

ทำไมต้อง Service Design? หาคำตอบให้ธุรกิจ สร้าง Skillset และ Mindset ผ่าน MICE Intelligence Talk 3: Service Design for MICE

ผ่านกันไปแล้วเป็นที่เรียบร้อยแล้วกับโครงการ MICE Intelligence Talk ครั้งที่ 3 หัวข้อ Service Design for MICE งานที่เป็นความร่วมมือของ TCEB โดย MICE Intelligence Center และ Techsauce เพื่อให้ความรู้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE โดยเฉพาะ โดยในครั้งนี้นี้ยังได้รับเกียรติจาก คุณเมษ ศรีพัฒนาสกุล CEO & Founder ของบริษัท ลูกคิด จำกัด และหัวหน้าทีมคิดเชิงออกแบบที่ Hasso Plattner Institute of Design ที่ Stanford (d.school) ผู้เชี่ยวชาญด้าน Design Thinking มาช่วยสร้างกิจกรรม Workshop ให้กับผู้ร่วมงานทุกคนได้ทดลองจริง และยังช่วยติดตามดูในการออกแบบ Service Design ที่เหมาะสมในยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเช่นนี้

เมื่อโลกเปลี่ยนไป ธุรกิจต้องเปลี่ยนตาม

คุณเมษ ศรีพัฒนาสกุล ได้กล่าวในช่วงเริ่มต้น Session ใ้ว่า “เมื่อโลกเปลี่ยนไป ธุรกิจต้องเปลี่ยนตาม” เพราะอย่างที่ทราบกันดีว่า โลกในปัจจุบันนี้เต็มไปด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม รวมทั้งผลกระทบสำคัญอย่าง COVID-19 ที่มาทำให้ทุก ๆ อย่างมันเปลี่ยนไป รุดหน้าไปรวดเร็วมากขึ้น และเมื่อเกิดสิ่งใหม่ขึ้นมา “วิธีการคิดแบบเดิม ๆ มักจะใช้ไม่ได้” โดยเฉพาะในภาคธุรกิจที่ต้องหาทางปรับตัวอย่างเร่งด่วน

และการสร้าง Service Design นั้น คุณเมษมองว่า ไม่ใช่สิ่งที่จะมาช่วยตอบสนองในช่วงของ COVID-19 เท่านั้น แต่มันจะช่วยสร้าง Mindset และ Skillset ที่จะช่วยให้ปรับตัวได้กับทุก ๆ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และจากการที่กิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจหันมาดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ อุตสาหกรรม MICE ก็เป็นอีกหนึ่งกิจการที่ต้องหันมาพึ่งช่องทางนี้เช่นกัน แต่การจะนำเครื่องมือมาใช้ นั้น จะต้องอาศัยความเข้าใจ ทักษะ และแนวทางการออกแบบการบริการ (Service Design) เพื่อให้ปรับเปลี่ยนธุรกิจไปในทางที่ดีขึ้นได้

แล้วทำไมต้อง Service Design?

หลายครั้งที่พูดถึง Service Design หลายคนอาจจะสับสนว่าจริง ๆ แล้วมันสำคัญอย่างไร และจะนำมาใช้ในการทำธุรกิจได้อย่างไร

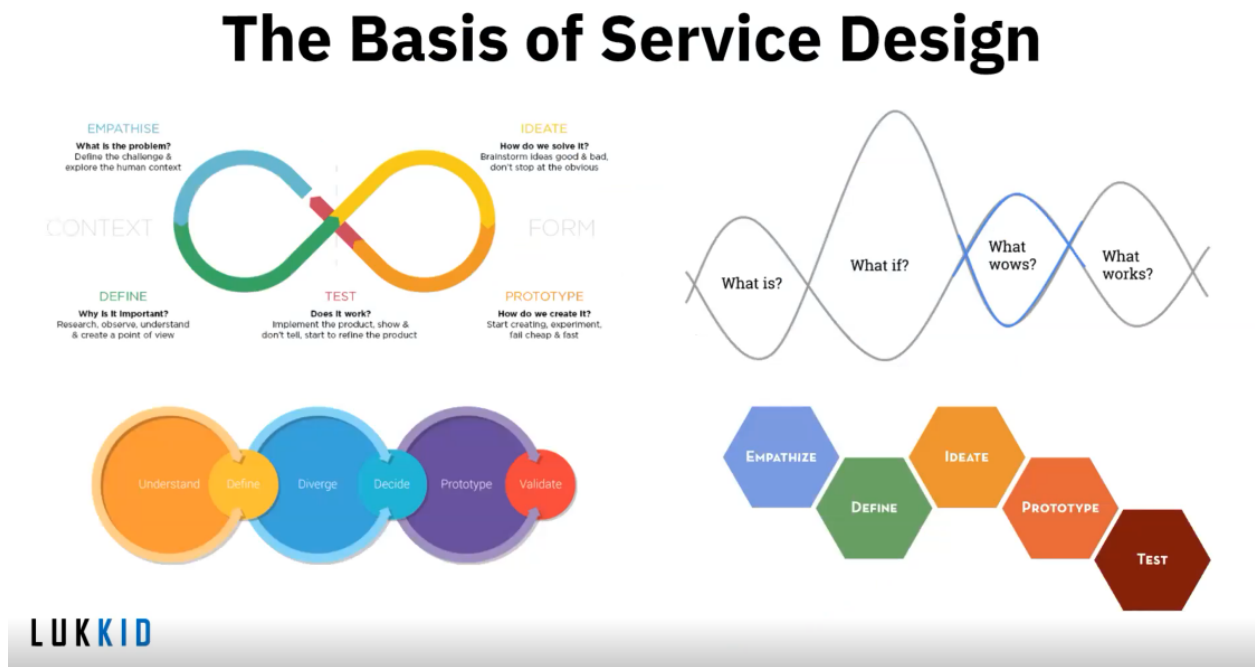
จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น คุณเมษ มองว่า เราไม่สามารถรับมือได้ หากไม่ลองทำความเข้าใจกับ 3 ประเด็นนี้ คือ

- **ความคิดสร้างสรรค์อย่างเดียวไม่พอ:** การจะรับมือกับความเปลี่ยนแปลง มีเพียงความคิดสร้างสรรค์อย่างเดียวไม่พอ ถึงแม้ว่าความคิดสร้างสรรค์นั้นจะมีความพิเศษ ความน่าสนใจมากเพียงไร แต่หากผลที่ออกมาไม่สามารถตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายได้ ก็เปล่าประโยชน์ ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์จะต้องมาควบคู่กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเสมอ
- **ขุดแต่เทคโนโลยีไม่ได้:** ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะเข้ามาช่วยให้เกิดการพัฒนามากมาย แต่จะหยิบยกเอาเทคโนโลยีขึ้นมาเพียงอย่างเดียวไม่ได้ แต่ต้องศึกษาพฤติกรรมของคน นำมาปรับใช้ และเชื่อมโยงต่อระหว่างคนกับเทคโนโลยีให้สามารถเดินไปด้วยกันได้ด้วย
- **ภาพรวมของประสบการณ์มีหลายปัจจัย:** อย่างที่เราทราบกันดีว่า คนแต่ละคนมีประสบการณ์หรือการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการทำธุรกิจ จะเข้าใจเพียงการตลาด (Marketing) อย่างเดียวไม่ได้ แต่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยของกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยการจัดการหน้าบ้าน/ หลังบ้าน รวมทั้งปัจจัยสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ มาเกี่ยวข้องด้วย ก่อนหน้านี้หลายคนอาจจะเคยเห็น “การตลาด 4P” มาก่อน ซึ่งมันจะประกอบไปด้วย Product, Price, Place, Promotion แต่การใช้การออกแบบ Service

Design จะต้องคำนึงถึง 7P คือ เพิ่มมาอีก 3 ปัจจัย ได้แก่ People, Process และ Physical Environment ด้วย

ดังนั้น การจะเริ่มต้น Service Design จะมีเพียงความคิดสร้างสรรค์อย่างเดียวไม่ได้ ชุดเทคโนโลยีไม่ได้ และต้องมองเห็นภาพรวมของการทำธุรกิจ ด้วยการหยิบเอาประสบการณ์หลาย ๆ ด้านมาผนวกเข้ากับการตลาดในปัจจุบัน ถึงจะทำให้เกิดการออกแบบรูปแบบธุรกิจที่ตอบรับกับการเปลี่ยนแปลง

เริ่มต้นที่พื้นฐานของ Service Design ด้วยการมองย้อนกลับไปปัญหา



สำหรับคอนเซ็ปต์ของ Service Design จะมีความคล้ายคลึงกับ Design Thinking ซึ่งหลาย ๆ แห่งที่มีชื่อเสียงด้าน Service Design ก็มีการสร้าง และออกแบบคอนเซ็ปต์ของ Service Design ไว้ในรูปแบบต่างกัน มีขั้นตอนการดำเนินการที่แตกต่างกันไป แต่จะมีส่วนหนึ่งที่เหมือนกันเสมอ คือ การเริ่มต้นด้วยการมองหา และทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น

คุณเมษ์ กล่าวว่า การเริ่มต้นในการแก้ปัญหาต่าง ๆ มีหลายครั้งที่เราจะมุ่งไปหาทางแก้ปัญหาเลย แต่ลืมกลับ ไปมองว่าจริง ๆ แล้วปัญหานั้นคืออะไร ไม่ได้ทำความเข้าใจมันอย่างชัดเจน ทำให้ดำเนินการไปในทางที่ไม่ ถูกต้อง หรือเกิดความผิดพลาดอยู่บ่อยครั้ง

และการร่วมกันเรียนรู้ผ่านการ Workshop ในครั้งนี้ จะเน้นไปที่การเริ่มต้นออกแบบและทำความเข้าใจผ่าน กระบวนการ Service Design ผ่าน 3 วิธี คือ

SERVICE DESIGN GUIDE + TOOLS



HEART



HEAD



HAND

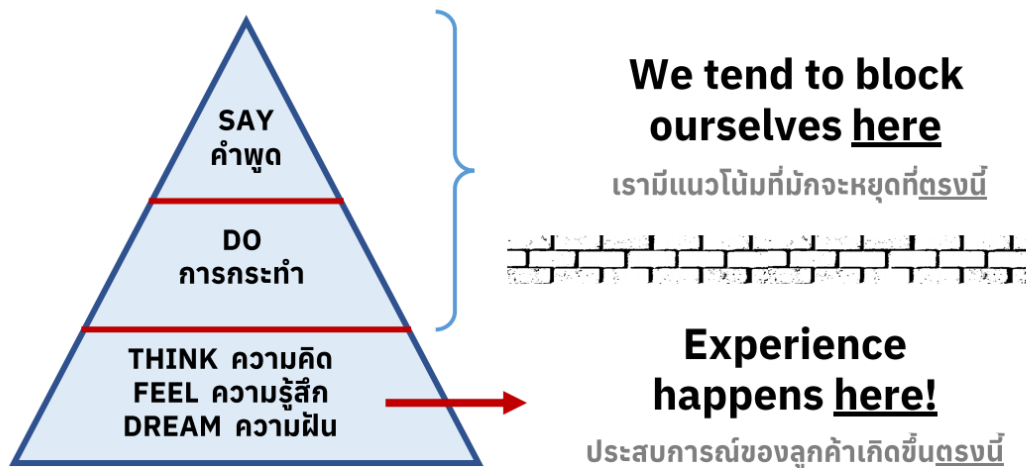
LUKKID

- **Heart:** เริ่มต้นที่การมองย้อนกลับไปทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นก่อน
- **Head:** จากนั้นค่อยใช้หัวในการคิดฟุ้ง เพื่อหาวิธีการแก้ปัญหาในหลากหลายรูปแบบ
- **Hand:** และท้ายที่สุดคือ การลงมือทำจริง โดยใน Workshop ครั้งนี้ คือ การออกแบบ Blueprint สำหรับธุรกิจ

ภาพรวมการออกแบบ Service Design ผ่านการทำ Workshop

ในการเรียนรู้ Skillset สร้าง Mindset ผ่านการทำ Workshop เพื่อช่วยคิดหาวิธีการแก้ปัญหาเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางของ Service Design คุณเมษ์ เริ่มต้นด้วยการเจาะไปที่วิธี Head คือ การมองย้อนไปมองปัญหา เพื่อให้เห็นภาพว่าจริง ๆ แล้วลูกค้าต้องการอะไร

Empathy = Deep Connection



LUKKID

ซึ่งการจะมองปัญหาให้เจอสามารถเริ่มต้นได้ง่าย ๆ ด้วยการสอบถามตรง ๆ ไปที่ลูกค้า แต่การเริ่มต้นด้วย Survey หรือการทำแบบสอบถาม คำตอบจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะสามารถตอบได้เพียง What แต่ไม่ได้คำตอบที่เป็น Why เพราะฉะนั้นการสอบถามถึงมุมมองเชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายจึงสำคัญมาก ๆ เพื่อให้เกิดไอเดียในการทำธุรกิจ การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายจะเกิดขึ้นได้จาก 3 สิ่ง คือ การฟัง การสังเกต และการร่วมประสบการณ์ สิ่งเหล่านี้จะทำให้เราเข้าใจความต้องการของผู้อื่นได้ลึกมากขึ้น และจะมีผลดีต่อการมาต่อยอดไอเดียของเรา

จากการเริ่มต้นด้วย Head ในส่วนนี้ได้มีการเริ่มทำ Workshop ผ่านการคิด Persona โดยได้มีการให้ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน คิด Persona ขึ้นมา เพื่อให้เห็นภาพรวมว่าปัญหาที่เจอนั้นคืออะไร ด้วยการให้แตกประเด็น Framework ออกมาว่า Persona นั้นต้องการอะไร เพราะอะไร แต่มีปัญหายังไงจึงทำให้ความต้องการนั้นเกิดขึ้นไม่ได้

ต่อมาเมื่อมองเห็นถึงปัญหาของ Persona นั้นแล้วจะมาสู่ขั้นตอนของ Heart หรือการคิดฟังเพื่อหาคำตอบ ในส่วนนี้ จะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานได้ตั้งคำถามว่า จะทำอย่างไรเพื่อให้สามารถตอบโจทย์กับความต้องการของ Persona นั้น ๆ ได้ ด้วยคำถาม “How Might We” หรือ “เราจะ...ได้อย่างไร?” การคิดคำถามในแนวนี้จะช่วยชี้ให้เห็นภาพมากขึ้นว่าปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายมีนั้น จะมีวิธีการจัดการอย่างไร โดยมีเทคนิคสำคัญในการตั้งคำถามคือ จะต้องไม่มองหาคำตอบในทันที ต้องไม่มีความกังวลว่าจะตอบคำถามนั้น ๆ ไม่ได้ หรือจะต้องไม่คิดไปก่อนว่าคำถามนั้นจะตอบอย่างไร ความต้องการในส่วนนี้ คือ อยากให้ผู้ร่วมงานทุกคนได้คิดฟัง ตั้งคำถามต่าง ๆ ขึ้นมาให้ได้ก่อน

หลังจากได้คำถามมา ถึงจะค่อยมาทำการ Brainstorming ร่วมกันคิด มองหาคำถามไหนน่าจะตอบโจทย์มากที่สุด และดึงเอาคำถามนั้นออกมา เพื่อหาวิธีการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง โดยไอเดียการแก้ปัญหา ก็เป็นการคิดฟังเช่นกัน โดยที่ทุกคนไม่จำเป็นต้องคิดมาก หากมีไอเดียอะไรก็สามารถแลกเปลี่ยน หรือเสนอลงไปได้เลย เพื่อให้มีความหลากหลายนั่นเอง

ต่อมาเมื่อมีไอเดียการแก้ปัญหาแล้ว ลำดับต่อไปจะเป็นส่วนของ Hand คือ การวางแผน User Journey ซึ่งจะเป็นการวางแผนขั้นต้นว่า ในการดำเนินงานส่วนนี้จะทำอย่างไร หรือเป็นการวางแผนการทำงานเป็นลำดับขั้นตอนอย่างง่าย เช่น ในการจะจัดงานสัมมนาแบบออนไลน์เพื่อให้ชาวต่างชาติได้เข้าร่วม และได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยเหมือนเดินทางมาประเทศจะทำอย่างไร โดยจะแบ่งเป็นขั้นตอนตั้งแต่ก่อนเริ่มงานว่ามีการจัดเตรียมอะไร ต่อมาด้วยการดำเนินงานในวันที่มีกิจกรรม และท้ายที่สุดเป็นหลังกิจกรรมว่าจะทำสิ่งใดบ้าง ซึ่งสิ่งที้ออกมาคือการสร้าง Customer Journey และออกมาเป็น Blueprint ในการดำเนินธุรกิจ

เสียงตอบรับจากผู้เข้าร่วมงาน

จากการจัดงานเมื่อวันที่ 2 สิงหาคมที่ผ่านมาในรูปแบบออนไลน์ มีผู้เข้าร่วมที่ได้รับการคัดเลือกทั้งสิ้น 53 คน และผลตอบรับจากผู้เข้าร่วมโครงการนับว่าดีมาก โดยผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่ชื่นชอบ และได้รับไอเดียใหม่ ๆ นำไปปรับใช้กับธุรกิจได้ โดยหนึ่งในนั้นคือ คุณ Panumed Srithong ตำแหน่ง Sales Coordinator จาก Lancaster Bangkok บอกว่า “กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นมีความสนุกสนาน ได้รับความรู้และแนวความคิดใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปต่อยอดได้ และวิทยากรก็มีการบรรยายเนื้อหาได้ครบถ้วน และน่าฟัง” นอกจากนี้แล้วทางคุณ วรรษฎ พนมไพฑูรย์ Head of MICE, Travel Experiences and Reservations จาก Destination Asia Thailand มองว่า กิจกรรม Workshop ในครั้งนี้ “เป็นโปรแกรมที่มีการจัดกระบวนการความคิดที่ยอดเยี่ยม” และสามารถนำไปใช้ได้จริง นำความรู้และกระบวนการคิดเหล่านี้ ไปต่อยอดได้กับธุรกิจ เพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และอาจจะเกิดขึ้นอีกในอนาคต

คุณ Poonaphit Pothithakul ตำแหน่ง Director of Sales & Marketing จาก Swisshotel Bangkok Ratchada มองว่า จากการเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ “ได้รับข้อมูลใหม่ ๆ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมทีม สร้างความคิดใหม่ ๆ ไอเดียต่าง ๆ มาปรับใช้ในองค์กร เพื่อก้าวสู่การขับเคลื่อนธุรกิจ และสร้าง Passion ให้ตัวเองและทีมงานต่อไปได้”

จะเห็นได้ว่า ทั้งไอเดีย และการทำงานร่วมกันส่งผลให้การเรียนรู้ Service Design เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และช่วยให้สามารถนำไปปรับใช้กับการทำงานจริง ๆ ได้มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม เรายังต้องยอมรับว่าในทุกวันนี้เทคโนโลยีก็ถือเป็นสิ่งสำคัญไม่แพ้กับสิ่งอื่น ดังนั้น การจะนำมาใช้กับธุรกิจก็จะสามารถช่วยให้รับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ แต่อย่างไรก็ตามจะต้องใช้อย่างเข้าใจ และจากการ Workshop ครั้งนี้ก็มีผลตอบรับที่ดีด้านเทคโนโลยีเช่นกัน โดยคุณ เมธัส จิวาลัย ผู้ดำรงตำแหน่ง Director of Sales จาก SO/ Bangkok ได้พบว่า นอกจากจะ “ได้หลักการที่นำไปใช้ได้ เพื่อใช้แก้ปัญหา หรือ สร้างสรรค์แนวทางใหม่ ๆ” แล้ว ยัง “ได้เห็นวิธีการมองปัญหาในอีกรูปแบบหนึ่ง และ คิดหาทางแก้ได้อย่างมีระบบ” และที่สำคัญคือ “ได้เห็น technology ในการทำประชุมออนไลน์แบบ interactive” ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ รวมทั้ง “ได้แลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะและความคิดใหม่ ๆ”

และห้ามพลาดสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE กับงาน MICE Intelligence Talk ครั้งที่ 4: Data Driven Marketing for MICE ที่จะมาเสริมทักษะ ดิดอาวุธด้าน Data Analytics ศาสตร์พื้นฐานในของการวิเคราะห์ข้อมูล และเป็นตัวช่วยสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ในปัจจุบัน ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับอุตสาหกรรม MICE

พบกันเร็ว ๆ นี้ทาง [Techsauce](#) และ [MICE Intelligence Center](#)