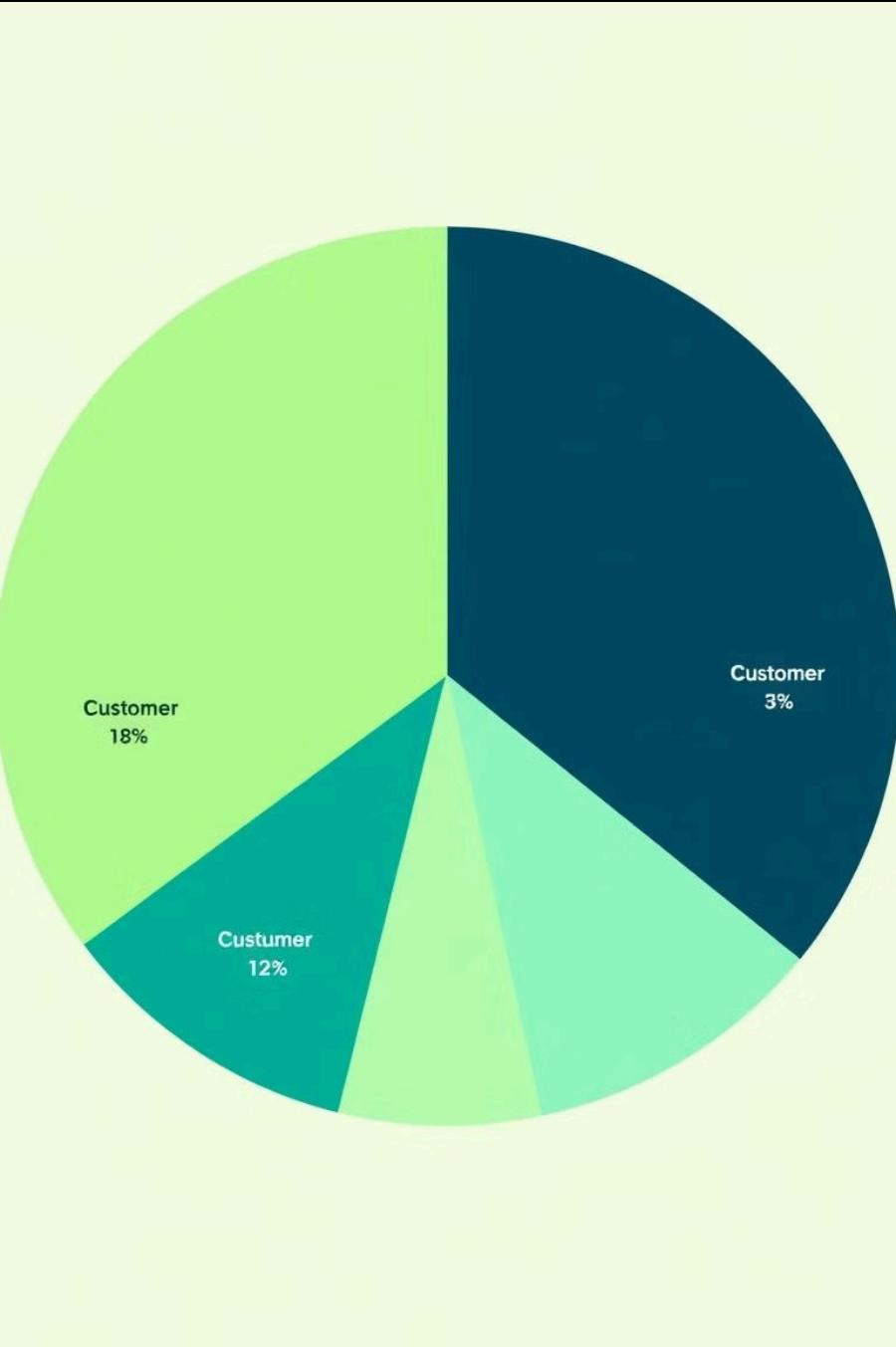




# วิเคราะห์ลูกค้า CRM และกลยุทธ์เพิ่มอัตราการซื้อขาย

นำเสนองานแบบกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการซื้อ และวิเคราะห์ลักษณะของแต่ละกลุ่ม

by พัลภาศ มีมูลกิจสกุล



## การแบ่งกลุ่มลูกค้า

ลูกค้าที่ซื้อซ้ำบ่อย  
ซื้อสินค้าบ่อย มี Brand Loyalty

ลูกค้าที่ซื้อเป็นครั้งคราว  
ซื้อเป็นบางครั้ง ตามโปรโมชัน

ลูกค้าที่อาจเลิกใช้บริการ  
ไม่ได้ซื้อสินค้าบ่อย



# ลูกค้าที่ซื้อชาบ់ំយ

1 ลักษณะ

ซื้อบ់ំយ, มี Loyalty, แนะนำ  
แบรนด์

2 โปรแกรมสะสมแต้ม

สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ

3 Exclusive Community

สร้างกลุ่มลูกค้า VIP

LIFE. A PRODUCETT, 19120

# RETARGETING RETARGETING

Lindmy Vanefs atid Fly, Your Clat Cater



SHOP NOW

[Relbits//lfaceatto.com](https://lfaceatto.com)

## ลูกค้าที่ซื้อเป็นครั้งคราว

- 1
- 2
- 3

ลักษณะ

ซื้อตามโปรโมชั่น, ยังไม่มี Loyalty

**Personalized Offers**

ส่งข้อเสนอตรงความสนใจ

**Retargeting Ads**

โฆษณาผ่าน Social Media



Made with Gamma



# ลูกค้าที่อาจเลิกใช้บริการ

1

ลักษณะ

ไม่ได้ซื้อของ, อาจเปลี่ยนแบรนด์

2

**Win-back Campaigns**

ข้อเสนอพิเศษให้กลับมา

3

สอบถาม **Feedback**

ทราบสาเหตุที่ไม่กลับมา



Made with Gamma

# สรุปแนวการเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำ

รักษาลูกค้าประจำ

สิกธิพิเศษและความสัมพันธ์ระยะยาว

กระตุ้นลูกค้าขาด

โปรโมชั่นและการตลาดเฉพาะบุคคล

ดึงลูกค้าที่กำลังจะเลิกใช้

แคมเปญ Win-back



Made with Gamma