

คำนำ

ตำราเรียนวิชา AD 325 การจัดการการบริการลูกค้า (Account Executive Management) จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นหนังสือเรียนสำหรับการเรียนการสอนวิชา AD 325 การจัดการการบริการลูกค้า เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้สอดคล้องกับคำบรรยาย กระบวนวิชาที่ได้กำหนดไว้ว่า “ศึกษาความสำคัญ ลักษณะงาน หน้าที่ และความรับผิดชอบของการให้บริการลูกค้า ความสัมพันธ์กับฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า จรรยาบรรณ ปัญหา และอุปสรรคของการจัดการการบริการลูกค้า” โดยได้แบ่งเนื้อหาทั้งหมดออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ฝ่ายบริการลูกค้าและผู้ประสานงานลูกค้า ประกอบด้วยบทที่ 1 และ 2 โดยกล่าวถึงงานในฝ่ายต่าง ๆ ของสำนักงานตัวแทนโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่ และความรับผิดชอบของตำแหน่งต่าง ๆ ในฝ่ายบริการลูกค้า รวมถึงความหมาย บทบาท การดำเนินงาน และคุณสมบัติของผู้ประสานงานลูกค้า

ส่วนที่ 2 การรับ รวบรวมข้อมูลและเขียนข้อมูลสำหรับจัดทำโฆษณา ประกอบด้วยเนื้อหาบทที่ 3 การรับและรวบรวมข้อมูลที่กล่าวถึง ความสำคัญ โครงสร้าง และการปฏิบัติตัวของผู้ประสานงานลูกค้าเกี่ยวกับการรับ และรวบรวมข้อมูล และบทที่ 4 บันทึกการประชุม และข้อมูลสำหรับจัดทำโฆษณา ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับความหมาย องค์ประกอบ และแนวปฏิบัติสำหรับการเขียนบันทึกการประชุม และข้อมูลสำหรับจัดทำโฆษณา ซึ่งเป็นงานหลักของผู้ประสานงานลูกค้า

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการตลาดสำหรับงานของผู้ประสานงานลูกค้า ประกอบด้วย บทที่ 5, 6 และ 7 โดยกล่าวถึงความรู้เกี่ยวกับการตลาด ส่วนประสมการตลาด และผู้รับสื่อเป้าหมาย ที่ผู้ประสานงานลูกค้าจะต้องทำความเข้าใจ และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จะทำโฆษณาได้

ส่วนที่ 4 การประสานงานกับหน่วยงานภายใน - ภายนอก สำนักงานตัวแทนโฆษณา ประกอบด้วย บทที่ 8 และ 9 โดยกล่าวถึงการประสานงานของผู้

ประสานงานลูกค้ากับหน่วยงานภายในสำนักงานตัวแทนโฆษณา (ฝ่ายต่าง ๆ ที่ร่วมกันทำงานโฆษณา) และกับหน่วยงานภายนอกสำนักงานตัวแทนโฆษณา ในที่นี้หมายถึงหน่วยราชการที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลการทำโฆษณา

ส่วนที่ 5 การเสนองานโฆษณาและปัญหา - การแก้ไขปัญหาจากการทำงานของผู้ประสานงานลูกค้า ประกอบด้วย บทที่ 10 การเสนองานโฆษณา โดยกล่าวถึงรายละเอียดเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ องค์ประกอบ ประเภท รวมถึงการเตรียมตัวเพื่อเสนองานโฆษณาของผู้ประสานงานลูกค้า และบทที่ 11 ปัญหาในการทำงาน และแนวทางแก้ไข ซึ่งเป็นเนื้อหาส่วนสุดท้ายที่กล่าวถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำงาน และแนวทางแก้ไขปัญหาเหล่านั้น

ในการจัดทำต้นฉบับตำราเล่มนี้ ขอขอบคุณ คุณอินทิรา ธนียผล ที่ได้กรุณาจัดพิมพ์ต้นฉบับทั้งหมดให้อย่างมีประสิทธิภาพดียิ่ง

ทั้งนี้ เพื่อให้เนื้อหา มีความสมบูรณ์มากที่สุด หากผู้อ่านท่านใดมีคำแนะนำเพิ่มเติม ขอได้โปรดแจ้งมายังภาควิชาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จักขอบคุณอย่างสูง

ชนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส