

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การสื่อสารตรา ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผ่านพนักงานขาย ร้าน ทู คอฟฟี่ ประเภท commercial
ชื่อนักศึกษา	นายศรวัฒ สัตะสุด
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตนา เมฆนันทไพศิฐ
ภาคปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสื่อสารตรา ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผ่านพนักงานขาย ร้าน ทู คอฟฟี่ ประเภท commercial มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารตราสินค้าของ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผ่านพนักงานขายร้าน ทู คอฟฟี่ โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้บริหารจำนวน 2 คน และพนักงานขายร้านทู คอฟฟี่ จำนวน 6 คน ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

1. การสื่อสารตรา ทู คอรัปอเรชั่น ของร้าน ทู คอฟฟี่ ประเภท commercial พบว่าองค์ประกอบภายในร้านที่สามารถใช้สื่อสารตราได้ ประกอบด้วย
 - กาแพ บรรจุภัณฑ์ และ เครื่องแต่งกายของพนักงาน
2. การสื่อสารตรา ทู คอรัปอเรชั่น ของพนักงานขาย ร้าน ทู คอฟฟี่ ประเภท Commercial พบว่า
 - 2.1 ทักษะของพนักงานขายที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารตรา ประกอบด้วย
 - 2.1.1 ทักษะด้านการบริการ ที่เป็นมิตรกับลูกค้า
 - 2.1.2 ทักษะด้านการชงกาแพ การชงการแพให้ได้ตามมาตรฐานของทูทุแก้ว
 - 2.2 การสื่อสารตรา ทู คอรัปอเรชั่น ของพนักงานขายของร้านทู คอฟฟี่ ผ่านนโยบาย 4C
 - 2.2.1 การสื่อสารตรา ทู คอรัปอเรชั่น ของพนักงานขายของร้านทู คอฟฟี่ ผ่าน นโยบาย 4C ในมุมมองของผู้บริหาร พบว่า
 - (1) เชื่อถือได้(Credible) มีดังนี้คือ
 - การทำเครื่องดื่มให้ได้มาตรฐาน
 - การรักษาคุณภาพของวัตถุดิบ

- การมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ทั้งของร้าน ทูธ คอฟฟี่ และบริษัท
ทูธ คอร์ปอเรชั่นเพื่อให้ข้อมูลกับลูกค้าได้
- (2) สร้างสรรค์ (Creative) มีดังนี้คือ
 - การนำเสนอเครื่องดื่มใหม่ๆแก่ลูกค้าตามเทศกาลและช่วงเวลา
สำคัญๆ
 - การตกแต่งร้านตามช่วงเทศกาล
 - การสร้างบทสนทนาให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้า
- (3) เอาใจใส่(Caring) มีดังนี้
 - การทำเครื่องดื่มให้เป็นไปตามมาตรฐานทุกแก้ว
 - การให้ความสำคัญ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- (4) กล้าคิดกล้าทำ(Courageous) มีดังนี้
 - การกล้าแสดงออก
 - การกล้านำเสนอไอเดียใหม่ๆ
 - การกล้าที่จะบอกเพื่อนร่วมงานที่ตอบสนองความต้องการ
ลูกค้าแบบผิด ๆหรือไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

2.2.2 การสื่อสารตรา ทูธ คอร์ปอเรชั่น ของพนักงานขายของร้านทูธ คอฟฟี่ ผ่าน นโยบาย 4C ในมุมมองของพนักงานขาย

- (1) เชื่อถือได้(Credible) มีดังนี้
 - พนักงานทุกคนควรเชื่อถือตรงต่อหน้าที่และให้เกียรติลูกค้าทุกคน
ด้วยความเท่าเทียม
 - การทำเครื่องดื่มทุกแก้วให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัททางไว้
 - การมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสินค้าของ ทูธ คอร์ปอเรชั่น
- (2) สร้างสรรค์ (Creative) มีดังนี้
 - การสร้างสรรค์บทสนทนาให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้า
 - การสร้างสรรค์เครื่องดื่มใหม่ๆเพื่อเป็นการพัฒนาโปรโมชัน
และไม่ให้เกิดความจำเจจากสินค้าที่มีอยู่เดิมเช่นกัน
- (3) เอาใจใส่(Caring) มีดังนี้
 - การเอาใจใส่ลูกค้า ตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาที่ร้าน ให้ลูกค้ารู้สึก
อบอุ่น ใส่ใจลูกค้า
 - การค้นหาความต้องการของลูกค้า
- (4) กล้าคิดกล้าทำ(Courageous) มีดังนี้

- กล้าที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงโปรโมชันในขณะนั้น
- ใช้ความกล้าคิดกล้าทำในทางที่ถูกต้อง

2.3 ความสำคัญของพนักงานขายร้านทรู คอฟฟี่ในการสื่อสารตราทรู คอรัปอเรชั่น จำกัด มีดังนี้

1. พนักงานเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัททรู คอรัปอเรชั่น
2. พนักงานเป็นผู้สร้างความประทับใจต่อตราบริษัททรู คอรัปอเรชั่น