In-depth Interview with Empathy and Observation

การสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้ความเข้าใจและการสังเกต

PenFill

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

In-depth Interview คืออะไร?

คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก เจาะลึกลงรายละเอียดรายบุคคล ทำให้ได้ข้อมูลที่ลงลึกถึงพฤติกรรม ทัศนคติ มุมมองความคิดเห็น ความเชื่อ ความคิด ความต้องการ ความรู้สึก ความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านที่ถนัด และที่สำคัญทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก Insight เข้าใจลูกค้า เข้าใจผู้ใช้ เข้าใจเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังของการตัดสินใจ การกระทำต่าง ๆ ลูกค้าคิดอะไร ทำไมลูกค้าถึงซื้อ ไม่ซื้อ เพราะอะไรถึงทำให้ตัดสินใจ หรือทำเช่นนั้น

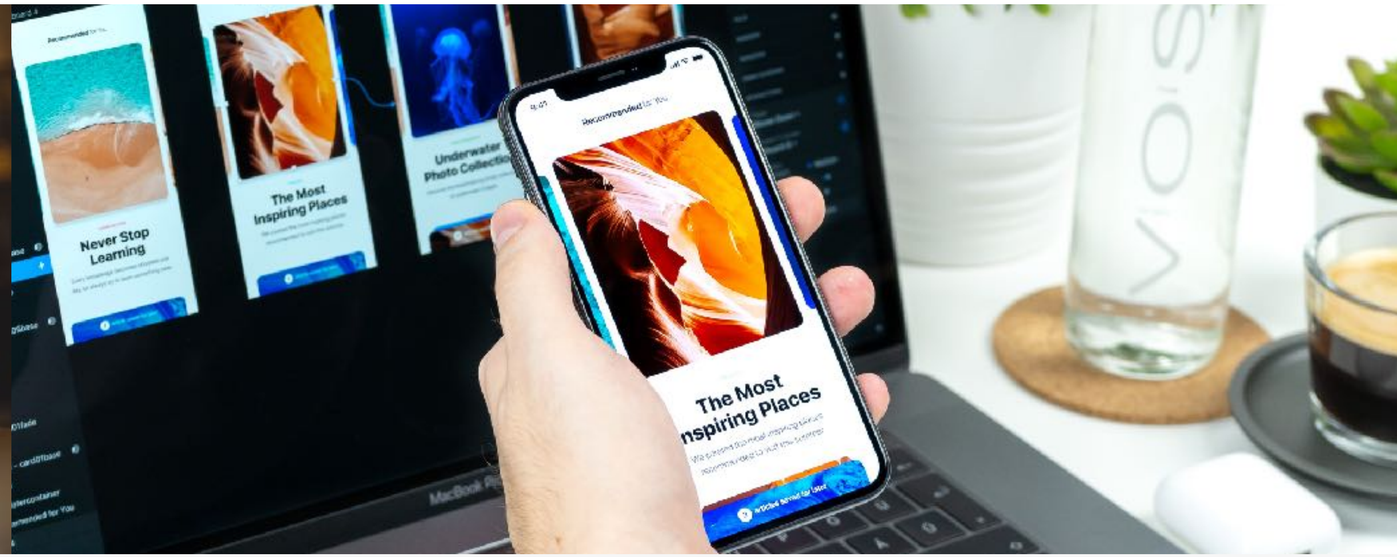
COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

In-depth Interview with Empathy and Observation

วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้การเข้าใจ มองในมุมของผู้ให้ข้อมูล (ผู้ให้สัมภาษณ์หรือผู้ร่วมวิจัย) หรือเรียกว่า Empathy ประกอบกับทักษะการช่างสังเกต Observation จากสีหน้า ท่าทาง การเคลื่อนไหวร่างกาย การตอบสนองต่อคำถามต่าง ๆ จะเป็นอีกหนึ่งตัวช่วยให้พิสูจน์ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ไปจนถึงเข้าใจในเหตุการณ์ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกจะช่วยทำให้รู้ว่า ลูกค้า-ผู้ใช้ต้องการอะไร (Customer Needs) รับฟังเสียงของกลุ่มเป้าหมาย (Customer Voice) นำไปยกระดับธุรกิจ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงใจผู้ใช้ ออกแบบบริการ สร้างประสบการณ์นวัตกรรมใหม่ให้ตรงกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า เพิ่มมูลค่า โอกาสความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ในอนาคต

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

งานแบบไหนต้องสัมภาษณ์เชิงลึก?



Customer Experience (CX) พัฒนาประสบการณ์ลูกค้า

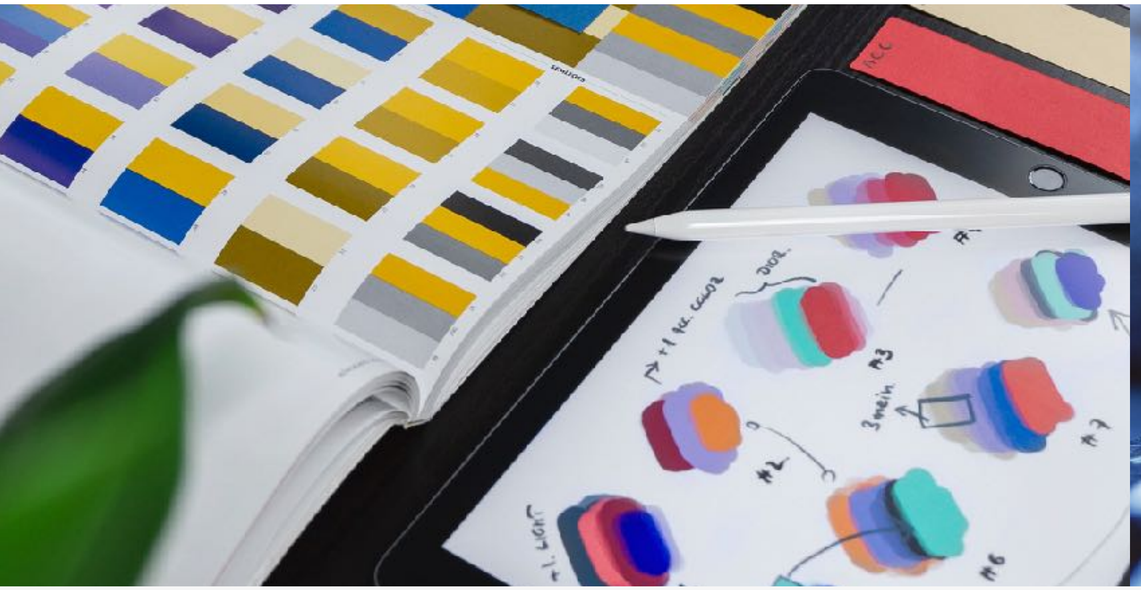
ด้วยงานวิจัยที่ต้องการเข้าใจลงลึกถึงรายละเอียดในแต่ละอย่าง แต่ละขั้นตอน ค้นหา Gain&Pain Point ปัญหาที่พบ ความเจ็บปวด สิ่งที่ไม่พอใจ ทั้งในแง่การรับรู้ ประสบการณ์ที่เคยพบเจอในอดีตจนถึงปัจจุบัน และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ความต้องการ พัฒนา Customer Journey ในการให้บริการ เข้าถึงลูกค้า ออกแบบบริการ (Service Design) ออกแบบประสบการณ์การเข้าใช้บริการ ออกแบบอารมณ์ความรู้สึกจะเป็นความสนุก ตื่นเต้นเร้าใจ เพลิดเพลิน ผ่อนคลาย หรือหรูหราก็ทำได้

User Experience (UX) / User Interface (UI) พัฒนาประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้

สังเกตพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ ความเข้าใจ การตอบสนองต่อรูปแบบการทำงาน การออกแบบ ความลื่นไหลของระบบ ทดสอบการแก้ไขปัญหา และนำผลลัพธ์ที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาให้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้นจากมุมมองของผู้ใช้ (Empathy) ซึ่งการพัฒนา User Experience มักจะมาพร้อมกับ User Interface ใช้การออกแบบสื่อสารไปถึงผู้ใช้ผ่านรูปแบบหน้าตาที่มองเห็นได้ที่ไม่เพียงแต่จะสวยงามแล้วยังต้องเข้าใจง่าย สื่อสารได้อีกด้วย ยิ่งผลิตภัณฑ์มีประสบการณ์การใช้งานที่ดีก็จะกลายเป็นจุดขายของสินค้า ช่วยดึงดูดให้คนอยากมาใช้มากขึ้น

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

งานแบบไหนต้องสัมภาษณ์เชิงลึก?



Product Development
พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ / ผลิตภัณฑ์ใหม่

จากการศึกษาภูมิหลัง ประสบการณ์ที่มาที่ไป รูปแบบการใช้ชีวิต เกณฑ์ในการตัดสินใจ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล ความประทับใจ ปัญหาที่พบเจอ สังเกตพฤติกรรมการใช้งาน เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดียิ่ง ๆ ขึ้น ๆ สร้างนวัตกรรมใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการ การใช้งานที่แตกต่าง หรือทำให้เข้าถึงผู้ใช้เฉพาะกลุ่ม (Personalize) สร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมตามความสนใจผู้ใช้

Marketing Strategy
กลยุทธ์การตลาด

สร้างแผนธุรกิจ วางกลยุทธ์เจาะตลาดให้รอบด้านต้องสัมผัสถึงลูกค้าและผู้ใช้จริง การเข้าใจลูกค้าและผู้ใช้แต่ละกลุ่ม ทั้งลูกค้าเก่า-ลูกค้าใหม่นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในสภาวะการแข่งขันของตลาดในปัจจุบัน เข้าถึงข้อมูลวิจัยเชิงลึกที่สามารถวิเคราะห์ความต้องการที่ซ่อนอยู่ของลูกค้า-ผู้ใช้จะช่วยส่งเสริมการวางแผนผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การบริการให้ตรงใจลูกค้าแต่ละกลุ่ม อีกทั้งยังโดดเด่นกว่าคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดจนถึงขั้นที่เรียกได้ว่า “ครองแชมป์” เพียงธุรกิจเข้าใจและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและผู้ใช้งานได้ตรงจุดพอดีใจ

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

งานแบบไหนต้องสัมภาษณ์เชิงลึก?

Branding
การสร้างแบรนด์

เบื้องหลังของ Brand ดังระดับโลก ล้วนมีกองหนุนอย่างทีม Brand Loyalty ที่ไม่ว่า Brand จะทำอะไรก็เป็นที่รักของกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ไปเสียหมด แล้วลูกค้ากลุ่มที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ล่ะ? การจะได้มาซึ่ง Brand Lover หรือ ความเป็นที่รักในกลุ่มลูกค้าให้เหนือกว่าบรรดาคู่แข่งนั้น ธุรกิจต้องไม่ลืมที่จะทำ Brand Health Check ซึ่ง In-depth Interview ก็เป็นหนึ่งในวิธีการที่สามารถเจาะลึกรายละเอียด เพื่อสัมภาษณ์ ทำความเข้าใจ ว่าอะไรดีอะไรเหมาะสม ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ถ้าเข้าใจดีแล้ว ไม่ว่าเป้าหมายแบรนด์จะเป็นใคร หากรู้จักเขาดีพอ ก็จะสามารถสรรสร้างสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ปรับกลยุทธ์ Brand Strategy ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของโลก เทรนด์ และพฤติกรรมลูกค้าได้ทันท่วงที

New Target Customer
ขยายฐานตลาด เพิ่มกลุ่มลูกค้า

ขยายฐานตลาดเพิ่มที่มั่นให้ธุรกิจ ค้นหากลุ่มเป้าหมายใหม่ แนวทางพิชิตใจลูกค้า จาก Market Analysis ผนวกกับ In-depth Interview การวิเคราะห์กลุ่มตลาดที่มีความเป็นไปได้ คุ้มค่าแก่การลงทุน มองเห็นถึงศักยภาพของตลาดผ่านการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์คู่แข่ง สภาพตลาด รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อโครงการ-ธุรกิจทั้งทางตรง และทางอ้อม

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้ความเข้าใจและการสังเกต?

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีข้อดีตรงที่มีความยืดหยุ่นสูง ผู้สัมภาษณ์สามารถปรับเพิ่ม แก้คำถามให้เหมาะกับบริบทสถานการณ์ การพูดคุยในระหว่างสัมภาษณ์ได้ รวมถึงสามารถคิดคำถามใหม่ ๆ เพื่อเจาะลึกลงรายละเอียดได้

1

กำหนดจุดประสงค์ รู้จักกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องการอะไรจากการทำวิจัย
- จะนำข้อมูลไปใช้ทำอะไร

2

ตั้งคำถามให้เหมาะสมกับจุดประสงค์

- สร้างคำถามให้ครอบคลุมหัวข้อเนื้อหา
- มีประเด็นที่ต้องการครบถ้วน
- พอเหมาะกับเวลา

3

สร้างเครื่องมือวิจัย

- มีหรือไม่มีก็ได้ ขึ้นกับแนวทางการวิจัย
- ช่วยกระตุ้นให้นึกถึงบางอย่างที่หลงลืมไป
- ทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนตรงกัน
- ทำให้เกิดแนวคิด ไอเดียใหม่ ๆ ที่ไม่เคยคิดมาก่อน
- ช่วยประเมิน เปรียบเทียบแนวทาง เนื้อหาต่าง ๆ

4

คัดเลือกและนัดสัมภาษณ์

- คัดเลือกผู้สัมภาษณ์ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้
- ตรวจสอบผู้ให้สัมภาษณ์ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจริง
- ผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ควรมีความสนิทสนมใกล้ชิดกัน เพราะจะทำให้มีผลต่อคุณภาพของข้อมูล

5

เตรียมความพร้อมผู้สัมภาษณ์

- ข้อมูลสัมภาษณ์จะมีประสิทธิภาพมากหรือน้อยขึ้นกับความสามารถ ประสบการณ์ ทักษะในการเจาะประเด็นของผู้สัมภาษณ์

6

สัมภาษณ์และสังเกต

- สร้างบรรยากาศที่ดี ผ่อนคลายระหว่างพูดคุย
- รักษาสมดุลเวลา
- ถามคำถามให้ครบประเด็น
- จดบันทึก

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

คำถามใน In-depth Interview

ฟอร์มการร่างคำถาม

Research Objective:
วัตถุประสงค์วิจัย

Topic (หัวข้อ)	Question (คำถาม)	Probe (สิ่งที่อยากลงลึกในรายละเอียด)

การตั้งคำถามและลักษณะของคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก In-depth Interview Questions ควรแบ่งเป็นส่วน ๆ ตามหัวข้อที่พูดคุย จากนั้นสร้างคำถามภายใต้หัวข้อเหล่านั้น และถ้าหากต้องการลงลึกประเด็นเรื่องใด ก็สามารถสร้างคำถามย่อยได้อีกที โดยคำถามที่ใช้ควรเป็นลักษณะถามปลายเปิด (Open-ended questions) เพื่อเปิดกว้างทางความคิด สามารถต่อยอดเพิ่มเติมไปสู่ประเด็นต่าง ๆ และจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

คำถามใน In-depth Interview

ตัวอย่างฟอร์มและคำถามสัมภาษณ์

สวัสดีค่ะ/ครับ ขอบคุณมากนะคะ/ครับที่มาร่วมให้ข้อมูลกับเรา โดยวันนี้เราจะพูดคุยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและความคิดเห็นต่อการพัฒนาการให้บริการในอนาคต เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงการให้บริการลูกค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น ๆ ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 45 นาที นะคะ/ครับ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ.....ชื่อเล่น.....อายุ.....ปี เพศ.....
2. ตำแหน่งงาน.....ทำเกี่ยวกับอะไร.....

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า

3. ปกติไปซื้อของที่ไหน ซื้ออะไรบ้าง และเดินทางอย่างไร?
4. อยากให้ช่วยเล่าขั้นตอนการซื้อสินค้าว่ามีขั้นตอนอะไร และในแต่ละขั้นตอนทำอะไรบ้าง? (Probe: Customer journey step by step)
5. มีเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าอย่างไรบ้าง? (เครื่องมือวิจัย: บัตรคำ)

:

1. เกริ่นนำก่อนเข้าการสัมภาษณ์
2. คำถามข้อมูลทั่วไป (Demographic) เพื่อทำความรู้จักผู้ให้สัมภาษณ์เบื้องต้น
3. ชุดคำถามสัมภาษณ์ตามจุดประสงค์วิจัย โดยแบ่งแยกหัวข้อเป็นส่วน ๆ ไล่เรียงตามลำดับความคิด เรื่องราวของประเด็นต่าง ๆ ให้ลื่นไหลที่สุด (Question Flow Design)

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

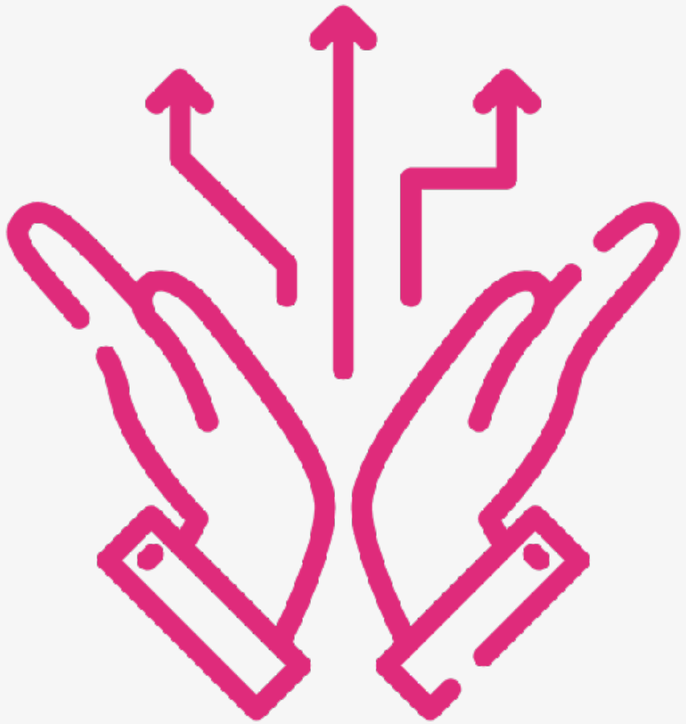
คำถามใน In-depth Interview

7 Types of Questions

1. **Background / Demographic Questions**
   คำถามเพื่อทำความเข้าใจภูมิหลัง ข้อมูลเบื้องต้น
2. **Experience Questions**
   ถามประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ เช่น เคยไป.....ไหม? ถ้าเคยไปแล้ว ไปทำอะไรบ้าง?
3. **Behaviour Questions**
   ถามพฤติกรรม เช่น เมื่อใช้....แล้วเป็นอย่างไรบ้าง? ใช้ทำอะไร เวลาไหนบ้าง? ตอนใช้งานมีปัญหาอะไรบ้างไหม?
4. **Feeling Questions** ถามถึงความรู้สึก เช่น รู้สึกอย่างไรบ้าง?
5. **Perspective / Opinion Questions**
   ถามมุมมอง ความคิดเห็น ทัศนคติ เช่น คิดเห็นอย่างไรกับ....? จะดีไหมถ้า.....?
6. **Trade-off Questions**
   เป็นการถามคำถามโดยสร้างสถานการณ์ เงื่อนไขเพื่อประเมิน วัดผลลัพธ์การตัดสินใจแลกเปลี่ยนระหว่างผลประโยชน์ที่จะได้รับกับบางสิ่งที่อาจไม่ได้
7. **Knowledge Questions** เป็นการถามคำถามในสิ่งที่เขามีความรู้เชี่ยวชาญ

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

ข้อดีของ In-depth Interview



- การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-ways communication) ทำให้ช่วยสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน เข้าใจความหมายที่ผู้ให้ข้อมูลต้องการจะสื่ออย่างแท้จริงด้วย Empathy
- เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของผู้พูดจากสีหน้าท่าทางประกอบ
- ทำให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด เข้าใจเหตุผล ที่มาที่ไปได้อย่างครบถ้วน
- สามารถลงลึกถึงปัญหาในเรื่องที่พูดยาก หรือเรื่องที่อ่อนไหวได้
- ช่วยทำให้มองเห็นปัญหา รับรู้ถึงสิ่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์ประสบเจอจริง ในทางกลับกันยังเป็นวิธีการที่ผู้สัมภาษณ์สามารถตรวจสอบความจริงของการให้ข้อมูลได้ด้วย
- ช่วยประเมินคุณค่า แนวทางที่ต้องการตรวจสอบ หรือ สร้างสถานการณ์ให้เลือกตัดสินใจได้
- มีความยืดหยุ่น สามารถปรับคำถามให้เข้ากับบริบท ประสบการณ์ พฤติกรรมเฉพาะบุคคลได้

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

ข้อจำกัดของ In-depth Interview

- ข้อมูลที่ได้จะมีประสิทธิภาพมากน้อยขึ้นกับทักษะความสามารถของผู้สัมภาษณ์
- ปริมาณของข้อมูลที่ได้ขึ้นกับความร่วมมือและความเต็มใจของผู้ให้ข้อมูล
- การจัดการเวลาไม่ให้นานจนเกินไป และการสร้างบรรยากาศที่น่าพูดคุย ทำให้คนอยากคุยด้วย อยากเล่าให้ฟัง
- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้ข้อมูลกับผู้สัมภาษณ์ ความใกล้ชิด สนิทสนมกัน จะมีผลต่อการให้ข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่อาจเอนเอียง ไม่เป็นกลางได้

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

Thank you

Icon credit: www.freepik.com
Photo credit: www.unsplash.com

Cover photo by sam-moqadam
Page 2 : Photo by christina-wocintechchat and mimi-thian
Page 4 : Photo by pablo-merchan-montes and daniel-korpai
Page 5: Photo by balazs-ketyi and jeshoots.com
Page 6: Photo by toa-heftiba, arren-mills, and simon-connellan

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd

เกี่ยวกับ เพนฟิล

PENFILL คือ Business Companion
เราส่งมอบ Insight-driven solutions

เพื่อตอบสนองเป้าหมายธุรกิจ สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน จัดทำวิจัย
จัดการข้อมูลเชิงลึก ตั้งแต่เจาะลึกพฤติกรรม ทัศนคติ ประสบการณ์
วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย Needs&Unmet Needs
ตลอดจนแนะแนวทาง ให้คำปรึกษาการประยุกต์ใช้ข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ
สร้างกลยุทธ์ พัฒนาแบรนด์ การตลาดและการออกแบบที่ตรงใจ
นำข้อมูลไปใช้ช่วยตัดสินใจ ลดความเสี่ยง เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

ติดต่อเรา

Penfill.Co.,Ltd.
Research & Development Consulting Firm
Website: www.penfill.co
Email: service@penfill.co
Line Official: @penfill
Tel. +66(0)92-619-8936, +66(0)92-460-6414

COPYRIGHT ⓒ 2021, Penfill.Co.,Ltd