

การพัฒนาพนักงานด้าน Omnichannel

บริษัทฯ จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้าน Omnichannel ให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่หลากหลายของแต่ละกลุ่มธุรกิจ ซึ่งบูรณาการการดำเนินงานระหว่างร้านค้าปลีกและแบบออนไลน์ โดยในปีนี้มีโครงการที่โดดเด่น ได้แก่

โครงการ ความรู้ด้านช่องทางการขายใหม่ในกลยุทธ์ Omnichannel สำหรับส่วนงานปฏิบัติการ

บริษัทฯ จัดทำโครงการนี้เพื่อฝึกฝนให้พนักงานฝ่ายขายเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการของแพลตฟอร์ม Omnichannel และเรียนรู้วิธีการค้าปลีกผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงการอบรมเกี่ยวกับจุดเด่นและข้อจำกัดของช่องทางค้าปลีกแต่ละประเภท



แชท และซีอ็อป



เฟซบุ๊กไลฟ์



การขายผ่านโทรศัพท์

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ตัวอย่างเนื้อหาในหลักสูตร
พนักงานสามารถบริการลูกค้าผ่านช่องทางที่ไม่ใช่เสียง (Non-Voice Service)	เทคนิคการตอบคำถามลูกค้า เพื่อให้ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณพนักงานถามคำถาม – ตอบคำถาม เทคนิคการตอบคำถามลูกค้าในกรณีที่คุณพนักงานไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าดังกล่าว
พนักงานสามารถบริการลูกค้าผ่านช่องทางที่เน้นการนำเสนอผ่านตัวบุคคล (Demonstration Presenter)	ถามอย่างไร ให้มัดใจลูกค้า สินค้าหมด ไม่มีในสต็อก ทำยังไงดี
พนักงานสามารถบริการลูกค้าผ่านช่องทางที่มีการใช้เสียงอย่างเดียว (Voice Services)	ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ การขายแบบจัดการความคาดหวังของลูกค้า เพื่อยอดขายอย่างต่อเนื่อง

พนักงานเข้าร่วมโครงการจำนวน **1,351** คน

เงินลงทุนด้านการฝึกอบรมพนักงาน **100** ล้านบาท
ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงานบริษัทฯ ทั้งหมด

เพศ	ชั่วโมง/คน/ปี
หญิง	9.76
ชาย	8.97
ทั้งหมด	9.37
ชั่วโมงอบรมเฉลี่ย	9.45

พนักงานทั้งหมดที่เข้ารับการฝึกอบรมทุกประเภท

24,000 คน
ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงานแต่ละระดับ

ระดับ	ชั่วโมง/คน/ปี
ผู้บริหาร	8.90
ผู้จัดการ	10.18
ทั่วไป	8.99

หลักสูตรการฝึกอบรมที่ถูกพัฒนาขึ้นทั้งหมด **250** หลักสูตร
สัดส่วนของพนักงานที่รับการประเมินผลงานและการพัฒนาอาชีพ

พนักงาน	สัดส่วน (ร้อยละ)
หญิง	100
ชาย	100
ผู้บริหาร	100
ผู้จัดการ	100
ทั่วไป	100