

- Ⓒ Customer
- Ⓐ Advance
- Ⓡ Relationship
- Ⓔ Ethic

เทคนิคในการสร้างความประทับใจในการบริการ

(Service Mind)

อาจารย์เอกนรินทร์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา



TABLE OF CONTENT

1. Service Mind

การบริการด้วยใจ

2. Key of Service Excellence

กุญแจสำคัญสู่การบริการที่เป็นเลิศ

3. Customer Behaviour

รู้จัก เข้าใจและสื่อสารบนความแตกต่างของลูกค้าได้

4. การสื่อสารเพื่อสร้างความประทับใจ

เทคนิคการสื่อสารเพื่อสร้างความประทับใจด้วย 3V

5. Empathic Listening

การฟังเพื่อความเข้าใจ

6. EQ

การบริหารจัดการอารมณ์ในสถานการณ์ต่างๆ

Episode 1

Service mind

การบริการด้วยใจ

วิสัยทัศน์

กรุงเทพประกันภัย มุ่งเป็นที่สุดในใจลูกค้า

เราจะก้าวไปข้างหน้าอย่างโดดเด่นด้วย

- สินค้าและบริการที่หลากหลายตรงใจลูกค้า
- ตอบสนองฉับไว สร้างความประทับใจในบริการ
- บุคลากรคุณภาพ ก้าวทันนวัตกรรม
- ดำรงไว้ซึ่งองค์การคุณธรรม

C A R E Competency



C: Customer

A: Advance

R: Relationship

E: Ethic

OUR CUSTOMER

1. ลูกค้าภายนอก ได้แก่ ผู้ที่มาซื้อประกันภัย บริษัทคู่ค้า
บริษัทพันธมิตร
2. ลูกค้าภายใน ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน พนักงานภายในบริษัท



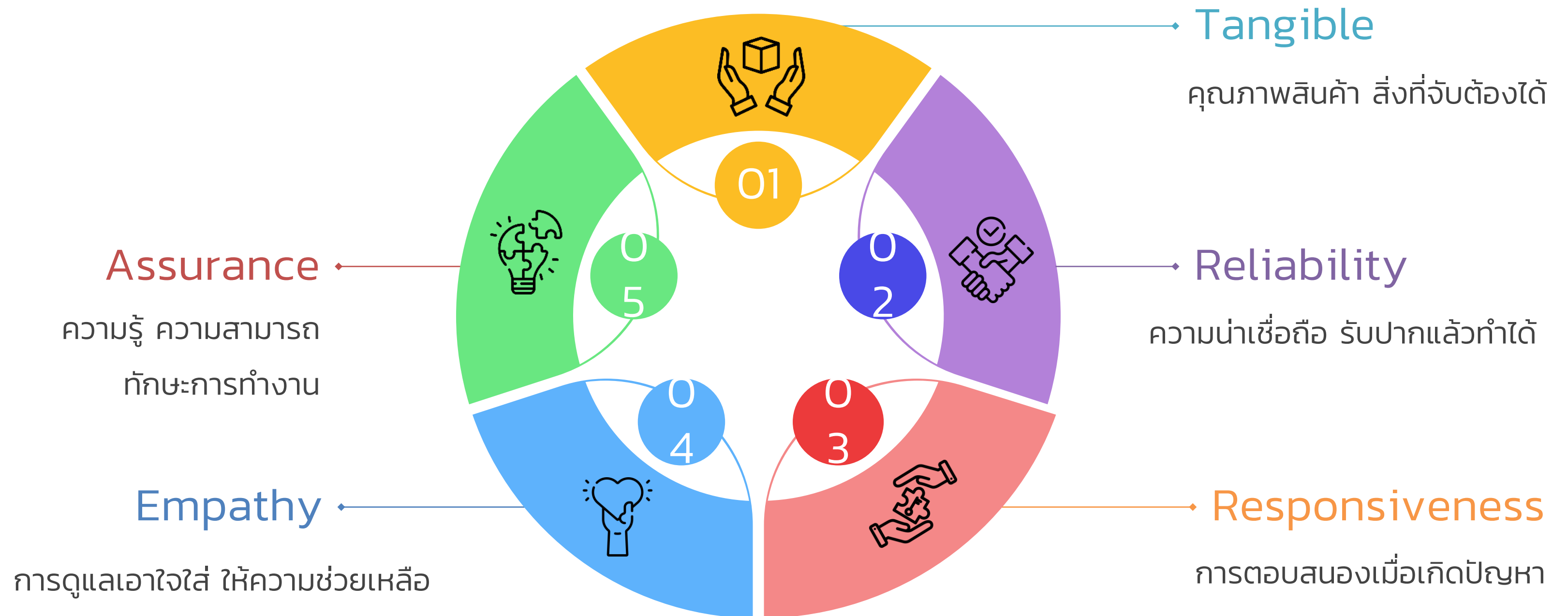
Episode 2

Key of Service Excellence

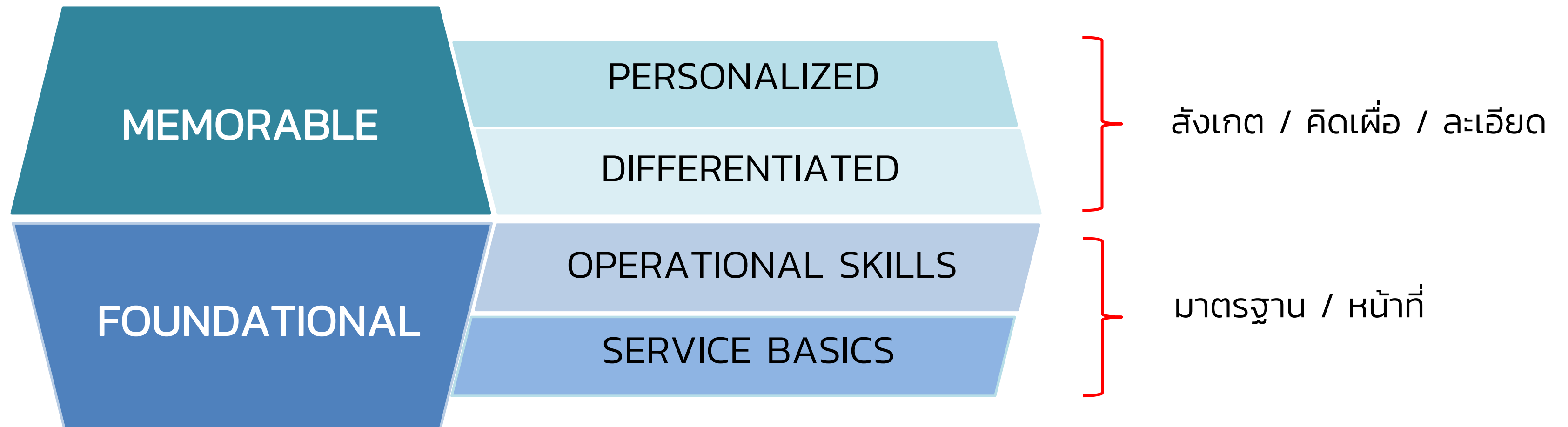
กุญแจสำคัญสู่บริการที่เป็นเลิศ

5 Service Quality

(การรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้า 5 ข้อ)



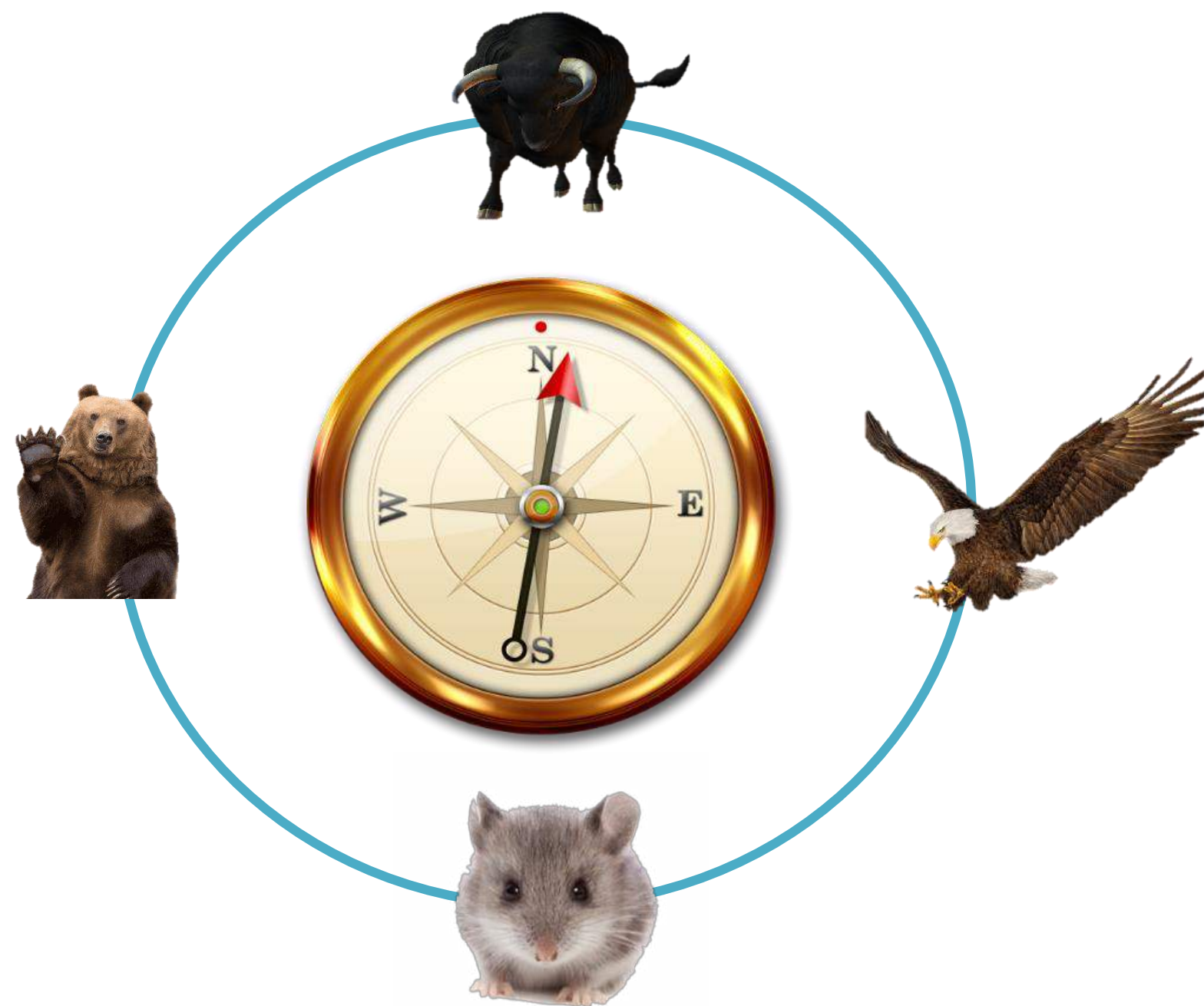
KEY OF SERVICE EXCELLENCE



Episode 3

Customer Behaviour

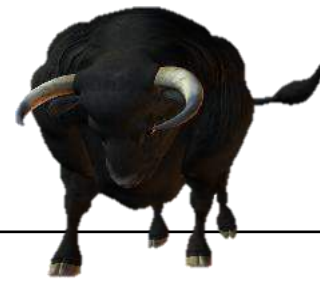
พฤติกรรมลูกค้า 4 แบบ



สัตว์ 4 ทิศ

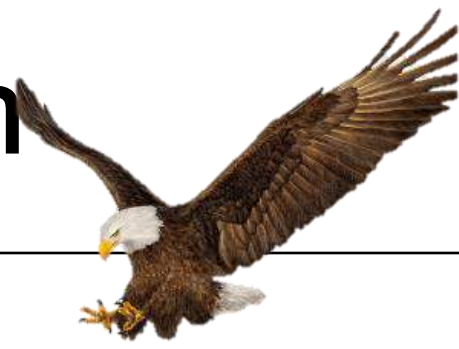
การอ่านคน / แรงจูงใจ / การสื่อสาร

กระทิง : นักปฏิบัติ



<u>คำบ่งชี้</u> ▪ ชอบการแข่งขัน ▪ กล้าหาญ ▪ มีอำนาจ ▪ ตรงไปตรงมา ▪ แน่วแน่ มั่นคง	<u>คุณลักษณะทั่วไป</u> ▪ มุ่งผลลัพธ์ ▪ ลงมือทันที ▪ ชอบงานท้าทาย ▪ ตัดสินใจเร็ว ▪ ไม่ชอบอะไรเดิมๆ ▪ ชอบแก้ปัญหา
<u>สิ่งที่จูงใจ</u> ▪ ได้ควบคุมสภาพแวดล้อม ▪ ได้ชี้นำการกระทำผู้อื่น ▪ โอกาสใหม่ๆ ความท้าทาย ความก้าวหน้า	<u>สิ่งที่ลดแรงจูงใจ</u> ▪ ถูกตรวจสอบ ▪ จำกัดความรับผิดชอบ ▪ ถูกควบคุม จับตามอง ▪ งานเดิมๆ ไม่ท้าทาย ▪ ได้รับทรัพยากรจำกัด
<u>คุณค่าต่อองค์กร</u> ▪ ผลักดันให้บรรลุเป้าหมาย ▪ ดำเนินงานอย่างรวดเร็ว ▪ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ กล้าทำ ▪ ปัญหาใหม่ๆ คือ ความท้าทาย	<u>ภายใต้ความกดดัน</u> ▪ พุดจาบวานผ่าซาก ▪ โกรธง่าย ▪ เพด็จการ
กลัว... ▪ การถูกเอาเปรียบสูญเสียการควบคุม	

อินทรี : นักเจรจา



<u>คำบ่งชี้</u> ▪ มีเสน่ห์ ▪ มองโลกในแง่ดี ▪ เห็นอกเห็นใจผู้อื่น ▪ ชอบเข้าสังคม ▪ ชักจูง โน้มน้าว	<u>คุณลักษณะทั่วไป</u> ▪ ชอบสมาคม สังสรรค์ ▪ ช่างพูด ช่างเจรจา ▪ กระตือรือร้น ▪ สนุกสนาน ▪ ไวใจคนง่าย
<u>สิ่งที่จูงใจ</u> ▪ ได้พูดคุยกับผู้อื่น ▪ ได้รับการโต้ตอบกลับ ▪ การท้าทายอย่างกระตือรือร้น ▪ การรับรู้ในความรู้สึกร	<u>สิ่งที่ลดแรงจูงใจ</u> ▪ เพื่อนร่วมงานที่ไม่ค่อยเป็นมิตร ▪ จำกัดเวลาทำงานที่ชัดเจน ▪ การมองโลกในแง่ร้าย ▪ งานรายละเอียดเยอะๆ ▪ การไม่เป็นที่ยอมรับ
<u>คุณค่าต่อองค์กร</u> ▪ ชักจูงผู้อื่นให้สนับสนุนองค์กร ▪ ติดต่อประสานงาน ▪ สร้างความกระตือรือร้น ต่างๆ ▪ ความบันเทิง กิจกรรม	<u>ภายใต้ความกดดัน</u> ▪ พุดเกินจริง ▪ สัญญาไปเรื่อย ▪ อารมณ์เหนือเหตุผล
กลัว... ▪ การถูกปฏิเสธและการไม่เป็นที่ยอมรับ	

หนู : นักประสาน



<u>คำบ่งชี้</u> ▪ นำเชือกถ้อย ไขว้ใจได้ ▪ สุขุม ผ่อนคลาย ▪ เก็บตัว ▪ อดทน มั่นคง ▪ เป็นผู้ฟังที่ดี	<u>คุณลักษณะทั่วไป</u> ▪ สุขุม รอบคอบ ▪ สม่ำเสมอ ▪ ใจเย็น อดทนได้ดี ▪ ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ▪ สร้างความปรองดอง
<u>สิ่งที่จูงใจ</u> ▪ ได้ร่วมมือกับผู้อื่น ▪ กำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบให้ชัดเจน ▪ ให้สิ่งอำนวยความสะดวก ▪ ความมั่นคงในงาน	<u>สิ่งที่ลดแรงจูงใจ</u> ▪ การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ไม่คาดคิด ▪ การแข่งขัน ความก้าวร้าว ▪ ไม่ได้ได้รับความร่วมมือ ▪ การเพิกเฉยหน้า
<u>คุณค่าต่อองค์กร</u> ▪ ทำงานได้มั่นคง สม่ำเสมอ ▪ ไกล่เกลี่ยให้เกิดความปรองดอง ▪ สุขุม ใจเย็น เป็นผู้ฟังที่ดี ▪ อยู่กับความเต็มๆได้	<u>ภายใต้ความกดดัน</u> ▪ รู้สึกริษไม่มั่นคง ไม่ปลอดภัย ▪ ถอนตัว ▪ ต่อด้านการเปลี่ยนแปลงอย่างเจียบๆ
กลัว... ▪ การเปลี่ยนแปลง ความไม่มั่นคง	

หมี : นักวิเคราะห์



<u>คำบ่งชี้</u> ▪ มีวินัย รอบคอบ ▪ ให้ความสำคัญ ▪ อดทน ยึดมั่น ▪ อดทน ยึดมั่น ▪ อดทน ยึดมั่น	<u>คุณลักษณะทั่วไป</u> ▪ ใส่ใจในการวางแผน ▪ สนใจในรายละเอียด ▪ วิเคราะห์เก่ง ▪ ทำงานเป็นขั้นตอน ▪ ตรวจสอบความถูกต้อง
<u>สิ่งที่จูงใจ</u> ▪ ความถูกต้อง ▪ ความเป็นระเบียบแบบแผน เป็นระบบ ▪ คุณภาพ มาตรฐาน ▪ ให้ Feedback ที่เจาะจง	<u>สิ่งที่ลดแรงจูงใจ</u> ▪ การเปลี่ยนแปลง ความไม่แน่นอน ▪ การเร่งรีบ ▪ การถูกบังคับให้เข้าสังคม ▪ การถูกวิจารณ์ ▪ การขาดคุณภาพ
<u>คุณค่าต่อองค์กร</u> ▪ ทำงานตามมาตรฐานเพื่อหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาด ▪ ควบคุมคุณภาพ ความถูกต้อง ▪ ลงรายละเอียด ▪ วิเคราะห์ทางเลือก ▪ ปฏิบัติตามนโยบาย	<u>ภายใต้ความกดดัน</u> ▪ มองโลกในแง่ร้าย ▪ วิพากษ์วิจารณ์ทั้งกับตัวเองและผู้อื่น ▪ กังวลใจ วิตก ซึมเศร้า
กล่าว... ▪ การถูกตำหนิ วิพากษ์วิจารณ์	

เทคนิคการอ่านคนด้วย

กระทิง



Verbal	▪ สั่งมากกว่าถาม ▪ พูดมากกว่าฟัง ▪ ขวานผ่าซาก ตรงประเด็น
Vocal	▪ น้ำเสียงดุดัน ห้วนๆ ▪ พูดเสียงดัง พูดเร็ว ▪ สำเนียงท้าทาย
Visual	▪ จ้องตา ไม่สบตา ▪ ออกอาการง่าย ไม่อดทน ▪ เคลื่อนไหวรวดเร็ว

อินทรี



Verbal	▪ ชอบเล่าเรื่องราวต่างๆ ▪ แสดงออกความรู้สึกส่วนตัว ▪ ชอบพูดนอกเรื่อง
Vocal	▪ เล่นสำเนียง มีจังหวะการพูด ▪ พูดเหมือนเล่นละคร ▪ พูดเสียงดัง พูดเร็ว
Visual	▪ แสดงออกทางสีหน้าชัดเจน ▪ ชอบเคลื่อนไหวร่างกาย มือ ตั้ว เก้า ▪ คล่องแคล่ว ไม่หยุดนิ่ง

หมี



Verbal	▪ เน้นข้อเท็จจริงและตัวงาน ▪ พูดสำรวจ เป็นทางการ ▪ ชอบเขียน มากกว่าพูด
Vocal	▪ น้ำเสียงเรียบๆ พูดไม่เน้นสำเนียง ▪ ชอบเขียน มากกว่าพูด ▪ พูดช้า
Visual	▪ ไม่ค่อยแสดงออกทางสีหน้า ▪ ไม่ค่อยออกกิริยา ท่าทาง ▪ เคลื่อนไหวช้า

หนู



Verbal	▪ ถาม มากกว่า สั่ง ▪ ฟัง มากกว่า พูด ▪ เจียบๆ ไม่ค่อยพูด
Vocal	▪ น้ำเสียงเรียบๆนิ่งๆ แม้จะไม่พอใจ ▪ น้ำเสียงไม่ก้าวร้าวแต่นุ่มนวล ▪ พูดช้า
Visual	▪ ไม่ชอบสบตา ▪ แสดงความอดทน ▪ ช้าๆเนิบๆ

Episode 4

การสื่อสารเพื่อสร้างความประทับใจด้วย 3V

VERBAL / VOCAL / VISUAL

3V COMMUNICATION

คำพูด	VERBAL	7%
น้ำเสียง	VOCAL	38%
ภาษากาย	VISUAL	55%



Service Excellence Language



พูดให้ยาวมากกว่า 1 ประโยคเสมอ

ไม่ควรตอบหรือพูดห้วนๆสั้นๆ แต่ให้ตอบยาวกว่า 1 ประโยคเสมอ



เรียกลูกค้าด้วย “ชื่อ” เสมอ

หากรู้ชื่อให้เรียกชื่อลูกค้า หากไม่รู้ให้ถาม ถ้าไม่แน่ใจให้เรียก “คุณลูกค้า” ระมัดระวังการเรียกด้วยสรรพนามที่เป็นกันเอง เช่น พี่ น้อง ลุง ป้า



มีมารยาท สุภาพ ระมัดระวัง

ใช้คำพูดสุภาพ มีมารยาทกับลูกค้า ไม่เฟลोटัวเป็นกันเองกับลูกค้ามากจนเกินไป

1. คำพูดกันกระแทก (Bumper Speech)

ลำดับ	คำพูด	วัตถุประสงค์
1	“ไม่ทราบค่ะ...”	- เมื่อต้องการถามความสะดวก - ให้ลูกค้าเลือก 2 ทางเลือก
2	“ผม/ดิฉันขออนุญาต...”	- ต้องคุยเรื่องส่วนตัว - หยิบสิ่งของ ขอสิ่งของ ขอลุกจากที่นั่ง ขอนั่งข้างลูกค้า
3	“ขอบพระคุณที่รอค่ะ/ครับ...”	- เมื่อกลับมาให้บริการอีกครั้ง - เมื่อกลับมาพูดสายอีกครั้ง
4	“ขอโทษ/ขอภัยนะคะ/ครับ...”	- เมื่อให้ลูกค้ารอนาน - กำลังจะบอกร้องในสิ่งที่รบกวนลูกค้า เช่น ขอเอกสาร
5	“ขอบคุณค่ะ/ครับ , “ขอบพระคุณมากค่ะ/ครับ”	รับสิ่งของ ได้รับคำชม
6	“อย่างไรก็ตามค่ะ/ครับ”	จำเป็นต้องปฏิเสธลูกค้า เมื่อไม่สามารถดำเนินการให้ได้ พร้อมเสนอแนวทางอื่นๆเพิ่มเติม

2. คำพูดเสนอทางเลือก

คำพูดไม่ให้เกียรติ	คำพูดนุ่มนวล
<u>ลักษณะคำพูด</u> ต้อง...แบบนี้...ไปเลย...เท่านั้น	<u>ลักษณะคำพูด</u> • ขอเสนอทางเลือก... • จะดีกว่าไหมถ้าเรามาหาทางออกร่วมกัน
<u>ตัวอย่างประโยค</u> • “ต้องส่งเอกสารมาก่อนถึงจะทำให้ได้ค่ะ” • “เอาเอกสารคืนไปก่อนเลยแล้วกันค่ะ” • “เชิญทางโน้นค่ะ”	• “ผมขอเสนอทางเลือกดังนี้...” • “ขอบคุณสำหรับข้อมูลครับ ผมยินดีเสนอแบบ...และ...สำหรับคุณอุ่นใจครับ” • “ไม่ทราบว่าคุณอุ่นใจสนใจเป็นแบบไหนดีค่ะ ซึ่งแต่ละแบบจะมีข้อดีที่แตกต่างกันออกไปค่ะ”

3.เทคนิคการพูดปฏิเสธลูกค้าเชิงบวก AGO

Apologize: กล่าวขอโทษที่ไม่สามารถทำตามความต้องการได้

Give the reason: ให้เหตุผลว่าเพราะอะไรถึงไม่ได้

Offer: เสนอทางเลือกอื่นที่เป็นไปได้ที่ใกล้เคียงที่สุด

1. “ผม**เข้าใจ**ถึงความต้องการของคุณอุ่นใจเป็นอย่างดี ผมต้อง**ขอภัย**ด้วยจริงๆที่ไม่สามารถ...
ได้เนื่องจาก...”
2. “ผม**ขออนุญาตเสนอทางเลือก**ที่ดีที่สุดเป็น...หรือ...”
3. “ไม่ทราบว่าคุณอุ่นใจสะดวกเป็นทางเลือกไหนดีครับ”
“ผมจะรีบประสานงานให้ทันทีครับ ผมต้องขอภัยอีกครั้งในความไม่สะดวกครั้งนี้ด้วยนะครับ”

4. คำพูดให้ความอุ่นใจ

คำพูดไม่ให้เกียรติ	คำพูดนุ่มนวล
คำพูดที่แสดงถึงความไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน <u>ลักษณะคำพูด</u> จะพยายามทำ...จะดูให้...จะดูแล... ไม่แน่ใจว่าจะได้ไหมค่ะ...	คำพูดที่ชี้แจงรายละเอียดเพื่อเพิ่มความอุ่นใจ <u>ลักษณะคำพูด</u> “จะแจ้งความคืบหน้าให้ทราบภายใน...” “เมื่อได้ข้อมูลครบแล้ว จะรีบดำเนินการให้ทันที”
<u>ตัวอย่างประโยค</u> • “ไม่ต้องห่วงนะคะ ดิฉันจะดูแลให้” • “ดิฉันจะพยายามโทรกลับโดยเร็วนะคะ”	<u>ตัวอย่างประโยค</u> • “ขอบพระคุณสำหรับข้อมูลค่ะ ดิฉันจะรีบติดต่อเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเพื่อรีบดำเนินการแก้ไขให้ทันที ดิฉันขออนุญาตโทรกลับมาเพื่อแจ้งความคืบหน้าก่อนเที่ยงของวันพรุ่งนี้ คุณอุ่นใจสะดวกไหมค่ะ”

5. คำพูดแสดงความยินดีที่ให้บริการ

คำพูดไม่ให้เกิดเกียรติ	คำพูดนุมนวล
คำพูดที่รังเกียจ แสดงออกถึงการตัดบทสนทนาให้เร็วที่สุด <u>ลักษณะคำพูด</u> ตกลงปัญหาของคุณคืออะไร... แล้วไงต่อคะ... อ้อ รับทราบค่ะ... ถูกค่ะถูก...โอเคค่ะโอเค...	คำพูดที่แสดงออกถึงความรู้สึกยินดีที่ได้ให้บริการ <u>ลักษณะคำพูด</u> “ไม่ได้รับความสะดวกในเรื่องใดบ้างค่ะ” “ดิฉันสามารถช่วยแก้ไขปัญหานี้ให้ได้ค่ะ”
<u>ตัวอย่างประโยค</u> “ขอบคุณนะคะที่เล่าให้ฟัง แต่ขอโทษนะคะ” “ดิฉันไม่เข้าใจ ตกลงปัญหาของคุณคืออะไร” “โอเคนะคะ ลองดูนะคะ”	<u>ตัวอย่างประโยค</u> “ช่วยเล่าให้ผมฟังเพิ่มเติมได้ไหมครับเกี่ยวกับเรื่อง...” “ขออนุญาตสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อจะได้รับการแก้ไขโดยเร็ว”



38%

น้ำเสียงที่ดีคือ น้ำเสียงที่เป็นธรรมชาติและแสดงความเป็นมิตร

แบบฝึกหัดนวดปาก

- 1 น ใน ด เมื่อ ดำ เธอ มี เจ้า WSะ
- 2 ว่า ไหญ่ หมู เรื่อ รำ เช่อ หมี่ เล่า กะ
- 3 ยาย รวย การ เป็ด ทาง เนตร ออก ทอด ของ
- 4 สบาย หวย หลาน เบิร์ด ล้าง แสด คอก จัด ช้อย
- 5 หาย ช่วย ทาน เจ็ด กว้าง เหตุ ฟอก บอด ต้อง

VISUAL

- มารยาทการทักทาย
 - การไหว้
 - การโค้งคำนับ
- การใช้ภาษามือ
 - การพายมือ
 - การรับ-ส่งสิ่งของ
- รอยยิ้มและการสบตา
 - รอยยิ้ม
 - การสบตา



Episode 5

EMPATHIC LISTENING

การฟังเพื่อความเข้าใจ

EMPATHIC LISTENING

การฟังเพื่อความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง สามารถจับประเด็นใจความสำคัญ
และมีปฏิกิริยาตอบสนองที่เหมาะสมเพื่อแสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจ

3F: Fact / Feeling / Focus



FACT ข้อเท็จจริง	จัดระเบียบเนื้อหาที่อีกฝ่ายพูดมาเป็นประโยคสั้นๆ 1-2 ประโยค แล้วทวนให้อีกฝ่ายฟัง เพื่อให้อีกฝ่ายรู้สึกอุ่นใจว่าเรากำลังฟังเขาอยู่และป้องกันไม่ให้เกิดสนทนาหลุดออกนอกบริบทที่เราต้องการ
	“เพราะแบบนี้ก็เลย...ใช่ไหม” “ผมเข้าใจว่า...แบบนี้ถูกไหมครับ” “ขอทวนที่คุณเพิ่งพูดไปเมื่อที่ว่า...แบบนี้ใช่ไหมครับ”
FEELING ความรู้สึก	ประเมินความรู้สึกผู้พูดที่แสดงออกมาผ่านคำพูด น้ำเสียง ภาษากาย แล้วสรุปทวนกลับไป
	“เพราะไม่ได้ทำงานที่เราถนัด ก็เลยผิดหวังใช่ไหม” “ที่ส่งงานไปแล้วไม่ผ่าน คงรู้สึกแย่สินะ” “คำว่า ไม่น่าเลย ฟังดูแล้วคงรู้สึกเสียดายละสิ”
FOCUS ข้อเท็จจริง	เป็นการฟังเพื่อค้นหาความในใจหรือใจความสำคัญที่ผู้พูดไม่ได้กล่าวออกมา อาจเกิดจากความรู้สึกด้านลบเข้าครอบงำจนไม่สามารถจัดการตัวเองได้
	ทำไม่ได้หรอก ยากเกินตัว > กลัวพลาดแล้วจะโดนตำหนิใช้มีย ที่โปรเจกใหม่น่าสนใจมาก > มองหาคนมาช่วยทำโปรเจกใหม่อยู่

“คาดหวังไว้มากตอนที่ซื้อประกันการเดินทาง ซื้อแผนชั้น1 ถึงเวลาจริงไฟลท์ดีเลย 9 ชม. สาเหตุไม่เข้าเงื่อนไข 3 ข้อของบริษัทเคลมไม่ได้ชั้กบาท พลาดเที่ยวบินต่อในประเทศ เสียเงินซื้อตั๋วเที่ยวบินต่อไปใหม่ เคลมประกันไปเกือบ 20 วัน ถามไปก็บอกเดี๋ยวดูตามให้ แล้วก็เจียบ ไม่ได้อะไรเลย ทำงิดค้ำ”

FACT: ซื้อประกันชั้น 1 ไว้ / เกิดปัญหาการเดินทาง / รอเคลมนาน 20 วัน / ตามเรื่องกับ จนท.แล้วไม่ได้อะไรเพิ่มเติม

FEELING: ผิดหวัง / โกรธ / เบื่อหน่าย / สงสัย

FOCUS: จนท.ควรอธิบายเงื่อนไขให้ชัดเจนแต่แรกก่อนซื้อ / รับปากแล้วควรทำให้ได้อย่างที่พูด

PARAPHRASE & REACTION

Paraphrase: การทวน

เมื่อผู้พูดจบแล้ว ให้ทวนสิ่งที่เขาพูดหรือทวนความรู้สึกของผู้พูด เพื่อแสดงให้เห็นว่าเราฟังและเข้าใจ

“คุณ...คงอยากให้พนักงานแก้ปัญหาให้เร็วกว่านี้ใช่ไหมครับ”

“ที่คุณ...แจ้งมาว่า...คุณ...คงกำลังกังวลว่าจะมีปัญหาตอนเคลมประกันใช่ไหมครับ”

Reaction: ปฏิกริยาตอบกลับ

- พยักหน้า สบตา
- โน้มตัวไปข้างหน้า
- เปิดมือ
- ออกเสียง หือ อือ
- เทคนิค Mirroring
- ถามคำถามแสดงความสนใจ



Episode 6

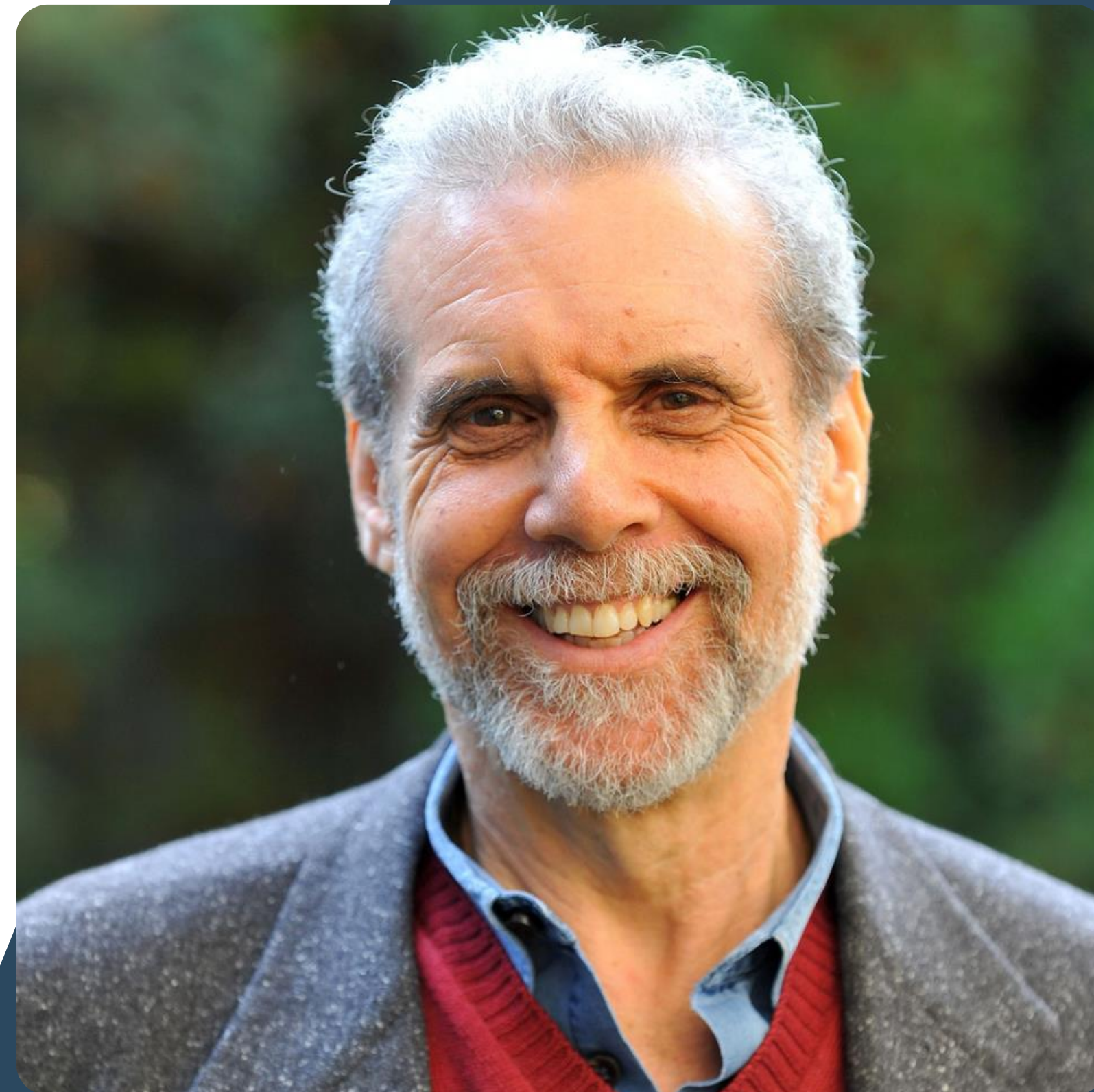
EQ

ความฉลาดทางอารมณ์

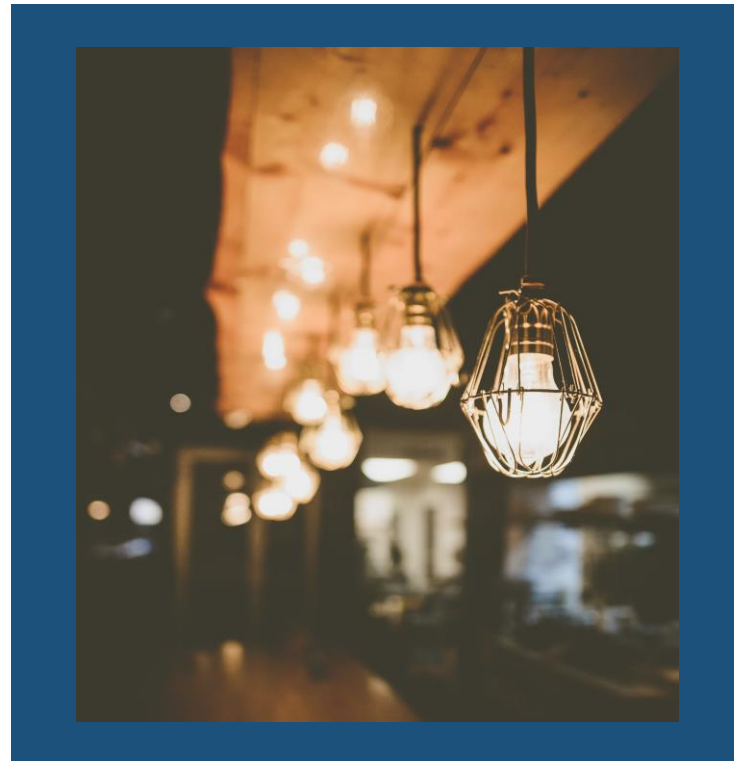
Emotional Intelligence

ความสามารถในการ **รับรู้** **ควบคุม**และ **จัดการ**
อารมณ์ของตนเองได้อย่างฉลาดและเหมาะสม
กับสถานการณ์

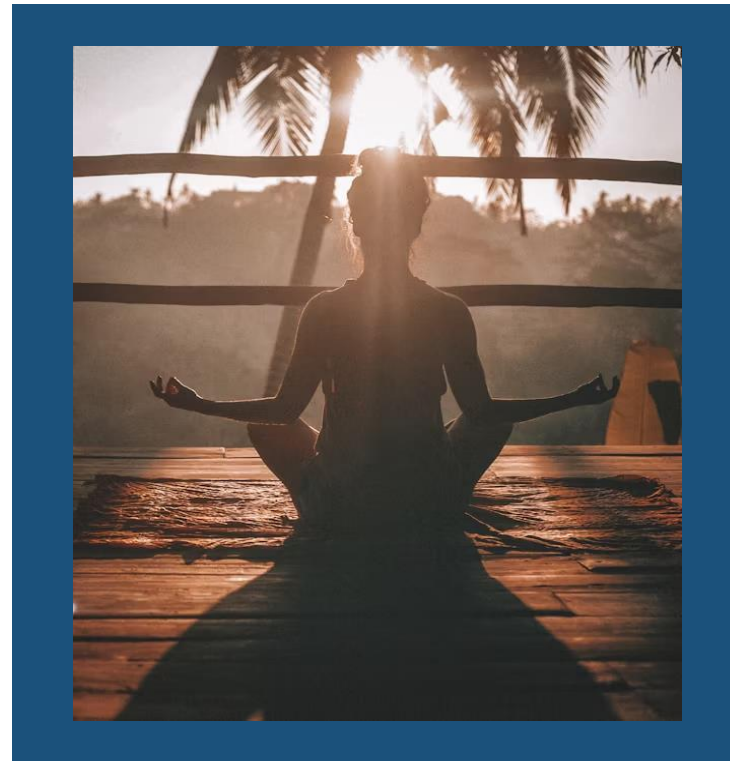
Daniel Goleman



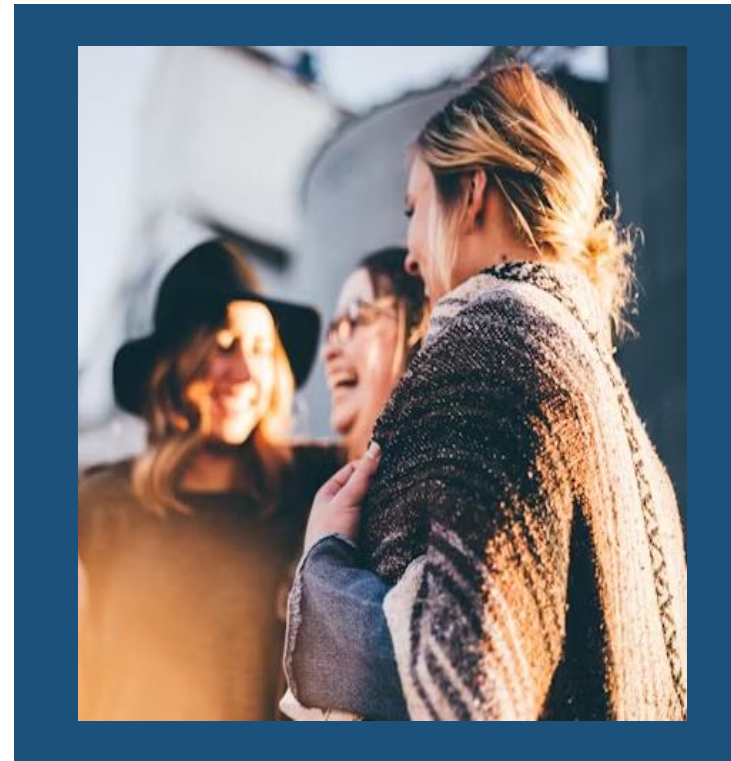
4 องค์ประกอบของ EQ



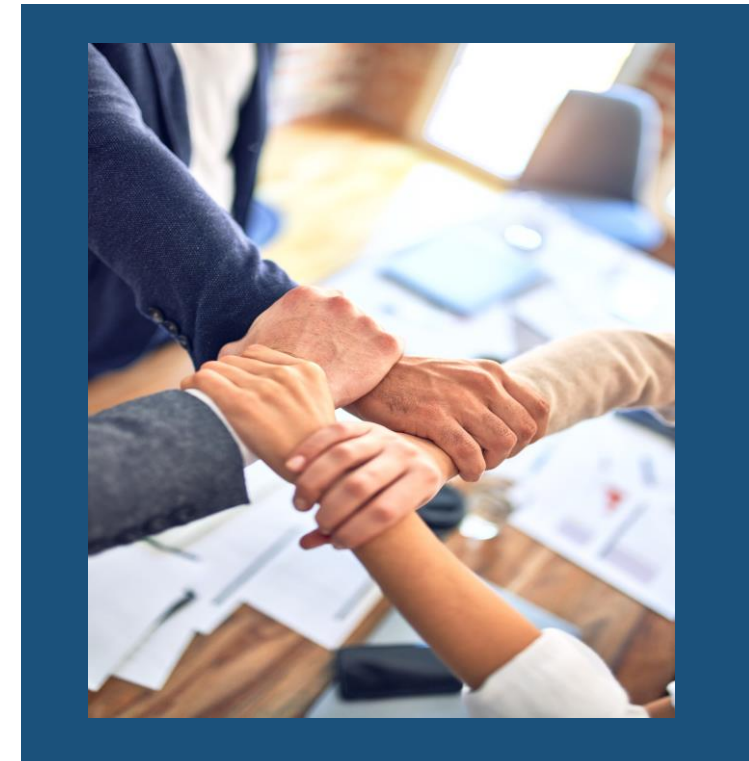
1. การตระหนักรู้ตัวเอง
(Self-Awareness)



2. การจัดการกับอารมณ์
(Self-Management)



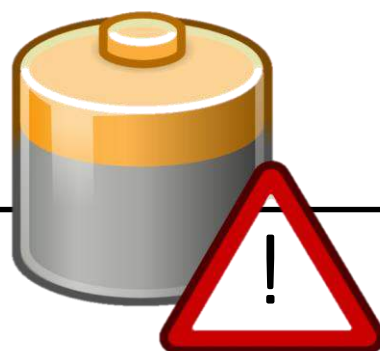
3. การรับรู้เข้าใจสังคม
(Social Awareness)



4. การจัดการความสัมพันธ์
(Relationship Management)

คำถามสร้างการตระหนักรู้

1. เหตุการณ์ใดที่เราเจอแล้วทำให้เรารู้สึกมีพลัง 
2. เหตุการณ์ใดที่เราเจอแล้วทำให้เรารู้สึกหมดพลังใจ 
3. เราจะเติมพลังให้ตัวเองด้วยวิธีใด 



สมการความสำเร็จ

$$E + R = O$$

(Event)

เหตุการณ์

(Response)

การตอบสนอง

(Outcome)

ผลลัพธ์

Focus "R" 100%

GROWTH MINDSET FOR SERVICE

ทัศนคติที่เชื่อว่าความสามารถของเราพัฒนาได้ ด้วยความพยายาม
ไม่ยอมแพ้ และให้ความสำคัญกับการเรียนรู้



ฉันจะเพิ่มความรู้สึกรัก:
ด้วยการ:



My **Best** Version

ตัวตนที่**ดีที่สุด**ของเรา

เหตุการณ์ที่ดีที่สุดในรอบชีวิตเราในเวอร์ชันที่ดีที่สุดคือ...

(เรา ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ให้ใคร)

A large, empty rounded rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their answer to the question above.