันผู้ซึ่งใช้ความรวดเร็วของเทคโนโลยีเข้ามาตอบโจทย์ความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตยิ่งขึ้น และนั่นก็ทำให้การซื้อรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์หนึ่งคันสามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา เพียงแค่ปลายนิ้วคลิกข้อมูลยานยนต์จากทุกแห่งก็มารออยู่ตรงหน้าให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้งาน

แต่เหนือกว่าความไวแสงของโลกดิจิทัล สิ่งที่จะขาดไม่ได้ในตลาดยานยนต์ยังคงเป็นความใส่ใจและใจแห่งการบริการที่ทุกฝ่ายต่างทุ่มเทให้กับลูกค้า ซึ่งนี่ยังคงเป็นหัวใจของการขายที่สามารถสร้างแบรนด์ให้เข้าไปนั่งในหัวใจลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

ไพโรจน์ ชื่นครุฑ
ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

A Decade of Krungsri Auto Magazine

"การตลาดออนไลน์ สไตล์สมาร์ทดีลเลอร์"

จบลงไปด้วยความแกลมและชิคสมกับการฉลองความสำเร็จเนื่องในโอกาสครบรอบ 10 ปี **นิตยสารกรุงศรี ออโต้** นิตยสารรายสองเดือนที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ และประเด็นที่น่าสนใจในแวดวงยานยนต์ ภายใต้การดำเนินงานของ "กรุงศรี ออโต้" ผู้นำธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ครบวงจร เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดยเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2561 ทางนิตยสารได้จัดกิจกรรมสุดพิเศษ **A Decade of Krungsri Auto Magazine ตอน การตลาดออนไลน์ สไตล์สมาร์ทดีลเลอร์** เชิญพันธมิตรผู้แทนจำหน่ายรถยนต์เข้าร่วมงานสัมมนาการตลาดออนไลน์เชิงลึกสำหรับธุรกิจรถยนต์โดยเฉพาะ เพื่อแทนคำขอบคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุนการทำงานของนิตยสารกรุงศรี ออโต้ ด้วยดีเสมอมา

เริ่มต้นงานด้วยความอลังการของสถาปัตยกรรมกอธิคอันเป็นเอกลักษณ์ของ Benedict Studio ซึ่งเป็นสถานที่จัดงาน ส่วนไฮไลต์ของงานอยู่บนเวทีสัมมนาหัวข้อ **"ถอดรหัสการตลาดออนไลน์ สไตล์สมาร์ทดีลเลอร์"** ที่ทางกรุงศรี ออโต้ ได้เชิญ **คุณสโรจ เลาหศิริ Chief Marketing Officer บริษัท แรบบิทส์ เทลล์ จำกัด** ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์และการบริหารงานเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคดิจิทัล มาเปิดเผยเบื้องลึกความสำเร็จของการตลาดยุคใหม่ซึ่งเจาะประเด็นไปที่ตลาดรถยนต์โดยเฉพาะ

ต่อด้วยคอร์สอบรมการถ่ายภาพที่จะช่วยส่งเสริมการขายในโลกออนไลน์ได้อย่างเห็นผลกับการเสวนาในหัวข้อ **"เทคนิคมันต้องมี ถ่ายแบบนี้สิดีแน่"** โดย**คุณวิรุนันท์ ชิตเดชะ** ช่างภาพมืออาชีพดีกรีเมืองคานส์ ก่อนจะล้วงลึกถึงการสร้างเทรนด์ใหม่ในตลาดรถยนต์ผ่านการเสวนาในหัวข้อ **"สร้างเทรนด์ขายรถแนวใหม่ ไม่เหมือนใครในตลาด"** โดยมีเจ้าหญิงแห่งแอนดรอยด์ **คุณกวิสรา ปัทมสูตร** เป็นผู้ดำเนินรายการ

เหล่าสมาร์ท ดีลเลอร์ เรียนรู้เทคนิคถ่ายภาพด้วยโทรศัพท์มือถือ

นอกจากการเสวนาบนเวทีแล้ว งานนี้ยังมีเวิร์กช็อปภาคสนาม พาเหล่าผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ร่วมโพสท่าถ่ายรูปคู่รถซูเปอร์คาร์หลากหลายรุ่น โดยทีมช่างภาพมืออาชีพ พร้อมโจทย์ที่ท้าทายคือ **"ถ่ายภาพอย่างไร ได้ใจคนโซเชียล"** ก่อนจะรับภาพถ่ายขึ้นปกนิตยสารกรุงศรี ออโต้ ฉบับพิเศษเป็นของที่ระลึกหลังจบงาน

เซอร์ไพรส์จากกรุงศรี ออโต้ ยังไม่หมดเพียงเท่านี้ เพราะในช่วงค่ำ เวทีสัมมนาได้ถูกเปลี่ยนเป็นโต๊ะดินเนอร์สีขาวสุดหรู พร้อมคอนเสิร์ตอบอุ่นหัวใจจากศิลปินรับเชิญสุดพิเศษ **"เบิร์ดกะฮาร์ท"** ร่วมด้วย **"สินเจริญ บราเธอร์ส"** ที่มาร่วมแจมในค่ำคืนแสนพิเศษครั้งนี้ด้วย

กรุงศรี ออโต้ สาขานครปฐม ขอร่วมแสดงความยินดี 2 ชั้นกับ **คุณไพรัตน์ สกุลศรีประเสริฐ** ผู้บริหาร **บริษัท พ.สามพราน กรุ๊ป จำกัด** โดยความยินดีแรกคือการเปิดโชว์รูมแห่งใหม่ในพื้นที่อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ส่วนความยินดีที่ 2 คือการฉลองวันคล้ายวันเกิดของคุณไพรัตน์ โดยบอสใหญ่แห่ง พ.สามพราน กรุ๊ป ได้จัดเลี้ยงอาหารกลางวันเด็กนักเรียนที่โรงเรียนบ้านหนองหยั่ง @ หล่อแล้วยังใจบุญขนาดนี้ต้องยกให้เฮียไพรัตน์เลยค่ะ

คุณอภิชาติ คงจันทร์
บริษัท อีซูซุอันดามันเซลส์ จำกัด

คุณวิทยากร ต่างสี
บริษัท อีซูซุอันดามันเซลส์ จำกัด สาขาอ่าวลึก

คุณชนกพร พิศาล และ คุณมนตรี เย็นใจ
พิศาลยนตรการ

คึกคักอย่างต่อเนื่องสำหรับตลาดยานยนต์ในจังหวัดกระบี่ ซึ่งแน่นอนว่าทีมกรุงศรี ออโต้ สาขากระบี่ นำโดยคุณเกษร หนูวารี ผู้จัดการสาขาป้ายแดง ก็ไม่รีรอที่จะออกพบปะและพูดคุยกับดีลเลอร์อย่างครึกครื้นเช่นกัน เริ่มจากการเข้าพบ **คุณอภิชาติ คงจันทร์** ผู้จัดการ **บริษัท อีซูซุอันดามันเซลส์ จำกัด** และ **คุณวิทยากร ต่างสี** ผู้จัดการ **บริษัท อีซูซุอันดามันเซลส์ จำกัด** สาขาอ่าวลึก ต่อด้วยการเข้าพบ**คุณสุรศักดิ์ สุวรรณธานี** ผู้จัดการสาขา **บริษัท วี.จี.คาร์ จำกัด** และ **คุณขวัญตา ส่งแสง** ผู้จัดการสาขา **บริษัท วี.เอส.ที.ออโต้เซลส์ (2002) จำกัด** ปิดท้ายที่เต็นท์**พิศาลยนตรการ** ซึ่งบริหารงานโดย **คุณชนกพร พิศาล** และ **คุณมนตรี เย็นใจ**

คุณขวัญตา ส่งแสง บริษัท วี.เอส.ที.ออโต้เซลส์ (2002) จำกัด

คุณสุรศักดิ์ สุวรรณธานี
บริษัท วี.จี.คาร์ จำกัด

ต้องบอกว่าอายุเป็นเพียงตัวเลขจริงๆ สำหรับ **ซ้ออ้อม-คุณจิระวรรณ เจริญโชควานิช** ผู้ก่อตั้ง **ตลาดนัดมอเตอร์ไซค์** ซึ่งเปิดตำนานคู่ย่านหลักสี่มากว่า 15 ปี ล่าสุดซ้ออ้อมเพิ่งจัดงานฉลองวันคล้ายวันเกิดอายุครบ 61 ปี แต่เป็น 61 ปีที่บอกเลยว่าสวยไม่สร่างเลยจริงๆ

คุณคุณากร ธุระหาญ หัวเรือใหญ่แห่ง **บริษัท ดุสิตออโต้เซลส์ จำกัด** ออกบูธกระตุ้นยอดขายด้วยตัวเองพร้อมยกขบวนทีมขายไปพบปะลูกค้าถึงที่ ณ ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส สาขากระบี่ จัดโปรโมชั่นเอาใจลูกค้าเต็มที่ แน่นอนว่าพันธมิตรอย่างกรุงศรี ออโต้ ก็ไม่พลาดที่จะไปร่วมแจม @ พร้อมกันนั้นทีมกรุงศรี ออโต้ สาขากระบี่ ยังได้จัดอบรมการให้ความรู้เกี่ยวกับสัญญาเช่าซื้อฉบับใหม่แก่พนักงานขายของดุสิตออโต้เซลส์ เพื่อเพิ่มเติมความรู้ด้านสินเชื่อรถยนต์ให้กับพนักงานใหม่ ณ ห้องประชุม บริษัท ดุสิตออโต้เซลส์ จำกัด

ลั่นระฆังวิวาห์ไปอีกคู่สำหรับทายาทดีลเลอร์ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ชื่อดังแห่งจังหวัดสมุทรปราการ **คุณสิตา สุวรรณการ** บุตรี **คุณวิสุทธิ์ สุวรรณการ-คุณชนิตา อัศวชาติชาญชัย** ร้าน **ส.ว. เทพายนต์** และ **คุณพงศกร กิจเลิศบรรจง** บุตรชาย **คุณนเรนทร์ กิจเลิศบรรจง-คุณวิจิตร โอภาสวรกิจ** แห่ง **ร้านซันไทย** งานนี้จัดขึ้นอย่างหวานชื่น ณ โรงแรมเรเนซองส์ กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน ที่ผ่านมา โดยมีเหล่าดีลเลอร์และคนในแวดวงรถจักรยานยนต์เข้าร่วมงานอย่างอบอุ่น

ถือฤกษ์งามยามดีอย่างต่อเนื่องเข้าร่วมอวยพรงานคล้ายวันเกิด**เฮียยศ-คุณบุญยศ บุญเกียรติเจริญ** เจ้าของร้าน **ยศเจริญฮอนด้ากิ่งแก้ว** ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ Honda และ Honda BigWing ย่านสมุทรปราการ @ ทีมงานกรุงศรี มอเตอร์ไซค์ ขอให้เฮียยศมีความสุขมากๆ สุขภาพร่างกายแข็งแรงต้อนรับการก้าวสู่ปีที่ 53 นะคะ

เติบโตจากครอบครัวคนจีน เป็นฝาแฝดคนละฝาที่หน้าตาไม่ค่อยเหมือนกันเท่าไร ทว่ารับประกันได้ว่าความสามารถในการบริหารงานนั้นล้นเหลือสำหรับสองพี่น้อง **คุณวีรวัฒน์ อดิเรกเกียรติ** แห่ง **หจก.สะพาน 4 รถสวย** และ **คุณวีรชัย อดิเรกเกียรติ** ผู้บริหาร **ระยองเจริญยนต์** สองสิงห์เจ้าของเต็นท์รถขนาดใหญ่ในจังหวัดระยอง โดยเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน ที่ผ่านมา เป็นวันคล้ายวันเกิดของสองนักบริหารหนุ่มไฟแรง @ ทางกรุงศรี ออโต้ สาขาระยอง จึงขอเข้าร่วมอวยพรและมอบกระเช้าของขวัญเนื่องในโอกาสอันดีนี้ด้วย

คุณวีณา นิติกิจไพบูลย์ บริษัท รุ่งเรืองอินเตอร์สว่างแดนดิน จำกัด

คุณนิยม เทพบุปผา นิยมการค้า 92

คุณสัมพันธ์ พรมเดเวช บริษัท เอส แอล ไทยเจริญมอเตอร์เซลส์ จำกัด

ถึงฝนจะตก หรือน้ำจะหลาก แต่ กรุงศรี ออโต้ สาขาอุดรธานี ก็ไม่หวั่น พร้อมเสมอในการออกเยี่ยมเยือนดีลเลอร์และลูกค้า เริ่มจากการเข้าพบ **คุณวีณา นิติกิจไพบูลย์** แห่ง **บริษัท รุ่งเรืองอินเตอร์สว่างแดนดิน จำกัด** จังหวัดสกลนคร ต่อด้วยการเข้าเยี่ยม **คุณนิยม เทพบุปผา** ที่บ้านพักหลังจากออกมาพักฟื้นจากโรงพยาบาล โดยคุณนิยมเป็นผู้ก่อตั้ง **นิยมการค้า 92** ผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในจังหวัดอุดรธานี @ อีกท่านที่จะขาดไม่ได้คือ **คุณสัมพันธ์ พรมเดเวช** แห่ง **บริษัท เอส แอล ไทยเจริญมอเตอร์เซลส์ จำกัด** ผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ Yamaha จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งจัดงานฉลองวันคล้ายวันเกิดไปเมื่อวันที่ 7 มิถุนายนที่ผ่านมา

เมื่อวันที่ 9 มิถุนายนที่ผ่านมา ทีมงานกรุงศรี มอเตอร์ไซค์ เข้าร่วมอวยพรวันเกิด **ดร.ป๊อบ-คุณอรรถพงษ์ สกุลศรีประเสริฐ** ผู้บริหารหนุ่มไฟแรงเจ้าของกลุ่ม **เม้งยานยนต์ เอ็มไดร์ฟ โมโตฮอลิค** ณ ศูนย์บริการ **KAWASAKI โมโตฮอลิค** กรุงเทพฯ

ทีมงานกรุงศรี มอเตอร์ไซค์ สาขาชลบุรี เข้าร่วมอวยพรในวันคล้ายวันเกิด **คุณณัฐนนท์ นภนฤมิตร** ผู้บริหาร **บริษัท ร้านสวัสดิการ จำกัด** ผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ Ryuka ซึ่งถือโอกาสฤกษ์ดีเปิดสาขาเพิ่มเป็นแห่งที่ 3 ในพื้นที่ตำบลอ่าวอุดม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี @ ขอให้กิจการรุ่งเรือง ทีมงานกรุงศรี มอเตอร์ไซค์ สาขาชลบุรี ยินดีสนับสนุนเต็มที่ค่ะ

ทีมงานกรุงศรี มอเตอร์ไซค์ ร่วมมอบกระเช้าอวยพรเนื่องในวันคล้ายวันเกิด **คุณจิตรา กุมาร** หญิงเก่งนักบริหารแห่ง **บริษัท สปีดเวย์ 3 กรุ๊ป แอนด์เซอร์วิส จำกัด** ซึ่งเป็นผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในเขตจังหวัดลพบุรี

มีงานบุญ งานกุศลที่ไหน ทีมงานกรุงศรี ออโต้ ไม่พลาดที่จะเข้าร่วมอย่างแน่นอน เฉกเช่นกิจกรรมดีๆ ที่ทางดีลเลอร์ใหญ่ใจบุญ **คุณกัญจนสรณ์ มะเริงสิทธิ์** แห่ง **เต็นท์แก้วอนงกลการ** เจ้าของธุรกิจรถมือสองและธุรกิจโรงแรมแก้วอนงได้จัดขึ้น เพื่อเลี้ยงอาหารกลางวันแก่เด็กนักเรียนโรงเรียนบ้านโจด อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา พร้อมมอบทุนการศึกษา จักรยาน พัดลม และอุปกรณ์การเรียนแก่นักเรียนที่ขาดแคลน @ ใจบุญอย่างนี้ขอให้กิจการเจริญรุ่งเรือง ยอดขายปังๆ และกรุงศรี ออโต้ สาขาโคราช ก็ขอขอบคุณที่ให้โอกาสทีมงานได้เข้าร่วมกิจกรรมดีๆ อย่างนี้

ยินดีต้อนรับทายาทคนใหม่ **น้องมูเก้น-ด.ช.รชต ประเทืองไพรศรี** ลูกชายคนที่ 2 ของ **เสี่ยแม็ก-คุณณัฐดนัย ประเทืองไพรศรี** แห่ง **บริษัท แม็กกู๊ดคาร์ จำกัด** เต็นท์ขายรถยนต์มือสอง เกรด A ในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีทายาทคนแรกเป็นลูกสาวหน้าตาน่ารักชื่อ **น้องมอนิ่ง** และมีบุตรชายคือน้องมูเก้นตามมาติดๆ @ เรียกว่าสมกับการรอคอยของคุณพ่อเลยทีเดียว

ทีมกรุงศรี ออโต้ สาขาอุบลราชธานี มอบกระเช้าอวยพรเนื่องในวันคล้ายวันเกิด **คุณมยุรี ฐานานุศักดิ์** ผู้บริหารระดับสูง **บริษัท อีซูซุ ตังปักภาคอิสาณ จำกัด** @ ขอส่งคำอวยพรให้คุณมยุรีมีสุขภาพแข็งแรงนะคะ

ขอเสียงปรบมือดังๆ ให้กับ **บริษัท โตโยต้าดีเยี่ยม จำกัด** และ **บริษัท โตโยต้าดีลักซ์ จำกัด** ซึ่งได้เข้ารับรางวัลเชิดชูเกียรติ Best of the Best President's Award 2017 ณ โรงแรมสุนีย์แกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2561

ผ่านไปอย่างสนุกสนานสำหรับกิจกรรมคาราวาน **"พาชมสวน ชวนกินข้าวป่า"** จัดโดย **หอการค้าจังหวัดอุบลราชธานี** ร่วมด้วย **กรุงศรี ออโต้** พาพันธมิตรและผู้ประกอบการเต็นท์รถยนต์มือสอง ออกสตาร์ทจากศูนย์การค้าอุบลสแควร์ เดินทางไปทำกิจกรรมกันสนุกๆ ที่แฝงการเรียนรู้เรื่องธรรมชาติ ณ สวนเรืองศักดิ์ ตำบลบุเปือย อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2561

เมื่อเร็วๆ นี้ **คุณพรนฎา เตชะไพบูลย์** ผู้บริหารคนสวยแห่ง **บริษัท เวสปิอาริโอ (ประเทศไทย) จำกัด** จัดงานเปิดตัวรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ของค่าย Vespa เพื่อกระตุ้นยอดขายและนำส่งไลฟ์สไตล์ใหม่แบบฉบับ Vespa สู่กลุ่มผู้รักมอเตอร์ไซค์คลาสสิก @ แน่นอนว่างานดีๆ อย่างนี้ ทีมกรุงศรี มอเตอร์ไซค์ ก็ไม่พลาดที่จะเข้าร่วมเช่นกัน

ทีมกรุงศรี ออโต้ สาขาตรัง เข้าร่วมทำบุญและแสดงความยินดีกับ **คุณสมเกียรติ เจริญสุข** เจ้าของเต็นท์รถยนต์มือสอง **รถบ้านสมเกียรติ** ซึ่งได้ขยายกิจการร้านรถบ้านสมเกียรติ พร้อมย้ายที่ทำการใหม่ซึ่งใหญ่และไฉไลกว่าเดิม บนทำเลทองสี่แยกอันดามัน อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง @ ขอให้กิจการรุ่งเรือง ขายได้ทุกวันนะคะเฮียสมเกียรติ

กรุงศรี ออโต้ สาขากระบี่ ได้รับเกียรติจาก**คุณวิทวัส สมขันธ์** บอสใหญ่แห่ง **บริษัท วังกระบี่ จำกัด** ในการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสัญญาเช่าซื้อฉบับใหม่ให้กับพนักงานขายของวังกระบี่ เพื่อเพิ่มความรู้และอัพเดตข้อมูลการเช่าซื้อรถยนต์ @ พร้อมตอบรับความเปลี่ยนแปลงตลาดได้อย่างทันท่วงที

กรุงศรี ออโต้ ขอร่วมแสดงความเสียใจกับการจากไปของ **เฮียเล็ก-คุณปรีชา ล้อกาญจนกุล** ผู้บุกเบิกร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์**แชยานยนต์** ซึ่งเปิดกิจการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการมาเป็นเวลากว่า 40 ปี โดยงานฌาปนกิจศพจัดขึ้นที่ มูลนิธิร่วมกุศลสมุทรปราการ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน ที่ผ่านมา @ นับได้ว่าเป็นการสูญเสียบุคลากรสำคัญแห่งวงการรถจักรยานยนต์ไปอีกท่าน

เทคนิคติดอาวุธตลาดออนไลน์ สไตล์ "สมาร์ทดีลเลอร์"

ในยุคที่เทรนด์ดิจิทัลร้อนแรงและมาแรงแซงทุกโค้ง ทุกองค์กร ทุกหน่วยงานต่างก็ต้องปรับตัวตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ไม่เว้นแม้แต่แวดวงยานยนต์ที่ตลาดออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการซื้อขายอย่างเลี่ยงไม่ได้ ลูกค้าบางรายสามารถตัดสินใจซื้อรถหนึ่งคันตั้งแต่ยังไม่ได้เดินเข้าไปที่โชว์รูมเลยด้วยซ้ำ แล้วอะไรคือปัจจัยความสำเร็จของโจทย์การตลาดรูปแบบใหม่ กรุงศรี ออโต้ ฉบับนี้มีคำตอบกับการไขรหัสการตลาดออนไลน์จากเวทีสัมมนา ***"A Decade of Krungsri Auto Magazine ตอน การตลาดออนไลน์ สไตล์ สมาร์ทดีลเลอร์"*** ซึ่งมีเทคนิคการติดอาวุธให้ผู้ประกอบการรถยนต์ในยุคดิจิทัลมาฝากกัน

กลไกตลาดยานยนต์ฉบับ 2018

ลูกค้าเห็นโฆษณายานยนต์ทางโซเชียลมีเดีย

↓

หาข้อมูล

↓

ไปโชว์รูม

↓

ระหว่างการใช้งาน

↓

บริการหลังการขาย

↓

บอกต่อ

ยู้ฮู! ฉันอยู่นี่

จุดเริ่มต้นของตลาดดิจิทัลคือ **การสร้างการรับรู้ (Awareness)** ให้ผู้บริโภครู้ว่าแต่ละโชว์รูมอยู่ตรงไหนในโลกแห่งยานยนต์ ซึ่งถ้าเป็นการตลาดแบบดั้งเดิม แน่นอนว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทีวี วิทยุ สิ่งพิมพ์ รวมทั้งการโรดโชว์สามารถช่วยได้ แต่สำหรับโลกยุค 2018 ที่ผู้บริโภคสามารถค้นหาสินค้า บริการ ได้จากทุกพื้นที่ทั่วโลก อยู่ภาคใต้ก็สามารถหารถที่ถูกใจโปรโมชั่นดีซึ่งอยู่ในภาคเหนือได้เพียงปลายนิ้วคลิก ดังนั้น การสร้างตัวตน สร้างแบรนด์ ให้ลูกค้าสามารถเห็นเราได้ในโลกออนไลน์จึงเป็นสิ่งสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม เว็บไซต์ ยูทูบ เครื่องมือเสิร์ชเอนจินต่างๆ รวมทั้งการบอกต่อผ่านอินฟลูเอนเซอร์ และผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นอีกกระบอกเสียงสำคัญที่จะช่วยป่าวประกาศแบรนด์ของเราได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เว็บไซต์ถือเป็นบ้านอันมั่นคงของแบรนด์ เพราะหากวันหนึ่งเฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ ต้องปิดตัวลง อย่างน้อยก็ยังจะเหลือหน้าบ้านไว้คอยบอกกับลูกค้าว่าเราคือใคร เว็บไซต์ที่ดีต้อง...

- เว็บไซต์ก็เหมือนหน้าบ้านที่หากเป็นระเบียบเรียบร้อยสะอาดตา ก็จะมีแต่คนอยากเข้ามา เว็บไซต์นั้นหากมีการจัดระเบียบเนื้อหาให้อ่านง่าย แบ่งหมวดหมู่ชัดเจน คลิกหาอะไรก็เจอ ก็จะมีแต่คนอยากคลิกเข้ามา
- คลิกเข้าไปได้ในเวลาอันรวดเร็ว เพราะผู้บริโภครุ่นใหม่มีความฉับไว ไม่ชอบการรอนาน
- อัพเดตข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอเพื่อตอกย้ำความมั่นคงของแบรนด์ สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า และย้ำว่าแบรนด์นี้มีตัวตนจริง
- สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุด ซึ่งนั่นแปลว่าเราต้องมีข้อมูลพื้นฐานอยู่บ้างว่ากลุ่มลูกค้าหลักของเราคือใคร

Did you know?

ในการซื้อรถ 1 คัน ผู้บริโภค 1 คน ใช้เวลาหาข้อมูลนานถึง 6 เดือน และจะค้นหาข้อมูลมากที่สุดราว 2-3 เดือน ก่อนจะซื้อจริง

สร้างการรับรู้เหนือ ZMOT

ทราบหรือไม่ว่าก่อนที่ลูกค้าหนึ่งคนจะเดินเข้ามาซื้อรถที่โชว์รูม หรือซื้อของในห้างสรรพสินค้าก็ตาม พวกเขาได้ทำการค้นหาข้อมูลของสินค้านั้นๆ จากแหล่งข้อมูลในโลกดิจิทัลมากถึง 18.2 แห่ง และ 34% ของลูกค้าเหล่านั้นใช้ข้อมูลที่เข้าไปค้นหาในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งนั่นแปลว่า ZMOT หรือ Zero Moment of Truth ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ หรือไม่ซื้อ โดยที่อาจจะยังไม่ต้องเดินเข้ามาที่โชว์รูมหรือเห็นสินค้าจริงเลยด้วยซ้ำ เพราะ ZMOT หมายถึงประสบการณ์ของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นก่อนจะได้เจอสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการเข้าเว็บไซต์ อ่านรีวิว เปรียบเทียบราคา ดูยูทูบ เข้าไปหาข้อมูลในเสิร์ชเอนจินต่างๆ ดังนั้นวิธีเดียวที่จะเอาชนะใจลูกค้าได้ก็คือ ผลักดันผลิตภัณฑ์หรือชื่อของโชว์รูมของเราให้ไปปรากฏในสายตาลูกค้าให้ได้ ให้เราเป็นมากกว่า 1 ใน 18.2 แหล่งข้อมูลที่ลูกค้าคลิก ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าตกหลุมรักเราตั้งแต่ยังไม่พบ

ข้อมูลไม่ต้องรอเวลา

ด้วยความเร็วของโลกดิจิทัลที่อยู่กับผู้บริโภคตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ไม่ต้องรอเวลา ไม่ต้องรอช่วงคั่นโฆษณา ไม่ต้องรอให้มีการส่งใบปลิวลดราคามาที่หน้าบ้าน อยากซื้อตอนไหนคลิก อยากรู้ตอนไหนคลิก อยากเปรียบเทียบราคาตอนไหนก็คลิก ลูกค้าสามารถค้นหาทุกอย่างบนโลกใบนี้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นการอัพเดตข้อมูลของแต่ละแบรนด์ แต่ละโชว์รูมให้ทันสมัยอิงกระแส ทันเหตุการณ์มากที่สุดจึงเป็นสิ่งจำเป็น

ท็อปคอมเมนต์มีผลกว่าการโฆษณา

แม้เราจะอัดโฆษณาโชว์รูมของเราไว้โดดเด่นเป็นที่พูดถึงอย่างไร แต่เมื่อมีท็อปคอมเมนต์ หรือคำวิจารณ์ กระแสในโลกโซเชียลก็จะเอนเอียงไปกับคอมเมนต์แทบจะทันที เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มั่นใจว่าคำวิจารณ์เหล่านั้นมาจากประสบการณ์จริง แม้ว่าเราจะโฆษณาว่าเราบริการดีแค่ไหน แต่หากมีผู้บริโภคได้รับการบริการที่ไม่ตรงใจเพียงไม่กี่คน ก็สามารถสร้างกระแสด้านลบให้แบรนด์ได้แล้ว ดังนั้น การปรับตัวเข้าสู่ระบบตลาดออนไลน์จึงไม่ใช่เพียงฝ่ายขายหรือการตลาด ทว่ายังหมายถึงการปรับทุกแผนกในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นระบบบริการหลังการขาย สต็อกอะไหล่ การอนุมัติสินเชื่อ ระบบการเงิน แผนกต้อนรับ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันนั่นก็คือ การเข้าไปนั่งในใจผู้บริโภค

เล่นกับข้อมูลลูกค้าให้ครบทุกด้าน

ฐานข้อมูลลูกค้าเปรียบได้กับกล่องดวงใจของตลาดยุคดิจิทัล เพราะหากเราไม่มีข้อมูลลูกค้าเราก็จะไม่สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด เราจะไม่รู้เลยว่ากลุ่มที่คลิกเข้ามาหาเรามากที่สุดมีไลฟ์สไตล์อย่างไร หรือคนกลุ่มที่ยังไม่เคยคลิกมาหาเราเลยมีความชอบ หรือไม่ชอบอะไร ซึ่งเมื่อเรามีฐานข้อมูลเหล่านี้อยู่ในมือ ก็ไม่ยากที่เราจะยิงโปรโมชั่นออกแคมเปญการตลาด สร้างเนื้อหาที่สื่อสารไปยังลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเฉพาะเจาะจง ไม่แน่ว่าหากเรานำข้อมูลของคนที่ยังไม่เคยเดินเข้าโชว์รูมของเรามาปรับใช้ก็อาจจะทำให้เราได้ลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มเติมก็เป็นได้ เช่น หากรู้ว่าสาวๆ กับเรื่องรถเป็นสิ่งที่ไม่ค่อยถูกกัน ดึงสาวๆ กลุ่มนั้นให้เข้ามายังโชว์รูมผ่านโปรโมชั่น Lady's Day สาวๆ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องฟรี พ่วงด้วยอบรมเรื่องควรรู้เกี่ยวกับรถสนุกๆ ให้ฟรี เป็นต้น

ถ่ายแบบนี้สิดีแน่

เหนือไปกว่าเนื้อหาและโปรโมชั่น การใช้ภาพที่ดึงดูดใจเป็นสิ่งที่จำเป็นมากถึงมากที่สุดในโลกออนไลน์ เพราะนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคสะดุดตาจนคลิกเข้ามาหาเราแล้ว ภาพที่สร้างสรรค์ ใส่ความแปลกใหม่ยังสามารถสร้างการจดจำแบรนด์นั้นๆ ได้อย่างแม่นยำ แถมยังสร้างกระแสให้คนพูดถึงโดยไม่ต้องจ้างเหล่าอินฟลูเอนเซอร์ เช่น ภาพการส่งมอบรถจากเดิมที่เป็นภาพลูกค้ายืนเรียงหน้ากระดานรับมอบกุญแจ ช่อดอกไม้ ก็อาจจะเปลี่ยนมาเป็นคอนเซ็ปต์ภาพรางวัลแห่งชีวิต เป็นภาพความดีใจของลูกค้าในอากัปกิริยาต่างๆ เพื่อที่จะสื่อสารว่ารถคันนี้เป็นความภาคภูมิใจ

ถอดรหัสตลาดออนไลน์ กับ "สมาร์ทดีลเลอร์"

เข้าห้องเรียนทฤษฎีการตลาดยุคใหม่ไปพอเรียกน้ำย่อยกันแล้ว คราวนี้ก็ถึงเวลาลงมือปฏิบัติจริงผ่านประสบการณ์จริงของเหล่าสมาร์ทดีลเลอร์ที่นำเทรนด์ตลาดออนไลน์มาปรับใช้กับกลยุทธ์การขายเพื่อตอบรับกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนไป

คุณอริน อัคคพงษ์กุล

บริษัท เจริญไทยมอเตอร์เซลส์ จำกัด (กลุ่มโตโยต้าเจริญไทย)

"กลุ่มโตโยต้าเจริญไทยไม่ละเลยช่องทางออนไลน์โดยเริ่มต้นจากการสร้างเว็บไซต์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ และอินสตาแกรมให้เป็นช่องทางสนับสนุนการขาย เพราะสังเกตเห็นพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ว่า ก่อนจะเข้ามาที่โชว์รูมเขามักจะเช็กข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมาแล้วในระดับหนึ่ง ดังนั้น เราจึงสร้างช่องทางออนไลน์เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลโดยเฉพาะเว็บไซต์ ลูกค้าของเราสามารถเข้าไปดูข้อมูลต่างๆ ได้ตั้งแต่รายละเอียดสินค้า โลเคชั่นของโชว์รูม ไปจนถึงตรวจเช็กว่าพนักงานที่ให้ข้อมูลกับเขาเป็นพนักงานของเราจริงหรือไม่ ผมมองว่าตลาดออนไลน์เป็นช่องทางการตลาดที่ไม่มีขอบเขต การได้ร่วมฟังสัมมนาเรื่องการตลาดออนไลน์สไตล์สมาร์ทดีลเลอร์ครั้งนี้นับว่าทำให้เราได้เห็นภาพรวมและทิศทางของตลาดออนไลน์ชัดเจนขึ้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นในวันข้างหน้าเมื่อถึงเวลาที่จะต้องทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์อย่างจริงจัง เราคงต้องศึกษาข้อมูลในเชิงลึกให้มากขึ้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งหากถามว่าในอนาคตกลุ่มโตโยต้าเจริญไทยจะหันมาจริงจังกับตลาดออนไลน์มากกว่านี้ไหม แน่นอนครับว่าต้องทำ"

คุณธนวิทย์ พิทักษ์สิทธิ์ | คุณภัทราพร พิทักษ์สิทธิ์

กลุ่มบริษัท อีซูซุอิ้งง่วนไต๋

"ด้วยปีนี้จะเข้าสู่ปีที่ 60 ของกลุ่มบริษัท อีซูซุอิ้งง่วนไต๋ ซึ่งเป็นปีที่เราประกาศนโยบาย Digital Transformation ปีนี้เลยถือเป็นก้าวย่างที่สำคัญของเราในการบุกการตลาดดิจิทัลอย่างเต็มตัว ซึ่งไม่ใช่ปรับแค่ฝ่ายงานขาย แต่ต้องปรับทั้งองค์กร ทั้งหน้าบ้าน หลังบ้าน เพื่อให้รองรับระบบใหม่ ความจริงบริษัทเราเริ่มทำออนไลน์ตั้งแต่เมื่อประมาณ 5 ปีก่อน แต่ตอนนั้นใช้ช่องทางดิจิทัลเพื่อสร้างแบรนด์มากกว่าบุกงานขาย มุ่งทำคอนเทนต์มาร์เก็ตติ้ง จากนั้นก็เริ่มสร้างคอมมิวนิตี้กลุ่มผู้ใช้แบรนด์อีซูซุ ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากคือ การทำช่องยูทูบ รายการ UNT บอกต่อ เป็นรายการที่ให้ข้อมูลเรื่องการใช้งานรถยนต์อีซูซุ สำหรับในปีนี้ถึงเวลาที่จะบุกงานขายในตลาดดิจิทัลอย่างจริงจัง ทั้งเฟซบุ๊กของสาขาต่างๆ และ Line@ เรามีทีมงานด้านดิจิทัลโดยเฉพาะเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกส่งออกไปเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และจากการบุกตลาดอย่างจริงจังก็ทำให้เราสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ให้เข้าถึงเราได้มากขึ้น ในขณะที่จุดคุ้มทุนต่ำกว่าการทำตลาดในแบบเก่าอย่างเดียว ที่สำคัญคือเราเลือกข้อความที่จะสื่อสารให้ตรงกลุ่มเหมือนอย่างที่บนเวทีสัมมนาได้ให้แนวทางไว้"

คุณณรงค์ ตั้งทรงเจริญ | บริษัท กัลปพฤกษ์ ฮอนด้าออโตโมบิล จำกัด

"ด้วยเนื้อหาของงานสัมมนา "การตลาดออนไลน์สไตล์สมาร์ทดีลเลอร์" ในงาน A Decade of Krungsri Auto Magazine ผมว่าน่าสนใจอยู่แล้วและเป็นเรื่องที่ดีลเลอร์ควรจะได้รู้ เพื่อจะได้ประกอบการตัดสินใจได้ว่าแนวโน้มตลาดในอนาคตควรจะต้องเดินไปทางไหน ดีลเลอร์ต้องปรับตัวอย่างไร สำหรับกัลปพฤกษ์ ฮอนด้าออโตโมบิล เมื่อก่อนการตลาดออนไลน์เป็นเรื่องของแผนกเซลส์ แต่ตอนนี้ต้องกลับมาดูทิศทางที่ชัดเจนกันใหม่เพราะอย่างที่รู้ว่าโลกออนไลน์มันไปไว ถ้ามีอะไรเกิดขึ้นจะกระจายได้ทันที ซึ่งหลังจากจบสัมมนาผมก็กลับมาโฟกัสเรื่องเว็บไซต์ใหม่ เพราะเว็บไซต์คือบ้าน เฟซบุ๊กเป็นเพียงช่องทาง ซึ่งในเบื้องต้นทางเราก็คงยังไม่ใส่อะไรหรือหวา เน้นการสร้างแบรนด์ สร้างความน่าเชื่อถือ ให้ความรู้ โปรโมชั่น ข่าวสารก่อน เมื่อฐานเราแน่นพอก็ค่อยขยับบุกตลาดด้านนี้ต่อไป เพราะอย่างไรดิจิทัลก็มาแน่"

คุณธรรมรัตน์ โพธิ์ใบกุล | บริษัท ออโต้แกลเลอรี่ กรุ๊ป จำกัด

"ทุกแบรนด์ของออโต้แกลเลอรี่ กรุ๊ป เน้นช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะ Mazda ที่มีฐานลูกค้าเป็นกลุ่มวัยรุ่นซึ่งมักจะค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต โดยเราทำทั้งเว็บไซต์ อินสตาแกรม Google AdWords และที่เน้นเป็นพิเศษคือเฟซบุ๊กแฟนเพจที่จะปรับเปลี่ยนไปตามอัลกอริทึมของเฟซบุ๊ก อย่างช่วงนี้เฟซบุ๊กให้ความสำคัญกับวิดีโอ เราก็มีคลิปวิดีโอการทดลองขับและแนะนำสมรรถนะของรถออกมาให้ชมกันบ่อยขึ้น นอกจากนี้ยังสร้างกิจกรรมเพื่อให้เกิดการตอบสนองของกลุ่มแฟนเพจ เรียกได้ว่าเป็นการตลาดออนไลน์เต็มรูปแบบ แต่จริงๆ แล้วเราทำการตลาดออนไลน์มาได้ประมาณ 3-4 ปี ปัจจุบันเราสร้างทีมมาร์เก็ตติ้งออนไลน์ขึ้นมาโดยเฉพาะ ออนไลน์เป็นช่องทางที่ช่วยเรื่องการตลาดได้ดีมาก เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าแต่มีประสิทธิภาพมากกว่า ในจำนวนเงินลงทุนที่ใช้ไปเท่ากัน หากการตลาดแบบออฟไลน์ได้ผลในเรื่องของฟีดแบ็กและยอดจอง 100% การตลาดออนไลน์จะได้ผล 250% การได้ฟังสัมมนายิ่งทำให้ผมมองเห็นทิศทางของการตลาดออนไลน์มากขึ้น ดีลเลอร์ต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวรับกับการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์ให้ได้โดยเร็วที่สุด"

คุณเกียรติ ตั้งตรงศักดิ์
บริษัท พระราม 3 กรุ๊ป ฮอนด้า ออโตโมบิล จำกัด

"อย่างที่ทราบกันดีว่าประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 เรื่องของอินเทอร์เน็ตและโลกออนไลน์จึงมีความสำคัญมากที่ เห็นได้ชัดคือเทรนด์ของโลกและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทุกคนใช้สมาร์ทโฟนและมีสังคมออนไลน์ ดังนั้น ดีลเลอร์รายไหนที่มองเห็นตรงนี้และเริ่มเข้าสู่การตลาดออนไลน์ก่อนก็จะมีความสำคัญและเป็นที่รู้จัก สำหรับฮอนด้าพระราม 3 เราให้ความสำคัญต่อการทำการตลาดออนไลน์ค่อนข้างมาก ยอดขาย ณ ปัจจุบันมาจากออนไลน์ประมาณ 10-15% จากที่เมื่อก่อนลูกค้าส่วนใหญ่จะเดินเข้ามาที่โชว์รูม แต่ทุกวันนี้มีลูกค้ากลุ่มหนึ่งที่เข้ามาหาเราผ่านช่องทางออนไลน์ ฉะนั้นเราจึงให้ความสำคัญต่อการทำการตลาดออนไลน์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ SEO, SEM, Line@ และยูทูบ ทั้งนี้เคยมีสถิติจากทางกูเกิลว่า 70% ของคนที่อยากซื้อรถจะค้นหาข้อมูลเรื่องรถทางอินเทอร์เน็ตก่อนตัดสินใจ ฉะนั้นไม่แน่ว่าในอนาคตลูกค้าอาจจะไม่เดินเข้าโชว์รูมแล้ว แต่เลือกซื้อรถทางออนไลน์เลยก็เป็นได้ งานสัมมนาเรื่องการตลาดออนไลน์ครั้งนี้ก็ได้ตอกย้ำว่าเราเดินมาถูกทางแล้ว"

คุณชัชวาล เวศย์วรุตม์ | บริษัท อีซูซุ ตั้งเซียฮวดนครปฐม จำกัด

"ตลาดรถยนต์ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ตลาดออนไลน์ก็เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจ จากแต่ก่อนที่ลูกค้าจะซื้อรถต้องเดินมาที่ศูนย์บริการ กลายเป็นว่าเวลาลูกค้าจะซื้อรถต้องเข้าอินเทอร์เน็ต เสิร์ชหาข้อมูลของรุ่นรถต่างๆ หลายคนมีรุ่นรถในใจมาแล้วตั้งแต่ยังไม่ได้เดินมาหาเรา ดังนั้น การนำตัวเราเข้าไปอยู่ในโลกโซเชียลให้ได้เป็นอันดับต้นๆ ก็สำคัญ การนำฐานข้อมูลลูกค้าเก่าที่เรามีมาวิเคราะห์ร่วมกับเทรนด์ตลาดออนไลน์ก็ยิ่งสำคัญไม่น้อยกว่า รวมทั้งความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งการได้มาฟังสัมมนาทำให้เราชัดเจนขึ้นว่าเราควรจะเดินไปทางไหนต่อ ที่คิดว่าสิ่งที่ได้และจะต้องนำไปใช้ทันทีหลังจากสัมมนาจบก็คือเรื่องการสร้างแบรนด์ เพราะนี่คือหัวใจที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า เมื่อก่อนเราใช้ออนไลน์ไปในส่วนงานขายอย่างเดียว โดยลืมไปว่าการสร้างตัวตน สร้างเอกลักษณ์ สร้างแบรนด์ให้เข้มแข็งเป็นการขายที่ยั่งยืนกว่า โดยเฉพาะการสร้างเว็บไซต์เพื่อสร้างความเชื่อมั่น หากวันหนึ่งไม่มีเฟซบุ๊กแต่หน้าบ้านที่เป็นเว็บไซต์ก็จะยังอยู่ และที่จะต้องทำต่อเนื่องคือการใช้โลกออนไลน์สร้างชุมชนของผู้ใช้ในพื้นที่ให้เกิดขึ้น ซึ่งข้อนี้ก็เป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์อย่างมากที่ได้จากการสัมมนา"

คุณอภิรักษ์ วัฒนเสนีธรรม | คุณกฤตนัย วัฒนเสนีธรรม
บริษัท เตชะจรัสฮอนด้า ออโตโมบิล จำกัด

"ทุกวันนี้พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไปจากที่เคยเดินเข้ามาโชว์รูมสอบถามที่ปรึกษาการขาย กลายเป็นว่าเริ่มหาข้อมูลผ่านเสิร์ชเอนจินต่างๆ เราจึงต้องตามลูกค้าให้ทัน ต้องเห็นว่าลูกค้าเข้าไปอยู่ที่ไหนแล้วก็ตามเข้าไปอยู่ตรงนั้น ตอนนี้เตชะจรัสฮอนด้ามีเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เปิดมาได้ 4-5 ปีแล้ว ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่าช่วยเพิ่มยอดขายได้จริงๆ เราจึงค่อยๆ เพิ่มความสำคัญให้กับการทำการตลาดออนไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ เช่นจากเมื่อก่อนลูกค้าจะไม่ค่อยติดต่อไปซื้อรถข้ามเขต แต่ปัจจุบันไม่ใช่แบบนั้นแล้ว แม้แต่ลูกค้าต่างจังหวัดอย่างปัตตานีก็มีเข้ามาในกรุงเทพฯ เห็นได้เลยว่าออนไลน์ทำให้เราออกไปนอกกรอบได้มากขึ้น ยิ่งได้มาฟังสัมมนายิ่งทำให้ผมได้เห็นความสำคัญของการตลาดออนไลน์มากขึ้น ได้รู้ว่าตอนนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง เฟซบุ๊กแฟนเพจยังโอเคหรือเปล่า ลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นอาจจะหันไปใช้อินสตาแกรม ทวิตเตอร์มากขึ้น แต่ในแง่ของการสร้างยอดขายแฟนเพจอาจจะยังเป็นอันดับหนึ่งอยู่ ดังนั้น ผมจึงยังให้ความสำคัญกับแฟนเพจเป็นอันดับแรกเช่นเดิม แต่ก็เริ่มมองช่องทางอื่นไว้ด้วย เพราะไม่อย่างนั้นเราคงจะตามโลกและตามคู่แข่งไม่ทัน"

คุณนภดล สุพละเศรษฐ์ | กลุ่ม วี.พี.ออโต้

"สำหรับงานครบ 10 ปีนิตยสารกรุงศรี ออโต้ ในครั้งนี้จัดขึ้นอย่างน่าประทับใจมาก ประทับใจตั้งแต่จอดรถ ลงมาสถานที่ ไปถึงงานคอนเสิร์ตเลย ในส่วนของเนื้อหาการสัมมนาเรื่องตลาดออนไลน์นั้นผมว่าเป็นประโยชน์ต่อดีลเลอร์มาก ทำให้เราได้รู้ความเคลื่อนไหวของตลาดซึ่งไม่ใช่แต่ในเมืองไทย ทว่ายังมองเห็นภาพของตลาดรถยนต์ในต่างประเทศว่าเขาปรับตัวตามโลกโซเชียลและพฤติกรรมผู้บริโภคไปอย่างไรบ้าง เพื่อที่ดีลเลอร์จะได้ปรับตัวตามได้ทัน สำหรับกลุ่ม วี.พี.ออโต้ เองเราเริ่มทำตลาดออนไลน์มาได้ประมาณ 2-3 ปี ซึ่งก็ได้ผลตอบรับดีมาก เราบุกทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ แต่ก็ยังทิ้งออฟไลน์ไปไม่ได้ เพราะโรบอต คอมพิวเตอร์ ก็ไม่ได้ตอบโจทย์ลูกค้าได้ทั้งหมด ลูกค้าก็ยังต้องการความเอาใจใส่ ดูแลจากเราอย่างใกล้ชิด ดังนั้น ในการทำโซเชียลมีเดียจึงจำเป็นที่ต้องตอบรับความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ต้องยอมรับว่าโลกออนไลน์โซเชียลมีเดียสามารถยกระดับความน่าเชื่อถือของแบรนด์ได้มาก และในครึ่งปีหลังเราก็ต้องใส่เกียร์เดินหน้าตลาดออนไลน์อย่างเต็มที่"

คุณสรคม ภาณุประภา | กลุ่มอีซูซุเมโทร

"ทางกลุ่มอีซูซุเมโทรทำทั้งเว็บไซต์และเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยเฟซบุ๊กเริ่มในปี 2011 แต่ตอนนั้นยังไม่ได้มุ่งเน้นไปที่งานขาย เป็นการนำสิ่งที่เราทำในรูปแบบออฟไลน์มาใส่ไว้ในโลกออนไลน์ ส่วนในเรื่องงานขายเราได้กระตุ้นอย่างเป็นทางการในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ซึ่งเราได้มีการปรับคอนเทนต์ ใส่สิ่งที่ลูกค้าสนใจ ทำให้ลูกค้าเห็นว่าออกรถกับอีซูซุง่ายไม่ได้มีขั้นตอนยุ่งยาก ให้เห็นว่าเราใกล้ชิดกับลูกค้า ที่สำคัญทีมงานต้องมีความรวดเร็วในการโต้ตอบกับลูกค้า เป็นการสื่อสารสองทาง ไม่ใช่ใช้ออนไลน์แต่ยังสื่อสารทางเดียวเหมือนที่ผ่านมา ในโลกออนไลน์จะช้าไม่ได้ ช้าเพียงวินาทีลูกค้าอาจจะไม่รอเราก็ได้ เพราะเขาสามารถเข้าไปดูข้อมูลรถ เปรียบเทียบโปรโมชั่นได้จากทุกดีลเลอร์ ทุกโชว์รูม หลังจากที่ไปอบรมสมาร์ทดีลเลอร์กับกรุงศรี ออโต้ ก็ยิ่งตอกย้ำความเชื่อของผมที่ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปแล้ว ปัจจุบันเมื่อโลกออนไลน์อยู่ในมือ ลูกค้าจะหาข้อมูลเกี่ยวกับรถสักคันที่ไหน เมื่อไรก็ได้ โจทย์จึงไม่ใช่แค่เรื่องการต่อรองราคา แต่เรายังต้องปรับตัวตั้งแต่สร้างคาแรคเตอร์ให้แบรนด์ สร้างความน่าเชื่อถือ ส่งเนื้อหาข้อมูลทุกอย่างไปให้ลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งนี่คืองานหนักที่ทางอีซูซุเมโทรกำลังเร่งปรับตัวอยู่ตอนนี้"

"วิชิต ทวียนตการ"

จากประสบการณ์สู่ตัวจริงเรื่องรถมือสอง

แม้จะออกตัวว่าเป็นมือใหม่ที่เข้ามาบุกเบิกตลาดรถยนต์มือสองด้วยตัวเอง แต่ด้วยประสบการณ์ชีวิตตั้งแต่วัยเยาว์ที่คลุกคลีอยู่กับร้านซ่อมรถ นั่นจึงทำให้ **"คุณวิชิต บุญธีระเลิศ"** ได้สั่งสมประสบการณ์ด้านยานยนต์จนกลายเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างอาณาจักรรถมือสองแห่งเมืองกระบี่ในชื่อ **"วิชิต ทวียนตการ"** ซึ่งเปิดดำเนินการขายรถยนต์มือสองคุณภาพเยี่ยมมากว่า 24 ปี

"เรื่องความรักรถ รักเครื่องยนต์ ผมมีมาตั้งแต่เด็กๆ เพราะพ่อทำอู่รถยนต์ ส่วนแม่ทำร้านจำหน่ายยางรถยนต์ ซ่อมช่วงล่าง ตั้งศูนย์ และซ่อมเครื่องยนต์ ผมก็เลยคุ้นเคยกับรถมาตั้งแต่เด็ก จำได้ว่าตอน 5-6 ขวบ ก็เริ่มทำงาน ทำทั้งก่อนและหลังไปโรงเรียน ทำมาเรื่อยๆ เก็บประสบการณ์เรื่อยๆ ทีนี้พออายุประมาณ 20 ปี ก็เริ่มคิดว่า เราอยากจะมีกิจการเป็นของตัวเอง ก็เลยลองดูเรื่องรถมือสอง ซึ่งตอนนั้นยังไม่เป็นที่นิยม ในกระบี่มีอยู่ไม่เกิน 3-4 เต็นท์ ส่วนผมก็เริ่มจากการไปหารถมือสองดีๆ มาสักคัน ดูแลอย่างดีก่อนจะนำไปจอดขายด้านหน้าร้านของแม่ เริ่มจากรถหนึ่งคัน ซื้อมา ซ่อมบำรุง ขายไป แล้วก็ขยายมาเรื่อยๆ จนด้านหน้าร้านของแม่คับแคบ ผมจึงขอออกมาเปิดกิจการของตัวเองอย่างเต็มตัว นั่นก็คือเต็นท์รถมือสอง วิชิต ทวียนตการ"

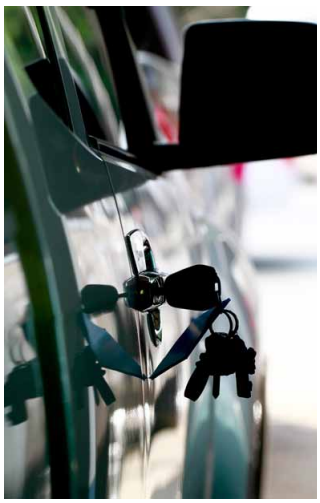
แม้จะสะสมความรู้เรื่องเครื่องยนต์และรถยนต์มาตั้งแต่วัยเยาว์ ทว่าเมื่อครั้งที่เริ่มกิจการ คุณแม่ของคุณวิชิตก็ไม่ได้สนับสนุนเต็มร้อย เพราะเห็นว่าเต็นท์รถยนต์มือสองเป็นธุรกิจใหม่ที่ครอบครัวไม่คุ้นเคย และไม่มีประสบการณ์มากเท่าการทำร้านซ่อมรถ แต่ด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจของคุณวิชิตที่ต้องการเปลี่ยนสิ่งที่ชอบคือ รถยนต์ ให้กลายเป็นอาชีพที่ตัวเองรัก คุณวิชิตจึงใส่เกียร์เดินหน้าเต็มสูบ ลุยไปบนถนนสายรถยนต์มือสองอย่างเต็มตัว ตระเวนหารถมือสองสภาพดี ที่ไม่เคยผ่านอุบัติเหตุมาก่อน และเมื่อเน้นย้ำการนำรถคุณภาพดีที่สุดมาขาย การขยายฐานลูกค้าด้วยการบอกต่อจึงเกิดขึ้น

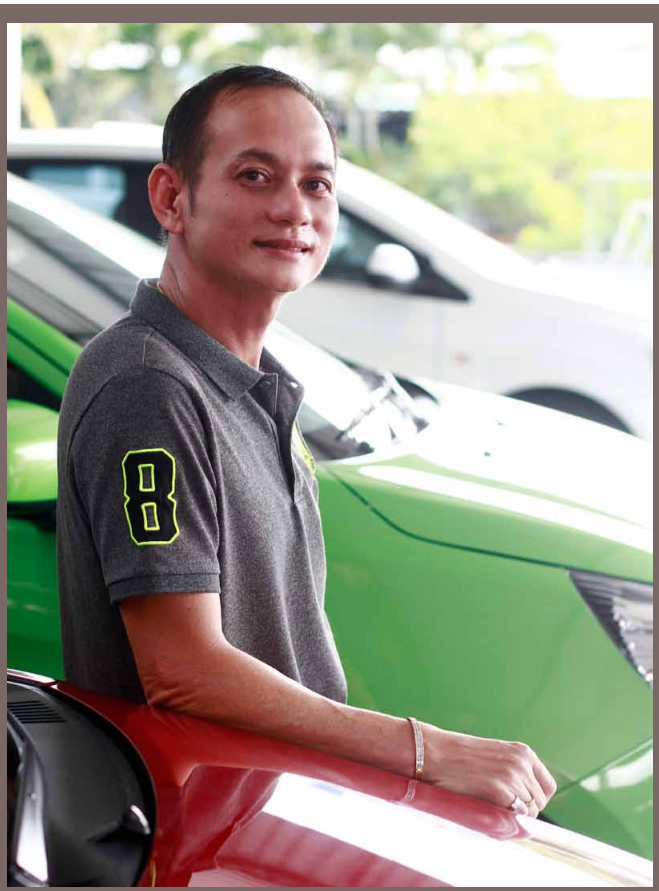
"ความโชคดีของเต็นท์เราคือการที่มีกลุ่มลูกค้าแบบบอกต่อเยอะมาก ปัจจุบันแม้เราจะเพิ่งเริ่มต้นทำการขายในโซเชียล แต่กลายเป็นว่ากลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการยังคงเป็นกลุ่มลูกค้าแบบบอกต่อในหมู่ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง เขาบอกว่าเชื่อมั่นที่เราหารถดีๆ ให้เขา สำหรับผม ผมจะไม่เอารถที่เกิดอุบัติเหตุ มีอุบัติเหตุหนักมาขาย เมื่อซื้อรถยนต์มือสองมาหนึ่งคัน สิ่งแรกที่ต้องทำคือตรวจเช็กสภาพ ดูช่วงล่าง เปลี่ยนทุกอย่างที่ไม่ดี เรามีทีมช่างของเราเองของคอยซัพพอร์ตอยู่ตลอดคือร้านของแม่ นั่นจึงทำให้เราสามารถดูแลรถทุกคันได้เต็มที่ การันตีได้ว่าคัดสรรเฉพาะรถมีคุณภาพจริงๆ"

และอย่างที่บอกว่าคุณวิชิตไม่เคยมีประสบการณ์ในการขายรถยนต์มือสองมาก่อน ทว่าเหตุผลที่คุณวิชิตกล้าที่จะลองก็คือใช้การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง

"คติในการทำงานอย่างหนึ่งของผมก็คือ ไม่ต้องกลัวกับการเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ หรือกลัวว่าจะทำไม่ได้ ประสบการณ์จะสอนเราเอง คนเราต้องมีการเรียนรู้จากสิ่งที่ผิดพลาดไป ประสบการณ์จะบอกเราเองว่าเราจะต้องจัดการกับสิ่งผิดพลาดนั้นๆ อย่างไร"

มากกว่าการเรียนรู้จากประสบการณ์ คุณวิชิตก็ยังไม่ลืม





Life Unlocked

เห็นคุณวิชิตอยู่เต็นท์บริการลูกค้าเองตลอด 7 วันอย่างนี้ ก็เลยอดไม่ได้ที่จะถามถึงช่วงเวลาพักผ่อน ว่าเป็นเจ้าของกิจการที่ลูกค้าเข้าตลอดอย่างนี้ ได้พักร้อนบ้างหรือเปล่า คุณวิชิตรีบตอบทันทีเลยว่า

"จะได้หยุดงานก็ตอนที่กรุงศรี ออโต้ เขาชวนไปเที่ยวนี่แหละ"

แต่คุณวิชิตไม่ได้เที่ยวเปล่า เพราะคุณวิชิตย้ำชัดเจนว่าที่ตัดสินใจลางาน จัดกระเป๋าออกเดินทางกับกรุงศรี ออโต้ ก็เพราะในแต่ละทริปที่ไปจะได้เจอเจ้าของกิจการเต็นท์รถมือสองจากหลากหลายที่ และคุณวิชิตเองก็ไม่รีรอที่จะเข้าไปขอคำแนะนำดีๆ เทคนิคการขาย กลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ จากรุ่นพี่ รุ่นน้องในวงการ ซึ่งแน่นอนว่าหลังจากจบทริปกลับมาทำงาน ก็จะมีไอเดียใหม่ๆ กลับมาต่อยอดอยู่เสมอ

ที่จะนำแนวทางการทำงานของผู้เป็นแม่มาเป็นต้นแบบ โดยเฉพาะเรื่องการเรียนรู้งานทุกอย่าง ทำทุกอย่างให้เป็นโดยไม่เกี่ยงงาน

"แม่จะบอกเสมอว่าการยืมจมูกคนอื่นหายใจอยู่ตลอดมันเหนื่อย เราต้องหัดหายใจเอง ในความหมายของแม่ก็คือทำทุกอย่างให้เป็น ถ้าเราทำไม่เป็น เราจะรู้ไหมว่าอะไรถูก ไม่ถูก จะต้องแก้อย่างไร ลูกน้องออกไปดูรถ แบบนี้ดีไหม แบบไหนไม่ดีเราจะไม่รู้ ซ่อมรถแบบนี้ถูกไหม แบบนี้ใช่ไหม เราเองต้องทำให้เป็นก่อน จึงจะไปสอนคนอื่นต่อได้"

อีกแนวทางการทำงานสไตล์คุณวิชิตที่จะขาดไม่ได้ก็คือความจริงใจที่มอบให้แก่ลูกค้า ซึ่งในกลุ่มรถยนต์มือสองนั้นความไม่จริงใจเป็นสิ่งที่ลูกค้ากลัวที่สุด และเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ลูกค้าหันหลังให้รถยนต์มือสอง ดังนั้น คุณวิชิตจึงขอพิสูจน์ความจริงใจต่อลูกค้าด้วยการมอบความซื่อสัตย์ในการทำงานให้ลูกค้าเสมอมา

"เมื่อก่อน เวลาคนคิดถึงรถมือสองเขาจะคิดถึงเรื่องการย้อมแมว ซึ่งทางเราเองก็อยากจะปรับมุมมองเหล่านี้ แต่การไปบอกอย่างเดียวไม่พอ เราก็เลยต้องทำ นั่นก็คือ การคัดสรรรถคันที่ดีที่สุดให้ลูกค้าเท่านั้น และเมื่อรถเราดี ลูกค้าก็จะบอกต่อและกลับมาหาเราเอง ซึ่งนี่คือหลักการทำงานของเรา"

วิชิต ทวียนตการ
115/1 ถนนศรีตรัง ตำบลกระบี่ใหญ่
อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000
โทร. 081-894-2353

เปลี่ยนโชคร้ายเป็นโชคดี

หลักสูตร "เฮียหวัง" แห่ง "ตลาดนัดมอเตอร์ไซด์"

"เฮียหวัง-คุณนิพนธ์ เจริญโชควาณิช" ชอบพูดให้คนใกล้ชิดรวมถึงลูกน้องฟังเสมอว่า *"ผมเป็นคนโชคดี"* แต่ความโชคดีของเขาไม่ได้มีมาตั้งแต่เกิด ยืนยันได้จากที่เจ้าตัวเล่าว่าต้องออกมาหาเลี้ยงชีพโดยลำพังตั้งแต่อายุ 16 ปี โดยมีค่าจ้างเพียง 240 บาท ซึ่งนั่นคือทั้งหมดที่เฮียต้องแบ่งสันปันส่วนให้พอใช้ทั้งเดือน แต่จากเด็กหนุ่มลูกจ้างในวันนั้น เติบโตมาเป็นเจ้าของกิจการขายรถมอเตอร์ไซค์รายใหญ่อันดับต้นๆ ของกรุงเทพฯ ได้อย่างไรเฮียหวังมีคำตอบ ซึ่งไม่เพียงแต่บอกวิธีสร้างโชคดีอย่างที่เฮียมักกล่าวอยู่เสมอ แต่ยังมอบวิธีเก็บรักษาโชคให้อยู่นานๆ ด้วยสูตรลับแบบฉบับเฮียหวังที่ไม่เหมือนใคร

"พื้นฐานของผมจริงๆ เป็นคนกรุงเทพฯ แต่อายุได้แค่ 14 วัน พ่อแม่ก็พาย้ายมาอยู่ที่อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น พ่อแม่เปิดร้านโชว์ห่วยที่นั่น ช่วยแม่ขายของตั้งแต่เด็ก พอเรียนจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ตอนอายุ 16 ก็เข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ มาอาศัยอยู่กับญาติที่ทำโรงงานเหล็ก ตอนนั้นเพื่อนฝูงบางคนซื้อมอเตอร์ไซค์มือสองมาขาย เราก็ทำตามเขา ซื้อมาทีละคันสองคัน ทำได้สัก 6 เดือน ผมก็ลาออกมาเปิดร้านขายรถมอเตอร์ไซค์ที่ถนนสุทธิสาร ซอยอินทามระ 21"

เฮียหวังเล่าว่าตนอาศัยที่วงการมอเตอร์ไซค์ในสมัยก่อนมีระบบฝากขาย ไม่ต้องลงทุนนำเงินสดไปซื้อรถมาขายเอง พอถึงเวลาเพื่อนฝูงจะให้รถใหม่มาโชว์ที่ร้านพร้อมตั้งราคาให้เสร็จสรรพ หลังจากเฮียขายได้ ส่วนต่างของกำไรได้เท่าไรเพื่อนก็ยกให้เฮียหวังเป็นค่าเหนื่อย แม้ช่วงนั้นจะขายดีแต่เงินทองก็ยังหายาก กว่าจะรวบรวมค่าเช่าบ้านได้ครบก็เป็นอะไรที่เด็กหนุ่มวัยยี่สิบต้องลุ้นทุกเดือน ซึ่งจนถึงเดี๋ยวนี้เขาก็ยังจำภาพความลำบากได้ติดตา แต่กระนั้นเฮียหวังอาศัยความรักความชอบรถมอเตอร์ไซค์ ความใส่ใจลูกค้า การค้าของเฮียหวังจึงดีขึ้นเป็นลำดับ

"ผมเปิดร้านได้ 1 ปี ก็มาทำที่สะพานใหม่ เริ่มเอารถใหม่มาขาย ร้านเดิมยกให้พี่ชาย แต่ก่อนสะพานใหม่มีต้นหางนกยูงปลูกยาวตลอดสาย มันเป็นถนนรอบนอกกรุงเทพฯ ผมมองแล้วว่าตลาดของเราต้องมีความเป็นชนบทก็เลยมาเปิดที่นี่ หลังจากนั้นก็เริ่มเป็นซับดีลเลอร์ให้เจ้าใหญ่ๆ ขายได้สัก 2-3 ปี ก็เริ่มสมัครเป็นดีลเลอร์"

มากไปกว่าความขยัน อดทน และสู้งานที่ทำให้เฮียหวังก้าวมาเป็นนายตัวเองตั้งแต่อายุ 20 ต้นๆ เฮียหวังยังมีอีกเคล็ดลับที่สำคัญ นั่นก็คือการไม่หลงไปกับความสำเร็จ

"ผมไม่เล่นการพนัน ไม่สูบบุหรี่ และเป็นคนประหยัด เพราะตอนเด็กๆ เราเห็นความลำบาก เห็นพ่อแม่ทะเลาะกันจนเราตั้งใจว่าต้องไม่เป็นแบบนั้น นี่เป็นแรงบันดาลใจตั้งแต่แรก หรืออย่างตอนนี้ ผมอายุ 59 ปี เป็นช่วงเข้าสู่วัยทอง คนวัยนี้มักเชื่อตัวเองมากเพราะผ่านอะไรมาเยอะ มีทั้งเงินและอำนาจ คนวัยนี้จึงมักมีกิ๊กหรือเมียน้อย มีแล้วก็ล้มไม่เป็นท่า แต่ผมถามตัวเองว่าถ้าเรามีบ้างแล้วความศรัทธาในตัวเองหายไป เรายอมได้ไหม ที่ผ่านมาเราปกครองลูกน้อง ปกครองลูก เคยสอนเขาไว้แต่เราทำไม่ได้ เราจะยอมไปถึงจุดนั้นไหม"

เฮียหวังเล่าว่าหากแบ่งชีวิตการทำธุรกิจเป็นช่วงๆ จะแบ่งได้ 3 ช่วง ช่วงแรกคือตอนเปลี่ยนจากซับดีลเลอร์มาเป็นดีลเลอร์ ซึ่งเป็นช่วงที่ถือได้ว่าต้องปรับตัวมากที่สุด และเป็นช่วงที่นำหลักการ 5 ข้อของตัวเองมาเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ

*"ในชีวิตผม หลักการดำเนินธุรกิจมีแค่ 5 ข้อนี้เท่านั้น **หนึ่ง** สถานที่ ตอนเป็นซับดีลเลอร์ มีหน้าร้านเล็กๆ ได้ แต่ถ้าเป็นเอเจนต์มันทำเล็กไม่ได้ ต้องหาที่ใหม่ **สอง** เงิน เราต้องไปติดต่อธนาคารเพื่อทำวงเงินค้ำประกัน สร้างความมั่นใจให้ค่ายรถ **สาม** มีความรู้เพื่อวางรากฐานการทำงาน **สี่** ต้องเข้าใจลูกค้า และ **ห้า** ต้องมีคน ต้องสร้างคนให้เพียงพอด้วย"*

หลังจากมาเป็นดีลเลอร์ บริษัทก็เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด กระทั่งถึงประมาณ 14 ปีที่ผ่านมา บริษัทขายรถได้เดือนละ 300 คัน ชีวิตของเฮียหวังก็เริ่มเข้าสู่ช่วงที่สอง คือการเปลี่ยนจากดีลเลอร์ไปเป็นเจ้าของตลาดนัด หรือที่มาของการก่อตั้งบริษัทตลาดนัดมอเตอร์ไซค์ สาขาแรกที่พหลโยธิน 67

"การทำตลาดนัดคือเราเป็นเจ้าของตลาดแล้วให้แต่ละค่ายเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเรา ให้เขามาเลือกว่าจะอยู่มุมไหนตั้งแต่สร้างโชว์รูม ช่วงนี้เป็นช่วงที่ยุ่งยากเพราะต้องเปลี่ยนสถานที่จากเดิมเป็นตึกแถว 4-6 ห้อง ก็ต้องสร้างขึ้นมาใหม่หมด ต้องมีสาธารณูปโภคครบ มีที่จอดรถเพียงพอ มีรถให้เลือกมากๆ มีการอบรมพนักงาน แต่ละคนต้องขายได้ทุกยี่ห้อ"

จนถึงตอนนี้เฮียหวังมีโชว์รูมขายรถที่เป็นโชว์รูมเดี่ยวๆ และโชว์รูมที่เป็นตลาดนัดรวมกันถึง 11 สาขา และสาขาที่ 12 ตรงตลาดพูนทรัพย์ ปทุมธานี กำลังจะสร้างเสร็จ ส่วนสาขาที่ 13 บนเนื้อที่กว่า 5 ไร่ แถวซาฟารีเวิลด์นั้นมีกำหนดสร้างในปีหน้า โดยตั้งเป้าไว้ว่า ภายในปี 2565 จะมี 25 สาขา และมียอดขายรวม 2,500 คัน ซึ่งการตั้งเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ขนาดนี้ แน่นอนว่าเฮียหวังไม่สามารถทำงานคนเดียว

"ปัจจุบันคือช่วงที่สาม นั่นคือการดำเนินชีวิตในฐานะหนึ่งในทีมงาน เพราะธุรกิจเติบโตด้วยเราคนเดียวมันไม่จีรังยั่งยืน ถ้าไม่มีการสืบทอด แต่การพูดให้ลูกๆ เห็นภาพเดียวกับเรานี่ยากนะ... ในความเป็นจริง ผมวางรากฐานให้ลูกๆ ทุกคนรู้จักธุรกิจมอเตอร์ไซค์ตั้งแต่เล็ก ลูกผมเข็นรถเป็นตั้งแต่ 10 ขวบ เวลาบริษัทมีกิจกรรมเขาก็ต้องมาช่วยขาย แต่สองคนหลังเรียนที่อเมริกากับอังกฤษ เขามีแนวคิดไม่เหมือนเรา เช่น ทำไมพ่อแม่ไม่พักผ่อนเยอะๆ ทำไมต้องเปิดโชว์รูมวันอาทิตย์ ลูกกลับมาทำงานใหม่ๆ ทำไปร้องไห้ไป เขาร้องไห้ เราร้องด้วย คุยกันนาน จนกระทั่งตอนนี้เขาเข้าใจแล้ว ตอนนี้ทุกคนทุ่มเทให้กับบริษัท เป็นทีมผู้บริหารของบริษัทตลาดนัดฯ ที่ผมภูมิใจมาก"

เฮียหวังมักบอกลูกๆ ว่า พวกเขาโชคดีที่เกิดเป็นลูกเฮีย เพราะพ่อสร้างอะไรๆ ไว้ให้มากมาย เพราะฉะนั้นขอให้เก็บความโชคดีไว้ด้วยการสานต่องานต่อไป อย่าประมาท อย่าลืมว่า **"คนโชคดีที่เก็บรักษาโชคไม่ได้ ถือว่าเป็นคนโชคดีที่โง่ที่สุด"** และทุกอย่างอยู่ที่ใจ ถ้าใจมีความมุ่งมั่นเต็มร้อยแล้วเรารักษาให้มันเป็นร้อยตลอดเวลา ก็ไม่มีอะไรที่จะมาหยุดยั้งเราได้

Life Unlocked

ความในใจถึงคนรุ่นใหม่

หากจะมาเป็นลูกน้องของเฮียหวัง ต้องผ่านเกณฑ์ 3 ข้อต่อไปนี้ **หนึ่ง** สวัสดีเป็น ทักทายลูกค้าด้วยใจ **สอง** เสิร์ฟน้ำเป็น พร้อมให้บริการเต็มที่ **สาม** เข็นรถเป็น เพราะคุณต้องดูแลรถ ต้องรู้จักสินค้า หลังจากนั้นให้มีหลักการ 4 ข้อประจำใจ นั่นคือ

1. ขยัน
2. อดทน
3. ประหยัด
4. เรียนรู้

อันที่จริงหลักการเหล่านี้ใช้ได้กับทุกอาชีพ เฮียหวังฝากให้กำลังใจคนรุ่นใหม่ว่า

"ขอให้ค้นหาตัวเองให้เจอว่าชอบอะไร จากนั้นให้ตั้งใจและจำหลัก 4 ข้อนี้ไว้ เชื่อว่ายังไงต้องสำเร็จในสักวัน และเมื่อสำเร็จบ้างแล้วก็ขอให้อย่าลืมตัว เพราะชีวิตมีขึ้นมีลง เราต้องเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ให้ได้ ถึงตอนขึ้นให้เผื่อตอนลงไว้บ้าง ถ้าเดินหน้าก็เผื่อถอยไว้ด้วย แล้วเราจะอยู่กับมันได้ตลอดไป"

บริษัท ตลาดนัดมอเตอร์ไซค์ จำกัด
9/2 หมู่ 7 ถนนพหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์
เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220
โทร. 02-552-6551-3

คิดใหม่ สู่ตลาดยุคใหม่

กับ 3 ผู้บริหารรุ่นใหม่แห่ง "กรุงศรี ออโต้"

เมื่อสินเชื่อยานยนต์มีการปรับตัวอย่างรวดเร็วสู่การตลาดและการแข่งขันในรูปแบบใหม่ การเปลี่ยนแนวคิดและสไตล์การทำงาน สู่ตลาดยุคใหม่จึงเป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายในกรุงศรี ออโต้ ต้องทำอย่างทันท่วงที ทั้งนี้ก็เพื่อส่งมอบบริการที่ฉับไว ตรงใจ และเข้าไปนั่งในใจของลูกค้าและคู่ค้า แต่อะไรคือกุญแจที่จะไขไปสู่ความสำเร็จ กรุงศรี ออโต้ ฉบับนี้มีคำตอบ กับบทสัมภาษณ์ 3 ผู้บริหารหนุ่มรุ่นใหม่ผู้ที่จะมาเผยเคล็ดวิชาความสำเร็จซึ่งถอดรหัสจากประสบการณ์จริง

"เมื่อโลกเปลี่ยน คนต้องปรับ"

คุณพรเทพ ถิรสุนทรากุล
ผู้อำนวยการอาวุโส ผู้บริหารสายงานการตลาด ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ถนนสู่ความสำเร็จที่ผ่านมาของคุณโต้ง-พรเทพ ถิรสุนทรากุล ล้วนแต่คลุกคลีกับงานด้านมาร์เก็ตติ้งมาโดยตลอด จากจุดเริ่มต้นที่ได้ดูแลฝ่ายการตลาดสินเชื่อรถใหม่ "กรุงศรี นิว คาร์" และการบริหารความสัมพันธ์ตัวแทนจำหน่ายเมื่อ 7 ปีที่แล้ว ตามด้วยการปรับตำแหน่งให้ควบการดูแลด้านการพัฒนาธุรกิจในประเทศแถบ AEC ทั้งหมด ก่อนขึ้นมารับหน้าที่หัวเรือใหญ่ของสายงานการตลาด ที่ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ของกรุงศรี ออโต้ กล่าวได้ว่าช่วง 7 ปีมานี้เขาเผชิญการเปลี่ยนแปลงที่รุดหน้าไปพร้อมๆ กับการเติบโตขององค์กร

"ผมเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงมีความจำเป็น โลกทุกวันนี้มันมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาถ้าคนเราไม่ปรับตัว ปรับรูปแบบการทำงานของเราให้พร้อม เราก็จะถอยหลังแล้วตามตลาดไม่ทัน"

สำหรับคุณโต้ง สิ่งที่ท้าทายและยากยิ่งกว่าการบริหารงานกลับเป็นเรื่อง **"การบริหารคน"** หากเทียบกับรถยนต์ที่ต้องมีการเช็กสภาพปรับจูนให้วิ่งได้แรงและเร็ว การบริหารทีมลูกน้องอีก 64 ชีวิตในฝ่ายก็จำเป็นต้องมีการปรับระบบให้แต่ละคนทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพเช่นกัน

"จากการที่เทรนด์ตลาดเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องมีการปรับทัพสร้างศักยภาพให้ทีมแข็งแกร่งขึ้น สิ่งสำคัญที่ผมต้องทำ คือ การทำให้ลูกน้องรู้สึกเชื่อในพลังแห่งการเปลี่ยนแปลง ว่าทำไมต้องลุกขึ้นมาปรับให้ก้าวทันตลาด แล้วมีผลดีกับเขาอย่างไร ท้ายที่สุดผลออกมาเป็นที่พึงพอใจของทุกภาคส่วน ทุกคนมีความกระตือรือร้นมากขึ้น ริเริ่มเรียนรู้และแสดงความคิดเห็นที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกันในที่ทำงาน ตอนนี้ทีมเวิร์กสอดประสานกันได้ดีขึ้นแล้ว แต่ผมก็คิดว่ายังมีช่องว่างให้เราอัพเกรดทีมเวิร์ก อัพเกรดศักยภาพของแต่ละคนขึ้นไปอีก

"เป้าหมายของผมคือการทำงานอย่างมีความสุข ขณะเดียวกันบริษัทก็ต้องเติบโตแบบแข็งแรงด้วย ผมใช้คำว่า เฮลธ์ตี้โกรวธ์ แอนด์ แฮปปี้ทีม คือไม่ใช่ว่าเติบโตในเชิงผลกำไรดีเท่านั้น แต่ต้องโตอย่างมีคุณภาพ จะทำอย่างไรให้ได้ลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น โดยต้องเป็นลูกค้าที่รักในแบรนด์ของเราและมีการบอกต่อ ที่สำคัญทุกคนในทีมต้องทำงานอย่างมีความสุข เพราะถ้าคนของเราทำงานแล้วไม่มีความสุขก็จะไม่สามารถสร้างการเติบโตที่เข้มแข็งให้แก่องค์กรได้"

กลยุทธ์สำคัญที่หัวเรือใหญ่สายงานการตลาดท่านนี้งัดมาใช้บริหารงานพร้อมนำทีมข้ามผ่านยุทธจักรการตลาดสินเชื่อรถยนต์ที่มีทั้งการแข่งขันและความผันผวนที่สูงให้พุ่งไปสู่ความสำเร็จได้ ก็คือการกระตุ้นทีมให้ปรับตัวเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย พร้อมสร้างสรรค์สิ่งใหม่อันตอบโจทย์ตลาดมากขึ้น หนึ่งในเคสความสำเร็จจนเป็นที่ภาคภูมิใจทั้งองค์กร ได้แก่ แคมเปญ "วัยซิลล์ วีลแชร์" สินเชื่อรถยนต์เพื่อชีวิตที่ไร้ขีดจำกัดของผู้สูงวัย ซึ่งทางทีมพลิกสถานการณ์ที่ประเทศไทยกำลังจะเป็นสังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบเป็นโอกาสในการทำการตลาดแบบเจาะลึกถึงใจผู้บริโภค (Personalization) แคมเปญนี้ช่วยให้เรื่องเงิน เรื่องรถเป็นเรื่องง่าย อีกทั้งยังทำให้สถาบันครอบครัวแข็งแกร่งขึ้นอีก ดังที่คุณโต้งให้นิยามว่า *"ทำอะไรให้เกินความคาดหมายของลูกค้าตลอดเวลา ทำอย่างไรให้กรุงศรี ออโต้ เป็นแบรนด์ที่ลูกค้ารักที่สุด"*

"การทำงาน คุณไม่ได้เก่งคนเดียว จะประสบความสำเร็จได้ก็ต้องอาศัยทีมเวิร์ก เมื่อเราได้แชร์เป้าหมายเดียวกันพร้อมกับให้ไดเร็กชั่นอย่างชัดเจน ทุกคนย่อมยินดีที่จะร่วมมือกับเรา ยกตัวอย่างในแผนกมาร์เก็ตติ้งของเราทุกคนมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ในการทำงานผมจะให้ไดเร็กชั่นเขาไปก่อน ปล่อยให้เขาได้คิด ได้ตัดสินใจ ลองทำด้วยตัวเอง ทริกที่สำคัญคือ อย่าให้เขารู้สึกว่าระหว่างเรากับเขามีแก็ปมากจนเขาแตะต้องเราไม่ได้ ใช้การคุยสไตล์เป็นพี่เป็นน้อง เขาจะกล้าเปิดใจ กล้าพูด กล้าแชร์ความคิดเห็นกับเรา"

อีกเคล็ดวิชาสำคัญที่คุณโต้งบอกว่าจะลืมไม่ได้เลยคือ อย่าให้ความเครียดไปกระทบลูกน้องจนเขาเกร็งแล้วงานไม่ขยับ โดยวิธีบริหารความเครียดที่คุณโต้งใช้คือการออกกำลังกายสัปดาห์ละ 3-4 วัน สวดมนต์ก่อนนอน และเมื่อถึงบ้านปุ๊บต้องบอกตัวเองว่า **"วาง - ทุกอย่าง - ไว้ - ที่ออฟฟิศ"**

"ความท้าทาย คือ แรงบันดาลใจ"

คุณศักดิ์สิทธิ์ วงศ์ศุภกฤต

ผู้อำนวยการอาวุโส รองผู้บริหารสายงานขาย และบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

การทำงานในสิ่งที่ตนเองถนัดถือได้ว่าเป็นพรที่วิเศษที่สุดสำหรับหลายคน แต่สำหรับ**คุณโจ้-ศักดิ์สิทธิ์ วงศ์ศุภกฤต** นั้นเรียกได้ว่าตรงข้าม ด้วยการเติบโตในหน้าที่การงานที่ทำให้ต้องเปลี่ยนจากพื้นฐานความคิดเชิงวิศวกรมาสู่สายงานเซลส์ที่ตนเองไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน ถือว่าเป็นโจทย์ใหม่ของชีวิตที่ช่วยดึงเอาพลังแห่งการสร้างสรรค์ที่ซุกซ่อนอยู่ในตัวให้ถูกนำมาใช้

"จะว่าความท้าทายเป็นแรงบันดาลใจอย่างหนึ่งของการทำงานก็ได้ สำหรับผมการโตขึ้นของตำแหน่งหน้าที่หมายถึงความท้าทาย ความยากในเนื้องานที่ไต่ตามตำแหน่งขึ้นด้วย ชีวิตการทำงานถ้ามันมาถึงจุดหนึ่งแล้ว เนื้องาน ความยาก ความท้าทาย ความสำเร็จขององค์กรนี่แหละที่กลายมาเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในชีวิตการทำงาน ดังนั้นเป้าหมายการทำงานของผมไม่ได้ขึ้นอยู่กับงานที่ทำ หรือตำแหน่งหน้าที่ แต่คือการได้สนุกกับงาน ได้ใช้ความสามารถของเราจริงๆ ทุกวันนี้แม้จะทำงานเหนื่อย ได้ทำงานที่ยาก แต่พอเราเห็นความสำเร็จ เห็นผล มันก็จะรู้สึกดี เป็นความสุขของการทำงานที่เกิดจากการได้ฟูลฟิล การฟูลฟิลมันทำให้เรามีพลังอยากจะตื่นมาทำงานทุกวัน"

ตัวอย่างความท้าทายที่คุณโจ้กล่าวถึงก็คือการเปลี่ยนวิธีคิด นำจุดแข็งของตัวเองจากการเรียนด้านวิศวกรรมซึ่งมีทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ มาเสริมทัพกับสายงานเซลส์ ใส่เกียร์เดินหน้าเรียนรู้อย่างไม่ถอย พร้อมใส่ความท้าทายใหม่ๆ ลงไปด้วยโจทย์ของการบริหารงานเซลส์ให้สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย โดยมีคีย์หลักอยู่ที่การสร้างมาตรฐานความเป็นมืออาชีพ และการพัฒนาประสิทธิภาพทีมด้วยการทำความเข้าใจในทีมอย่างแท้จริง

"ความยากของงานบริหารคือการสื่อสารกับคนจำนวนมากให้เข้าใจ และชัดเจนในเป้าหมายเดียวกัน เวลาเราสื่อสารกับลูกน้องเราก็ไม่ได้บอกกับเขาตรงๆ แต่เราสื่อสารผ่านสิ่งที่เราทำมากกว่า ถ้าเราสามารถทำให้ทีมเห็นได้ว่าสิ่งที่เราทำดีต่อองค์กรและตัวเขา ความศรัทธา และความเชื่อมั่นที่จะเดินไปข้างหน้าในเป้าหมายเดียวกันจะเกิดขึ้น เป็นความจริงใจที่สื่อถึงทุกคนในทีมได้โดยไม่ต้องบอก ซึ่งแน่นอนว่าการทำงานหนักเข้าไว้จะทำให้ทุกคนเห็น แต่ข้อดีอย่างหนึ่งของกรุงศรี ออโต้ คือทุกคนในองค์กรพร้อมจะช่วยกันแก้ปัญหา เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน มันทำให้การแข่งกับตลาดที่ไดนามิก มีมูฟเมนต์มากๆ ในปัจจุบันสามารถทำได้ในเวลาอันรวดเร็ว"

นอกจากการเพิ่มศักยภาพของทีมงานขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่ายซึ่งมีกว่าพันคนแล้ว อีกสิ่งสำคัญที่คุณโจ้จะลืมไม่ได้ในการทำงานเซลส์คือ ความจริงใจกับคู่ค้าและลูกค้า ซึ่งแนวทางที่ชัดเจนเสมอมาของรองแม่ทัพเซลส์คนนี้ก็คือ การมองคู่ค้าเป็นพาร์ทเนอร์ที่ต่างก็คอยซัพพอร์ตซึ่งกันและกันจนกลายเป็นความยั่งยืน

"พาร์ทเนอร์หมายความว่าในวันที่คู่ค้าเติบโตเราก็จะให้ความสนับสนุนอย่างเต็มที่ แต่ในวันที่คู่ค้าเริ่มถอย เราจะไม่ถอยออกมาและไม่ทิ้งกัน การเป็นพาร์ทเนอร์เป็นความยั่งยืน เพราะเมื่อเรารู้สึกว่าคู่ค้าคือพาร์ทเนอร์เรา ความเต็มใจ อินเนอร์ในการที่เราอยากจะช่วยลูกค้ามันจะออกมาเอง การทำงานก็จะเต็มที่เหมือนที่เราเต็มที่กับเพื่อน กับคนที่เรารัก อย่าลืมว่าสายงานเซลส์คืองานที่ไม่มีวันหยุด การดูแลดีลเลอร์ไม่มีข้อจำกัดว่าจะต้องพักวันไหน บางวันอาจต้องทำงานตั้งแต่เช้าถึงเย็นถึงกลางคืน ดังนั้นอินเนอร์ การทำงานที่มาจากใจจึงเป็นสิ่งสำคัญ"

และอีกสิ่งที่สำคัญไม่แพ้กับคู่ค้าคือการปรับตัวให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าและตลาดยุคใหม่ ซึ่งต้องเริ่มทำตั้งแต่ปรับทัศนคติ โครงสร้างทีม เสริมทักษะการทำงาน และใส่ความยืดหยุ่นให้พร้อมสำหรับทุกเทรนด์และความต้องการของลูกค้า ผู้บริโภคที่จะเปลี่ยนไปอย่างแน่นอนตามตลาดยุคใหม่ พร้อมประสานกับทุกฝ่ายเพื่อรุกตลาดดิจิทัลที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

"จะเห็นได้ว่ายิ่งทำงานความซับซ้อนของงานและปัญหาก็จะยิ่งเพิ่มขึ้น แน่นอนว่าคนเราก็ต้องมีความเหนื่อยเครียด สำหรับผมแต่ก่อนทุกปัญหามีไว้ให้พุ่งชน เจอปุ๊บใส่เลย รีบให้ทุกปัญหาจบ แต่งานยิ่งท้าทายปัญหายิ่งซับซ้อน วิธีที่ผมใช้คือแตะเบรคนิดหนึ่ง ใช้เวลาไตร่ตรองปัญหาที่ซับซ้อนให้ถี่ถ้วนค่อยๆ รอเวลาให้ปัญหาโผล่มาให้หมด ให้ตัวแปรออกมาให้หมด พอปัญหานิ่ง เราก็จะเจอทางแก้ที่ลงมือแก้ครั้งเดียว... จบ"

"คิดบวกไม่พอ ต้องคิดดีควบคู่กัน"

คุณสมเกียรติ ศิริรุ่งธนะนันท์
ผู้อำนวยการอาวุโส ผู้บริหารสายงานบริหารสินเชื่อและปฏิบัติการ ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

"ไม่ผิดหากคนเราจะกลัว กลัวทำไม่ได้ กลัวทำไม่เป็น กลัวที่จะออกจากคอมฟอร์ตโซน แต่อย่าให้ความกลัวมาขัดขวางโอกาสที่อาจจะเข้ามาแค่ครั้งเดียวในชีวิตของเรา"

ความชัดเจน ตรงไปตรงมา ทำให้**คุณโอ๋-สมเกียรติ ศิริรุ่งธนะนันท์** กล้าที่จะบอกว่าเขาเองก็เป็นคนหนึ่งที่เคยกลัวกับการเริ่มต้นทำสิ่งใหม่ แต่เมื่อเล็งเห็นแล้วว่าโอกาสที่อยู่ตรงหน้าอาจจะเป็นโอกาสเดียวที่เข้ามาในชีวิต คุณโอ๋จึงไม่ลังเลที่จะก้าวข้ามกำแพงความกลัวไปสู่การขึ้นมาเป็นหัวเรือใหญ่ฝ่ายโอเปอร์เรชั่นซึ่งเป็นสายงานที่เขามีความเชี่ยวชาญและทำงานด้านนี้มานานถึง 21 ปี ซึ่งในความคิดของคุณโอ๋แล้ว การอยู่ในส่วนงานใดนานๆ เป็นอีกความท้าทายของชีวิตการทำงานที่มีความยากไม่ต่างจากการย้ายสายงานใหม่เลย

"ความตื่นเต้นในการทำงานคือการที่ได้เห็นองค์กรเติบโตขึ้น และนั่นทำให้เราต้องเจอความท้าทายใหม่ๆ ตามไปด้วย การอยู่ในแผนกเดิมมันไม่ใช่เรื่องของคอมฟอร์ตโซนที่เรารู้สึกว่าปลอดภัยแต่นั่นคือคุณกำลังเจอความยากกว่าเดิมว่าจะทำอย่างไรให้แผนกนี้มันเดินไปข้างหน้าให้ทันการเติบโตขององค์กร ลองคิดดู หากสายงานโอเปอร์เรชั่นเป็นเหมือนร่างกาย เมื่อมาร์เก็ตติ้งที่เหมือนสมองสั่งการ เซลส์ที่เปรียบเหมือนแขนขาก็พร้อมที่จะไป แต่ถ้าร่างกายมันไม่ทำงาน แผนที่วางไว้ก็ไม่สามารถสัมฤทธิ์ผลได้"

สำหรับคุณโอ๋ สายงานโอเปอร์เรชั่นยังมีความหมายถึง **การบริหารความคาดหวัง**

"เมื่อไรก็ตามที่เกิดความคาดหวัง มันจะเกิดความเสียใจหรือล้มเหลวตามมาได้ง่ายมาก สายงานโอเปอร์เรชั่นมีคนและเครื่องมือประมาณนี้ เราจะบริหารความคาดหวังของทุกคนอย่างไรให้ไม่เกิดความผิดหวัง ผมว่านั่นคือหัวใจสำคัญ การบริหารคนในทีมให้เขาสามารถส่งมอบความคาดหวังของทุกคนได้เป็นสิ่งที่ไม่ง่าย แต่ก็ไม่ยากถ้าทุกคนใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไป การทำงานทุกสายงานโดยเฉพาะโอเปอร์เรชั่นที่หลายคนมองว่ามีขั้นตอน หนึ่ง สอง สาม จบ แต่จริงๆ แล้วแต่ละคนสามารถสร้างแผนงานของตัวเอง สามารถคิดทางแก้ปัญหาใหม่ๆ ขึ้นมาได้ มันอาจจะเหนื่อยกับการทำอะไรใหม่ๆ แต่การเสี่ยงลุกมาทำอะไรใหม่ๆ ก็อาจจะทำให้เราเจอทางแก้ปัญหาที่มีโอกาสช่วยให้เราสบายมากขึ้น และตอบโจทย์ลูกค้าได้ตรงจุดก็ได้"

จะเห็นได้ว่า "ทัศนคติ" เป็นดีเอ็นเอที่คนโอเปอร์เรชั่นจะขาดไม่ได้ **คิดบวกไม่พอ ต้องคิดดีด้วย** โดยคุณโอ๋มักจะให้กำลังใจลูกทีมด้วยการให้แต่ละคนมองหาสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้นแต่ละวันให้เจอ เช่น ความภาคภูมิใจในทีมโอเปอร์เรชั่นที่ไม่ต้องรอให้ใครยกนิ้วชม แต่ละคนต้องสร้างความภูมิใจจากพื้นฐานใจของตนเอง การหยิบยกถึงเรื่องราวของภารโรงในองค์การนาซ่าก็สามารถสร้างความภาคภูมิใจได้ เพราะเขาก็เป็นส่วนหนึ่งในการส่งนักบินไปอวกาศเหมือนกัน

"ทีมโอเปอร์เรชั่นต้องเจอกับสถานการณ์ที่หลากหลาย ให้บริการลูกค้าทั้งภายในและภายนอก ถ้าเราบริการด้วยใจเขาก็จะกลับไปพร้อมความสุข เราก็มีความสุข เราอาจเป็นส่วนเล็กๆ แต่ถ้าเราทำออกมาจากความรู้สึกดี คิดดี คิดบวกจริงๆ ลูกค้าจะสัมผัสได้ อย่างเช่นการที่ทีม Call Center ต้องรับสายลูกค้าซึ่งมีหลายอารมณ์ตลอดทั้งวัน เราก็คิดบวกคิดดีได้ว่านี่ไงสิ่งนี้ทำให้เราฝึกเป็นคนปล่อยวางได้เร็ว จบจากลูกค้าคนหนึ่งปุ๊บต้องวางอารมณ์นั้นทิ้งไว้และพร้อมรับลูกค้าคนใหม่ ซึ่งถ้าเราไปเจอปัญหาอะไรในชีวิตเข้ามากระทบใจ เราก็สามารถวางได้เร็วเช่นกัน แต่ก็มีบ้างที่คนเราไม่สามารถคิดบวกคิดดีได้ตลอดเวลา อย่างถ้าสมองมันรู้สึกแย่บางทีก็ต้องพักบ้าง ขอเวลาออกไปวิ่งบ้าง วิ่งเพื่อให้อะดรีนาลินมันหลั่ง วิ่งเสร็จได้ความเฟรชกลับมาถึงที่โต๊ะทำงาน อ้าว! ทางออกของปัญหาอยู่แค่นี้เองหรอ"

ขอบคุณสถานที่: Café Claire, Oriental Residence Bangkok ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทร. 02-125-9000 www.oriental-residence.com

ดีต่อใจ เที่ยว "เชียงราย" ในวันฝนพรำ

นาทีนี้ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า "เชียงราย" กลายเป็นจุดหมายที่ใครๆ ก็ต้องไป โดยไม่ต้องรอให้หมอกฤดูหนาวมาเยือน ส่วนใครที่ยังนึกภาพไม่ออกว่าเชียงรายกลางสายฝนที่โปรยปรายนั้นดีต่อใจอย่างไร เราขอแนะนำให้เก็บกระเป๋าแล้วออกเดินทางตามเช็กลิสต์สุดเอ็กซ์คลูซีฟที่เราคัดสรรมาได้เลย

ภาพ : Hipponite

ขัวศิลปะ

เชียงรายถือได้ว่าเป็นเมืองแห่งศิลปะที่รวมศิลปินคนสำคัญของเมืองไทยเข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นถวัลย์ ดัชนีย์, เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์, อังกฤษ อัจฉริยโสภณ และสมลักษณ์ ปันติบุญ เป็นต้น นอกจากโปรแกรมตามรอยงานศิลปะไปยังบ้านศิลปินแล้ว ที่เชียงรายยังมี "ขัวศิลปะ" ซึ่งหมายถึงสะพานที่เชื่อมระหว่างงานศิลปะและประชาชนเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งที่ขัวศิลปะแห่งนี้นอกจากจะมีนิทรรศการจากศิลปินท้องถิ่นทั้งรุ่นใหญ่ รุ่นใหม่ หมุนเวียนมาจัดแสดงแล้ว ขัวศิลปะยังตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ด้วยห้องสมุดศิลปะ โรงเรียนศิลปะ ร้านจำหน่ายของที่ระลึกที่เกี่ยวเนื่องกับศิลปะ คาเฟ่ และล่าสุดคือการรวมตัวของศิลปินร่วม 300 คน วาดภาพ **"มิตรภาพไร้พรมแดน"** ลงบนผืนผ้าใบกว้าง 3 เมตร ยาว 13 เมตร เพื่อบันทึกเหตุการณ์ 13 ชีวิตติดถ้ำหลวงผ่านความหมายของคำว่าฮีโร่ ซึ่งจัดแสดงอยู่ด้านหน้าขัวศิลปะ (ถ.พหลโยธิน ต.บ้านดู่ อ.เมือง โทร. 053-166-623)

Locus Native Food Lab

สำหรับนักกิน "Locus Native Food Lab" เชฟส์เทเบิ้ลจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและผืนป่า คือ หนึ่งในร้านที่ต้องไปให้ได้สักครั้ง ร้านนี้เกิดขึ้นหลังจากการเบนเข็มทิศชีวิตอย่างกะทันหันของ **เชฟก้อง-ก้องวุฒิ ชัยวงศ์ขจร** เชฟหนุ่มไฟแรงที่หันหลังให้กรุงเทพฯ ไปสู่ชีวิตใหม่ โดยมีคำว่าธรรมชาติและภูมิปัญญาเป็นแรงบันดาลใจ พร้อมการออกเดินทางเสาะหาสุดยอดวัตถุดิบของเชียงรายที่ใครหลายคนอาจหลงลืม โดยเชฟก้องจะใช้เวลาเกือบทั้งวันในการเตรียมวัตถุดิบเพื่อนำมาปรุงเป็นเมนูอาหารกึ่งไฟน์ไดน์นิ่ง 10 เมนู เสิร์ฟเฉพาะมื้อเย็นท่ามกลางบรรยากาศของกระท่อมดินเล็กๆ มุงหญ้าคา ทว่าการันตีถึงความว้าวของอาหารในทุกเมนู แนะนำว่าให้จองโต๊ะก่อนจะจองสายการบิน เพราะคิวยาวข้ามเดือนไม่แพ้ร้านดังในกรุงเทพฯ เลยทีเดียว (บ้านสันตาลเหลือง ต.ริมกก โทร. 086-881-7299)

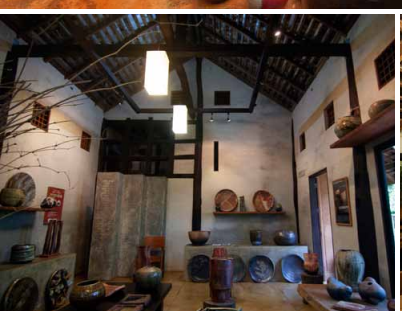
ภาพ : ภูใจใส

ภูใจใส

"ภูเขาแห่งใจที่สะอาด" คือความหมายของภูใจใส บูติกรีสอร์ตที่ตั้งอยู่กลางอ้อมกอดของผืนป่าแม่สลอง โดยหม่อมหลวงสุดาวดี เกรียงไกร ได้สร้างรีสอร์ตแห่งนี้ขึ้นเพื่อมอบให้กับมารดาผู้เป็นที่รักคือ คุณใจใส จักรพันธุ์ ดังนั้น ทุกรายละเอียดของรีสอร์ตจึงเกิดจากความใส่ใจที่เกินร้อย เริ่มจากห้องพักที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติเกือบทั้งหมด เพิ่มความเป็นส่วนตัวด้วยการจัดวางให้กระท่อมไม้ไผ่แต่ละหลังหลบอยู่ในความร่มครึ้มของต้นไม้ พิเศษกับห้องไพรเวท พูล คอตเทจ ที่มีสระว่ายน้ำส่วนตัว มองเห็นสายหมอกลอยอ้อยอิ่งอยู่เบื้องหน้า ด้านสระว่ายน้ำส่วนกลางก็ตั้งอยู่กลางความฉ่ำเย็นของผืนป่าอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังมีสปา โปรแกรมรีทรีต และเมนูอาหารสุขภาพที่เชฟเลือกปรุงจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก (www.phu-chaisai.com)

ไร่ชาฉุยฟง

ใครว่าไร่ชาต้องเที่ยวเฉพาะหน้าหนาว เพราะไร่ชาฉุยฟงแห่งดอยแม่สลองได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า ไร่ชามีความงามที่แตกต่างกันออกไปในทุกฤดู โดยเฉพาะในยามที่ฝนพรำนั้น ต้นชาที่ปลูกลดหลั่นเป็นขั้นบันไดจะอิ่มด้วยสีเขียวจนหยุดกดชัตเตอร์ไม่ได้เลยจริงๆ แต่ที่เด็ดกว่าไร่ชาขั้นบันไดและใบชาคุณภาพที่มีจัดจำหน่าย คือ เมนูอาหาร ขนม เครื่องดื่ม จากใบชา ซึ่งจัดเสิร์ฟในอาคารกระจกใสทรงสี่เหลี่ยมที่ตั้งอยู่บนเนินเขา สามารถมองเห็นไร่ชาแบบ 360 องศา ได้อลังการมาก (ต.แม่จัน อ.แม่จัน โทร. 053-771-563)



ดอยดินแดง

เชียงรายนั้นเลื่องชื่อเรื่องงานศิลปะ และสำหรับใครที่หลงใหลในงานเครื่องปั้นดินเผา แนะนำให้ตรงมาที่ดอยดินแดง ซึ่งเป็นสตูดิโอและแกลเลอรีจัดแสดงผลงานเครื่องปั้นดินเผาของคุณสมลักษณ์ ปันติบุญ ผู้เปลี่ยนความธรรมดาของเม็ดดิน ณ ดอยดินแดง ให้กลายเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสี หรืองานดีไซน์ที่น้อมเอาความเรียบง่ายของธรรมชาติมาแปรเปลี่ยนเป็นสารตั้งต้นของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งที่นี่มีงานเครื่องปั้นดินเผาแบบต่างๆ ให้ชมกว่าพันชิ้น ทั้งในส่วนที่เป็นแกลเลอรี มุมขายผลงาน และคาเฟ่เล็กๆ

มาถึงดอยดินแดงแล้วก็ต้องห้ามพลาดที่จะไปชมวัดเล็กๆ กลางหมู่บ้านที่ชื่อ "วัดป่าอ้อร่มเย็น" ซึ่งนอกจากจะมีงานเครื่องปั้นดินเผาและใช้ดินของดอยดินแดงในการสร้างแล้ว ที่นี่ยังมีเจดีย์ไม้ไผ่สานแห่งเดียวในเมืองไทยที่ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านของล้านนาทั้งเรื่องงานสานไม้ไผ่และงานลงรักมาสร้างเจดีย์ที่เปรียบเหมือนหัวใจของดอยดินแดง (บ้านป่าอ้อ ถ.พหลโยธิน อ.เมือง www.dddpottery.com)

Mitsubishi Xpander

ทางเลือกใหม่แห่งความอเนกประสงค์

หลังจากปล่อยให้รอมานานก็ถึงคราวที่ Mitsubishi จะส่ง Xpander ออกมา เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการการใช้งานบนความอเนกประสงค์ พร้อมดึงดูดทุกสายตาด้วยมิติตัวรถที่มีความยาว x กว้าง x สูง : 4,475 x 1,750 x 1,700 มิลลิเมตร จึงทำให้ Xpander มีมิติภายนอกและขนาดตัวถังที่ใหญ่ที่สุดเมื่อเทียบกับรถในกลุ่มเดียวกัน

Xpander เป็นรถยนต์อเนกประสงค์รุ่นล่าสุดที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจากรถยนต์ต้นแบบที่ชื่อ XM Concept ความโดดเด่นอย่างแรกของ Xpander อยู่ที่เรื่องของตัวถังที่ยกสูงเพื่อเป้าหมายในการลุยบนทางวิบากสามารถแล่นบนพื้นที่น้ำขังได้เหมือนกับ SUV

ตัวรถมาในแบบ 5 ประตู ห้องโดยสารกว้างขวางด้วยระยะฐานล้อที่มีความยาวถึง 2,775 มิลลิเมตร ส่วนรูปลักษณ์ของตัวรถนั้นถอดแบบความล้ำสมัยมาจาก Mitsubishi Pajero Sport

อีกสิ่งที่ถือเป็นไฮไลท์สำคัญของ Xpander คือความอเนกประสงค์ของห้องโดยสารกับเบาะนั่งแบบ 3 แถว ซึ่งสามารถรองรับผู้โดยสารได้ทั้งหมด 7 ที่นั่ง โดยเบาะแถวที่ 2 สามารถแยกพับได้ในอัตราส่วน 60:40 และสามารถพับลงทั้งหมดเพื่อเพิ่มพื้นที่ในการบรรทุกสัมภาระ

สำหรับเครื่องยนต์เป็นระบบ 4 สูบ ทวินแคม 1,500 ซีซี พร้อมระบบวาล์วแปรผัน MIVEC 104 แรงม้า ที่ 6,000 รอบ/นาที แรงบิดสูงสุด 141 นิวตันเมตรที่ 4,000 รอบ/นาที ส่งกำลังสู่ล้อคู่หน้าด้วยเกียร์อัตโนมัติ 4 จังหวะ ส่วนระบบกันสะเทือนหน้าเป็นแบบแม็คเฟอร์สันสตรัท และด้านหลังแบบทอร์ชันบีม

สำหรับราคาอยู่ที่ 779,000 และ 849,000 บาท

Bridgestone Nano Pro-Tech

ต้อนรับความชุ่มฉ่ำของสายฝนกับยางรถยนต์ Nano Pro-Tech นวัตกรรมใหม่เอกสิทธิ์เฉพาะของ Bridgestone ที่เปิดตัวพร้อมยางรถยนต์รุ่น Turanza T005A ล้ำหน้าด้วยการใช้เทคโนโลยีการผสมเนื้อยางแบบใหม่ที่เพิ่มประสิทธิภาพในการยึดเกาะพื้นถนนเปียกมากขึ้น พร้อมปรับลายดอกยางให้โค้งมน ช่วยลดการบิดตัวของร่องดอกยาง รองรับการเบรก การเข้าโค้งบนผิวถนนที่เฉอะแฉะได้อย่างดีเยี่ยม มีให้เลือกตั้งแต่ขอบยาง 15-19 นิ้ว

TURANZA T005A

Adidas Ultra Boost Parley

Adidas เปิดตัวรองเท้ารุ่นพิเศษ Ultra Boost Parley ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากมาเรียน่า เทรนช์ (The Mariana Trench) พื้นที่ใต้ทะเลลึกที่นอกจากจะลึกลับแล้ว มาเรียน่า เทรนช์ ยังเป็นสถานที่ที่มีการค้นพบขยะถุงพลาสติกที่ลึกที่สุดในโลกอีกด้วย และนี่ก็คือแรงบันดาลใจสำคัญที่ทำให้ Adidas นำนวัตกรรม Parley Ocean Plastic® ซึ่งเป็นนวัตกรรมอีโคที่ปฏิวัติวงการการผลิตรองเท้า ให้พลิกมาใช้วัสดุรีไซเคิลจากขยะพลาสติกที่เก็บมาจากชายหาด จากนั้นนำมาแปลงเป็นเส้นใยเพื่อถักทอเป็นไพร์มนิต (PrimeKnit) หุ้มข้อเท้าเพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและปรับรูปทรงของรองเท้าให้กระชับขณะสวมใส่ สายสปอร์ตแฟชั่นก็สามารถรักษ์โลกได้เช่นกัน

Tulip Star Wars

ตะลุยสงครามอวกาศไปกับชุดเครื่องนอน Tulip คอลเล็กชั่นใหม่ “สตาร์ วอร์ส (Star Wars)” ที่มาพร้อมกับบีบีเอท (BB-8) หุ่นยนต์ตัวกลมแสนอัจฉริยะที่ทุกคนคุ้นเคย พร้อมเส้นใยที่ผลิตจากผ้าคอตตอน 100% ให้เหล่าสาวก สตาร์ วอร์ส ได้สัมผัสกับความนุ่ม สบาย และสีสันสดใส คงทนด้วยระบบการพิมพ์ผ้าแบบ Reactive Color พร้อม MctronMed Health นวัตกรรมป้องกันไรฝุ่น แบคทีเรีย และยับยั้งกลิ่นอับชื้น มีจำหน่ายแล้วที่ห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ

"Market Conduct"

บริการด้วยใจ ให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม

คุณศิริยศ โปรณานันท์
ผู้อำนวยการอาวุโส
ฝ่ายกฎหมายและกำกับดูแล
บริษัท อยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน)

นับเป็นความตื่นตัวในแวดวงสินเชื่อและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เมื่อธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ยกระดับการบริหารจัดการให้ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น ผ่านประกาศเรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม "Market Conduct" เพื่อกำกับดูแลผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต ประกันภัย สินเชื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อส่วนบุคคล และสินเชื่อยานยนต์ พร้อมคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับการบริการที่เป็นธรรมตั้งแต่ต้นจนจบ (end-to-end process) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค พร้อมช่วยแก้ไขปัญหา ให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม จริงใจ และชัดเจน

โดยมีปัจจัยในการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับการบริการที่เป็นธรรม หรือที่เรียกว่า "Market Conduct" ซึ่งมีด้วยกันทั้งหมด 9 ระบบ และสอดรับกับนโยบายหลักของกรุงศรีออโต้ ในฐานะผู้นำธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ที่ยึดถือ **"การให้บริการสินเชื่ออย่างรับผิดชอบ"** (Responsible Lending) มาโดยตลอด

ในส่วนของพันธมิตรดีลเลอร์ Market Conduct ทั้ง 9 ระบบ ก็เป็นเรื่องใกล้ๆ ตัว ที่ฝังอยู่ในหัวใจของงานขายยานยนต์ ไม่ว่าจะเป็นการมุ่งเน้นดูแลผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม การให้ข้อมูลสินเชื่อที่ครบถ้วน เพียงพอในการตัดสินใจ แจ้งช่องทางให้ความช่วยเหลือในกรณีที่ลูกค้าประสบปัญหา รวมทั้งแนะนำประเภทยานยนต์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้า หรือจะเรียกว่า **"การบริการด้วยใจ"** ที่เราต่างก็ปฏิบัติเป็นพื้นฐานของ Market Conduct เลยก็ว่าได้

9 ระบบ สู่ "Market Conduct"

1. วัฒนธรรมองค์กรและบทบาทหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดกลุ่มลูกค้า
3. จ่ายค่าตอบแทนด้านการขายที่เหมาะสม
4. กระบวนการขายชัดเจน ครบถ้วน เป็นธรรม
5. สื่อสารและให้ความรู้แก่พนักงาน
6. ดูแลข้อมูลของลูกค้า
7. แก้ไขปัญหาและจัดการเรื่องร้องเรียน
8. ควบคุม กำกับ และตรวจสอบการปฏิบัติงาน
9. มีระบบการบริหารความเสี่ยง และแผนฉุกเฉิน

"4 ไม่" เพื่อให้การบริการเป็นธรรม

***Market Conduct** = การได้รับบริการทางการเงินอย่างเป็นธรรม เป็น **สิทธิขั้นพื้นฐาน** ของประชาชนผู้ใช้บริการทางการเงิน ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย www.bot.or.th*

กรุงศรี ออโต้
สาขาธุรกิจยานยนต์ ทั่วประเทศ

→ ภาค 1	โคราช	440/12-14 ถ.มิตรภาพ-หนองคาย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000 โทร. 044-426-400 แฟกซ์ 044-426-499
	อุบลราชธานี	941/24-25 ถ.ชยางกูร ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000 โทร. 045-477-477 แฟกซ์ 045-477-400-1
	ศรีสะเกษ	276/14 หมู่ที่ 8 ต.โพธิ์ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000 โทร. 045-614-744 แฟกซ์ 045-614-750
	สุรินทร์	966/9 ถ.หลักเมือง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000 โทร. 044-515-511 แฟกซ์ 044-515-650
	ปากช่อง	680 ถ.มิตรภาพ ต.ปากช่อง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา 30130 โทร.044-316-812, 044-316-815 แฟกซ์ 044-316-814
	ยโสธร	109 ถ.อุทัยรามฤทธิ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ยโสธร 35000 โทร. 045-712-319 แฟกซ์ 045-712-320
	ชัยภูมิ	141/20 หมู่ที่ 6 ถ.ชัยภูมิ-สีคิ้ว ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ 36000 โทร. 044-816-150 แฟกซ์ 044-816-152
→ ภาค 2	หาดใหญ่	59/25, 27 ถ.จุติอนุสรณ์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-222-400 แฟกซ์ 074-222-400 ต่อ 118
	สุราษฎร์ธานี	141/89-90 ถ.กาญจนวิถี ต.บางกุ้ง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 โทร. 077-916-400 แฟกซ์ 077-916-499
	นครศรีธรรมราช	44 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 โทร. 075-305-400 แฟกซ์ 075-305-499
	ตรัง	117/8-9 หมู่ที่ 2 ต.โคกหล่อ อ.เมือง จ.ตรัง 92000 โทร. 075-201-400 แฟกซ์ 075-201-499
	ภูเก็ต	58/10-11 หมู่ที่ 6 หมู่บ้านเพิ่มสินธานี ต.รัษฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000 โทร. 076-361-400 แฟกซ์ 076-361-402, 076-361-499
	กระบี่	235/7-8 หมู่ที่ 11 ถ.เพชรเกษม ต.กระบี่น้อย อ.เมือง จ.กระบี่ 81000 โทร. 075-650-777 แฟกซ์ 075-650-780
→ ภาค 3	ชลบุรี	51/11-12 หมู่ที่ 2 ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000 โทร. 038-103-400 แฟกซ์ 038-103-499
	ระยอง	002/2-3 ถ.สุขุมวิท ต.ท่าประดู่ อ.เมือง จ.ระยอง 21000 โทร. 038-997-400 แฟกซ์ 038-997-499
	สระบุรี	88/12-13 ถ.สุดบรรทัด ต.ปากเพรียว อ.เมือง จ.สระบุรี 18000 โทร. 036-3343-400 แฟกซ์ 036-343-499
	ปราจีนบุรี	47/1 ถ.ปราจีนตคาม ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี 25000 โทร. 037-215-355 แฟกซ์ 037-215-360
	ฉะเชิงเทรา	5/1 ถ.เปรมประชา ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000 โทร. 038-513-219 แฟกซ์ 038-513-218
	จันทบุรี	181 ถ.ขวาง ต.ตลาด อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000 โทร. 039-322-161 แฟกซ์ 039-322-160
	สระแก้ว	304 ถนนสุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทร 037-241-018 แฟกซ์ 037-241-031
→ ภาค 4	เชียงใหม่	160/1 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.ป่าตัน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300 โทร. 053-107-400 แฟกซ์ 053-107-499
	นครสวรรค์	1311/22 หมู่ที่ 10 ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000 โทร. 056-219-600 แฟกซ์ 056-219-699
	พิษณุโลก	729/22-23 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000 โทร. 055-909-400 แฟกซ์ 055-909-499
	ลำปาง	363, 365 ถ.ไฮเวย์ ลำปาง-งาว ต.สวนดอก อ.เมือง จ.ลำปาง 52100 โทร. 054-237-800 แฟกซ์ 054-237-899
	เชียงราย	188/23-24 หมู่ที่ 22 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 โทร. 053-153-388 แฟกซ์ 053-153-390
	กำแพงเพชร	512, 514 ถ.เจริญสุข ต.ในเมือง อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000 โทร. 055-237-800 แฟกซ์ 055-237-899
→ ภาค 5	ขอนแก่น	272/22-26 หมู่ที่ 12 ถ.มิตรภาพ ต.เมืองเก่า อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000 โทร. 043-209-400 แฟกซ์ 043-209-499
	ร้อยเอ็ด	49/6-7 ถ.เทวาภิบาล ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด 45000 โทร. 043-619-400 แฟกซ์ 043-619-499
	อุดรธานี	119/11-12 หมู่ที่ 14 ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 โทร. 042-215-400 แฟกซ์ 042-215-499
	สกลนคร	390/15-16 หมู่ที่ 11 ถ.สกล-อุดร ต.ธาตุเชิงชุม อ.เมือง จ.สกลนคร 47000 โทร. 042-700-200 แฟกซ์ 042-700-219
	เพชรบูรณ์	3/21 ถ.สามัคคีชัย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.เพชรบรูณ์ 67000 โทร. 056-713-155 แฟกซ์ 056-713-166
	หนองคาย	038/2 หมู่ที่ 6 ถ.ประจักษ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.หนองคาย 43000 โทร. 042-042-411-946-7, 042-411-949 แฟกซ์ 042-411-948
	มุกดาหาร	12 ถ.วิวิธสุรการ ต.มุกดาหาร อ.เมือง จ.มุกดาหาร 49000 โทร. 042-614-315 แฟกซ์ 042-614-312
	กาฬสินธุ์	297/1 ถ.เทศบาล 23 อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ 46000 โทร 043-811-325 แฟกซ์ 043-811-336
	เลย	24/10 ถ.ร่วมจิตร ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000 โทร. 042-811-502 แฟกซ์ 042-811-508
→ ภาค 6	ชุมพร	55/11 หมู่ที่ 1 ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร 86190 โทร. 077-529-400 แฟกซ์ 077-529-499
	นครปฐม	511 ถ.เทศา ต.พระประโทน อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทร. 034-245-400 แฟกซ์ 034-245-499
	อยุธยา	257/3 หมู่ที่ 5 ต.ไผ่ลิง อ.พระนครศรีอยุธยา จ.อยุธยา 13000 โทร. 035-735-400 แฟกซ์ 035-735-499
	ปราณบุรี	502/14-15 หมู่ที่ 2 ถ.เพชรเกษม ต.วังก์พง อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77120 โทร. 032-825-515 แฟกซ์ 032-825-520
	กาญจนบุรี	974/184 หมู่ที่ 3 ถ.แสงชูโต ต.ท่าม่วง อ.ท่าม่วง จ.กาญจบุรี 71110 โทร.034-613-054-9 แฟกซ์ 034-613-060
	สุพรรณบุรี	64/23 ถ.เณรแก้ว ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร. 035-526-025 แฟกซ์ 035-526-027
→ กรุงเทพฯ	นนทบุรี	74/35 หมู่ที่ 3 ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 02-762-4224 แฟกซ์ 02-962-6691
	สุมทรสาคร	923/27 ถ.เศรษฐกิจ 1 ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000 โทร.034-425-642 แฟกซ์ 034-425-433
	ลาดกระบัง	146/2 หมู่ 1 ถ.ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 โทร.02-327-0241แฟกซ์ 02-327-0240
	หลักสี่	76/56 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทร. 02-762-4225 แฟกซ์ 02-970-1749
	เยาวราช	23/34-35 ถ.ตรีมิตร แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100 โทร. 02-232-2999 แฟกซ์ 02-236-3132-3
	บางแค	8/28-29 หมู่ที่ 7 แขวงบางแค เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160 โทร. 02-803-8000 แฟกซ์ 02-803-7813
	บางนา	อาคารบางนาทาวเวอร์ เอ เลขที่ 2/3 หมู่ที่ 14 ถ.บางนาตราด กิโลเมตรที่ 6.5 ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 โทร. 02-777-3555 แฟกซ์ 02-777-3783
	บิ๊กซี บางนา	2CR 210 111 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทร. 02-744-0515, 02-744-0305 แฟกซ์ 02-744-0516
	บางใหญ่	80/149 หมู่ที่ 6 หมู่บ้านบางใหญ่ซิตี้ ถ.กาญจนาภิเษก ต.เสาธงหิน อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140 โทร. 02-595-0390 แฟกซ์ 02-595-0459
	รามอินทรา	327, 329 ถ.รามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510 โทร. 02-517-9894, 02-517-9802-3, 02-517-9805-7, 02-517-9809-14 แฟกซ์ 02-517-9896, 02-517-9808

เจ้าของ ฝ่ายสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

โทร. 02-708-8130-3 อีเมล : krungsriauto@krungsri.com

ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาและศิลปกรรมโดย

บริษัท เปเปอร์คอรัส จำกัด โทร. 08-1513-4971, 08-1919-5315 อีเมล : paperchorus@hotmail.com

krungsriauto.com

krungsri
Auto

เครือ MUFG หนึ่งใน
สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดของโลก

สินเชื่อรถเต็นท์

ออกรถเต็นท์ง่าย
กับ กรุงศรี ยูสด์ คาร์

ออกรถมือสองจากเต็นท์ทั่วไทยง่าย อุ่นใจและสบายใจ

- อนุมัติไว
- ดาวน์น้อย
- คุ้มครองอะไหล่*
- ผ่อนนานสูงสุด **84** เดือน

*เมื่อลูกค้าซื้อประกันโปรแกรมขยายเวลารับประกันอะไหล่รถยนต์ • ให้บริการสินเชื่อโดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) • เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารฯ กำหนด

โทร. 02-740-7400 | www.KrungsriMarket.com | Krungsri Auto | YouTube KrungsriAutoTV