คุณภาพของชีวิตคนขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่น
ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทางที่เราเลือกเดิน
วินซ์ ลอมบาร์ดี

Think StartUp

ยอมรับและปรับตัว
สำเร็จง่ายๆ ด้วย 'เอ็นเนียแกรม'

● **ชนิตา กระมรกัต**
กรุงเทพธุรกิจ

ยังคงเป็นที่นิยม และมีความร่วมสมัยสำหรับ **"เอ็นเนียแกรม" (Enneagram)** หรือที่เรียกในภาษาไทยว่า **"นพลักษณ์"**

"วาจาสิทธิ์ ลอเสรีวานิช" ผู้ก่อตั้งบริษัท สยามเอ็นเนียแกรม คอนซัลติ้ง จำกัด และวิทยากรอบรมเอ็นเนียแกรมซึ่งศึกษาเรื่องนี้มาถึง 20 ปีกล่าวยืนยัน เห็นได้ชัดก็คือภายในวันเดียวกัน สถานที่เดียวกันนอกจากตัวเขาแล้วยังมีวิทยากรท่านอื่นจัดอบรมเรื่องนี้พร้อมกันถึง 3 กลุ่มเลยทีเดียว

"พูดได้ว่าทุกเดือนจะมีคนเปิดสอนหลักสูตรนี้ คนให้ความสนใจอย่างมาก ถามว่าเพราะอะไรก็เพราะเขาได้รับประโยชน์ แนวโน้มทุกวันนี้แม้กระทั่งนักเรียน นักศึกษาก็เริ่มเข้ามาอบรมมากขึ้นเพราะช่วยทำให้เขาเข้าใจตัวเอง เข้าใจเพื่อน ๆ ตั้งแต่เนิ่นๆ"

อินเนียแกรมสร้างประโยชน์ให้กับคนทุกคน เป็นเครื่องมือที่ให้มีความรู้ความเข้าใจในตัวเอง ทั้งยังทำให้เข้าใจคนรอบข้างด้วยไม่ว่าสามี ภรรยา ลูก เพื่อนร่วมงาน ฯลฯ อย่างไรก็ดี วาจาสิทธิ์จะโฟกัสลูกค้าองค์กรจัดอบรมอินเฮ้าส์เป็นหลักในหมายเหตุว่าแต่ละปีก็มีการจัดอบรมให้กับคนทั่วไปเช่นกัน

"ผมมีวิธีการนำเสนอ มีเอกสารประกอบการสอนที่ครอบคลุม ผมแปลหนังสือมา 9 เล่ม และมีประสบการณ์การสอนมา 600 รุ่น ก่อนหน้าจะมาเปิดสอนเอ็นเนียแกรมผมก็ผ่านการทำงานในภาคองค์กรมากว่า 20 ปี ผมมีจุดแข็งตรงนี้ จึงสามารถประยุกต์เอ็นเนียแกรมมาช่วยในโลกการทำงาน ช่วยตอบโจทย์ปัญหาขององค์กรได้โดยตรง"

แม้ว่าเอไอและหุ่นยนต์เริ่มเข้ามาทำงานแทนคนแล้วก็ตาม แต่ความเป็นจริงมีอยู่ว่าองค์กรจะประสบความสำเร็จได้ก็เพราะ **"คน"**

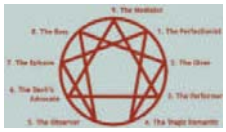
ซึ่งปัญหาที่องค์กรต้องเผชิญเป็นเรื่องความแตกต่างของคน องค์กรไม่ได้มีคนทำงานเพียงแค่คนเดียว องค์กรใหญ่บางแห่งมีคนถึงหลักหมื่น จึงมักจะมีความขัดแย้ง ความไม่เข้าใจ การไม่สามารถทำงานเป็นทีม ฯลฯ

วาจาสิทธิ์บอกว่าจะให้ดีก่อนอื่นควรมุ่งเป้าเจาะจงไปที่การอบรมระดับผู้บริหารในองค์กร เพราะเป็นตำแหน่งที่ส่งผลกระทบต่อคนอื่นมากที่สุด

"ผู้บริหารส่วนใหญ่ได้เลื่อนตำแหน่งเพราะความรู้ด้านเทคนิค แต่ขาดความรู้เรื่องการบริหารคน ด้านซอฟท์สกิล เอ็นเนียแกรมช่วยเติมช่องว่างตรงนี้ ผู้บริหารนำเอาความรู้นี้ไปใช้ในการทำงาน ในการตัดสินใจ ในการประสานงานกับองค์กรอื่น ทั้งผู้บริหารยังมีวิจารณญาณว่าหลักสูตรนี้จะใช้ได้จริงหรือเปล่า ถ้าใช้ได้จริงเขาก็จะผลักดันเรื่องนี้ไปสู่ภาคส่วนอื่น ๆ ภายในองค์กร หากเป็นพนักงานทั่วไปคงไม่มีพาวเวอร์ผลักดัน"

สำหรับระยะเวลาในการจัดอบรมที่เหมาะสมนั้นควรเป็น 2 วัน เนื่องจากเอ็นเนียแกรมมีความซับซ้อน โดยวันแรกต้องเริ่มด้วยการค้นหาบุคลิกภาพก่อนว่าเป็นคนแบบไหน มีแนวคิด มีจุดแข็งจุดอ่อนอย่างไร

วาจาสิทธิ์ ลอเสรีวานิช



> **องค์กรต้องทำให้คนภายในทุกแบบรู้ตัวว่าถ้ายังเป็นแบบเดิมแล้วจะเป็นอย่างไร คือถ้าไม่ปรับก็ตาย**

"ผมมีแบบทดสอบ ซึ่งมีคำอธิบายความเป็นเบอร์ 1-9 ให้เลือกว่าเขาตรงกับแบบไหนมากที่สุด จากนั้นต้องทำเวิร์คช็อปมาคุยกันต่อว่าที่คิดว่าตรงๆ อย่างไร ถ้าคิดว่าเป็นเบอร์ 7 ก็ลองเล่ามาถึงความเป็น ถ้าเป็นอย่างนั้นจริง ๆ เขาจะมีเรื่องเล่าไม่มีวันจบ ถ้าไม่ใช่เล่าได้แป๊บเดียวก็จบ **เรามีกระบวนการเช็คต่อไม่ใช่แค่ให้เลือกใช่หรือไม่ใช่ เพราะแบบทดสอบอย่างเก่งจะวัดคนได้แค่ 60%"**

เอ็นเนียแกรมทำให้เข้าใจว่า คนเรานั้นแตกต่างกันถึง 9 แบบ แต่ละแบบความเข้มข้นก็ต่างกัน ซึ่งว่าด้วยเรื่องความเชื่อวิธีคิด ทัศนคติ แน่นอนมีทั้งข้อดี ข้อเสีย เรียกว่าคนนั้นมาจากดาว 9 ดวง ไม่ใช่แค่ผู้หญิงมาจากดาวอังคาร ผู้ชายมาจากดาวศุกร์

"ที่พูดกันก็คือเจนวายทำงานไม่ค่อยทนเปลี่ยนงานบ่อย ไม่ค่อยขยัน ถามว่าจริงหรือเพราะเจนวายบางคนก็ขยันทำงานบางคนก็มุ่งมั่นมาก หรือพูดกันว่าเบบี้บูมทำงานหนัก ขยัน อุทิศตัวเพื่อองค์กร เพราะก็เห็นมีบางคนที่ขี้เกียจ ชอบปาร์ตี้ มองโลกสวยก็มี ต้องบอกว่าคนทั้ง 9 แบบมีอยู่ในคนทุกรุ่น"

วาจาสิทธิ์ส่องเป็นเรื่องการประยุกต์นำเอาเอ็นเนียแกรมมาใช้ในทักษะต่าง ๆ เช่นการสื่อสาร การจัดการความขัดแย้ง การสร้างทีมงาน ภาวะผู้นำ การให้ฟีดแบ็ค เช่น ถ้าว่าด้วยการสื่อสาร คนแต่ละแบบจะมีปฏิทอยะไรบ้าง ไม่ว่าจะเป็นสไตล์การพูดน้ำเสียง ซึ่งเป็นจุดบอดที่คนเรามักไม่รู้ตัว และจะมีการสอนวิธีสื่อสารที่ให้เข้าได้กับคนแต่ละสไตล์ที่แตกต่างกัน

จุดประสงค์ของอินเนียแกรมจะต่างจากเครื่องมืออื่นตรงที่เมื่อรู้ว่าตัวเองเป็นอย่างไร แตกต่างอย่างไร คือมีวิธีการพัฒนาปรับเปลี่ยนตัวเองปิดจุดอ่อนทั้งเรื่องแนวคิด วิธีมองโลก วิธีการทำงาน สไตล์การพูด ฯลฯ

"ในเวิร์คชอบเราจะทำให้ผู้เข้าอบรมเห็นว่าไม่ใช่แค่คนสไตล์ไดสไตล์หนึ่งที่ประสบความสำเร็จ แต่ทุกคนทำได้ หากยืดหยุ่นและปรับตัว รู้ว่าในสถานการณ์แบบนี้เราควรเป็นคนแบบไหน ควรเลือกใช้สไตล์ที่เหมาะกับสถานการณ์ คนเราจะเปลี่ยนแปลงตัวเองได้สิ่งสำคัญก็คือต้องตระหนักรู้ตัวเองก่อน ขั้นถัดมาเป็นการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเอ็นเนียแกรมมีแนวทางชัดเจนบอกว่าต้องทำอย่างไร"

อย่างไรก็ดี ว่ากันว่าปูแบบในการอบรมในการพัฒนาคนกำลังจะเปลี่ยนไป ระยะเวลาจะสั้นลง รวมถึงยังมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากขึ้น ถามว่าการอบรมเอ็นเนียแกรมจะเปลี่ยนไปหรือไม่?

"ผมเน้นแอคทีฟเทรนนิ่ง หรือการมีส่วนร่วมของผู้เข้าเรียน ปัญหาการเบื่อหน่ายไม่มี ซึ่งปัญหาของการสัมมนาที่ผ่านมาก็คือ ช่วงเที่ยงพอทานข้าวอิ่มแล้วทุกคนมักง่วงอยากหลับ แต่คอร์สของผมไม่เคยมีปัญหาเลยเพราะมันสนุกมาก คนจะสนใจฟังจนจบ เพราะมันเป็นของจริง"

เมื่อให้มองถึงโอกาสเขบอกว่าโลกเวลานี้มีความเปลี่ยนแปลงในอัตราเร่งที่น่ากลัว ทำให้คนปรับตัวไม่ทัน ซึ่งไม่เพียงแค่ความรู้ แต่ยังว่าด้วยการติดยึดความคิดแบบเดิม ๆ ประการสำคัญ จากประสบการณ์ของเขาที่ได้จัดอบรมอินเฮ้าส์มากว่าสิบปีได้พบว่าเวลานี้สัดส่วนของคนที่มีมากที่สุดในองค์กรไม่ว่าภาครัฐและเอกชนจะเป็นคนแบบที่ 6 ซึ่งถือว่าเป็นแบบที่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด

"องค์กรต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อแข่งขัน คนก็ต้องปรับ แต่คนมักไม่ค่อยชอบการปรับเปลี่ยนเพราะกลัวความไม่แน่นอน ดังนั้นองค์กรต้องทำให้คนกลุ่มใหญ่ และคนทุกแบบรู้ตัวว่าถ้ายังเป็นแบบเดิมแล้วจะเป็นอย่างไร ถ้าไม่ปรับก็ตาย ซึ่งคนเบอร์ 6 ก็มักรู้ตัวยากที่สุดด้วย"

คำว่า "เอ็นเนียแกรม" จะมีรากศัพท์มาในภาษากรีกเอ็นเนีย (ennea) แปลว่าทั้ก และแกรม (gram) คือบางสิ่งที่ถูกเขียนหรือวาดขึ้นมา

***เอ็นเนียแกรม จึงหมายถึงรูปภาพที่มี 9 จุดบนวงกลม เป็นสัญลักษณ์แทนพฤติกรรมของคนซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันมากถึง 9 แบบ** ได้แก่ แบบที่ 1 เป็นผู้ที่มีความพยายามทำให้ดีเลิศ แบบที่ 2 พยายามทำตัวเองให้เป็นที่ชื่นชอบของคนอื่น แบบที่ 3 ใฝ่ความสำเร็จ บริหารจัดการชีวิตเพื่อไปให้ถึงเป้าหมาย แบบที่ 4 อารมณ์ศิลปิน ใช้ชีวิตตามอารมณ์ความรู้สึก แบบที่ 5 เป็นนักคิด นักค้นคว้าให้ความสำคัญกับข้อเท็จจริง แบบที่ 6 นักตั้งคำถาม ขี้ระวาล แบบที่ 7 มองโลกในแง่ดี ต้องการกระตุ้นตัวเองให้มีชีวิตชีวาเสมอ แบบที่ 8 ผู้นำผู้ท้าทาย ชอบแสดงความเข้มแข็ง และแบบที่ 9 นักปรองดอง ไม่ชอบความขัดแย้ง (ศึกษาเพิ่มเติมคลิก www.enneagram.co.th)*

กรุงเทพธุรกิจ
Fintech Insight

● **นเรศ เหล่าพรรณราย**
Chief Operation Officer
สตีลคควอดแรนท์(ประเทศไทย)

รู้สักนิดก่อนคิดเทรด
'CRYPTO CURRENCY'

ราคาสกุลเงินดิจิทัลที่พุ่งแรงในช่วงปลายปีที่แล้วถือเป็นการจุดกระแสการเทรด Crypto Currency ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย อย่างไรก็ตามนักลงทุนหรือเทรดเดอร์มือใหม่หลายคนที่อดใจไม่ได้กับราคาที่หวือหวาได้เข้ามาในสนามนี้โดยที่ยังไม่ได้ศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด

เราไปดูกันว่ามีข้อควรรู้อะไรบ้างก่อนคิดจะเทรด Crypto Currency

หนึ่ง..ไม่มีหน่วยงานภาครัฐมากำกับผู้ที่ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล อย่างเช่นโบรกเกอร์หุ้นจะมีสำนักงานกลต. ที่กำกับดูแลซึ่งสามารถเรียกร้องไปยังหน่วยงานดังกล่าวได้หากการบริการไม่เป็นธรรม แต่แพลตฟอร์มที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นผู้ประกอบการฟินเทคทั้งที่มีชื่อเสียงในระดับสากลอย่างเช่น Binance หรือแพลตฟอร์มที่รองรับคนไทยอย่างเช่น **bx.in.th**

ที่ผ่านมามีแพลตฟอร์มเทรด Crypto Currency ที่คนไทยไปใช้บริการเจ้าหนึ่งประกาศปิดตัวเองลงทำให้เกิดกระแสในด้านลบ แม้ว่าผู้ให้บริการรายนั้นจะให้เวลากับผู้ที่มีเงินดิจิทัลค้างอยู่ใน Wallet รีบปิดสถานะตัวเองออกไปแต่ต้องยอมรับว่านี่คือ"ความเสี่ยง" ที่ผู้สนใจใน Crypto Currency ต้องรับรู้ไว้

> **มี 4 ข้อควรรู้ก่อนลงทุนใน Crypto Currency ไม่ใช่เรื่องที่ต้องหลีกเลี่ยงหรืออันตราย**

สอง..ยังไม่รองรับสกุลเงินบาทโดยตรง นอกจากสกุล OMG ของบริษัท Omise ที่สร้างเหรียญของตัวเองโดยโค้ดราคากับเงินบาทในปัจจุบันยังไม่มีสกุลเงินดิจิทัลใด ๆ ที่โค้ดราคาโดยตรงกับเงินบาท ส่วนมากจะโค้ดราคคู่กับสกุลเงินใหญ่ๆของโลกอย่าง USD, JPY, EUR, CHY, KRW การแปลงค่ามาเป็นเงินบาทจึงมีความเสี่ยงในเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงสเปรดราคาที่ห่างจนไม่สามารถเทรดระยะสั้นให้ได้กำไร คนที่เคยเทรดโบรกฯ Forex มาก่อนจะรู้ดีว่าปัญหาของการเทรดผ่านโบรกฯที่ไม่มีมาตรฐานจะเป็นอย่างไร

สาม..ปัญหาการทำธุรกรรมฝากถอนเงิน แพลตฟอร์มซื้อขาย Crypto Currency ต้องมีการเชื่อมโยงธุรกรรมกับต่างประเทศ การที่คนไทยจะเข้าไปเทรดได้ต้องโอนเงินบาทออกไปยังต่างประเทศผ่านธนาคารไทย ซึ่งการนำเงินออกนอกประเทศยังถูกควบคุมโดยธนาคารแห่งประเทศไทยผู้ทำธุรกรรมต้องทำกระบวนการ KYC หากมีการโอนเงินจำนวนมาก

ขณะเดียวกันหากออกไปเทรดผ่านแพลตฟอร์มต่างประเทศยังมีปัญหาในการนำเงินกลับมาประเทศไทย ที่ผ่านมามีคนไทยนำเงินออกไปเทรดผ่านแพลตฟอร์มของเกาหลีและมีปัญหาในการนำเงินกลับไทยเพราะต้องเสียภาษีจำนวนมาก ดูไปแล้วปัญหาจะคล้ายกับโบรกฯ Forex ที่ให้บริการอยู่ในขณะนี้

สี่..ปัญหาการ Hack Walletยังคงมีอยู่ การฝากเงินไว้กับผู้ให้บริการ Wallet ที่ไม่มีมาตรฐานอาจทำให้เงินดิจิทัลที่เราฝากเอาไว้สูญหายไปได้ ยังดีที่ปัจจุบันเริ่มมี Wallet แบบ Hardware ที่มีความปลอดภัยสูงขึ้นให้ใช้บริการแล้ว

อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่าการลงทุนหรือเทรดในสินค้า Crypto Currency เป็นเรื่องต้องหลีกเลี่ยงหรืออันตราย เพียงแต่ปัจจุบันที่เกิดกระแสมวลชนเริ่มให้ความสนใจแต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในสินค้ารวมถึงความเสี่ยงอย่างแท้จริง

ดังนั้นก่อนจะเริ่มลงทุนจึงควรศึกษาเรื่องของ Crypto Currency ให้เข้าใจเสียก่อน

กรุงเทพธุรกิจ
Think Marketing is all around

● **ผศ.ดร.วิเลิศ ภูริวัชร**
Head, Marketing Department
Chulalongkorn Business School
Chulalongkorn University

แก้ Brand crisis
ด้วย FLAWSOME

ช่วงนี้หลายๆ แบรนด์ก็เข้าสู่สภาวะวิกฤติ ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์บาร์บีคิวที่มีคนตั้งข้อสงสัยว่าเนื้ออาจเป็นอันตราย ร้านกาแฟซึ่งตั้งที่คนไปโพสต์ว่าเอาของหมดอายุมาแจก หรือแบรนด์บุคคลที่เป็นนักการเมืองที่โดนกระหน่ำในเรื่องนาฬิกาจนถึงขั้นวิกฤติศรัทธา ถ้ามองดาราเป็นแบรนด์ก็มีดาราคู่รักสาดโคลนไปมา ซึ่งมีแต่จะทำให้ภาพลักษณ์เสียหาย

การแก้สภาวะวิกฤติทางการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งวิกฤติของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ (Brand crisis) ต้องอาศัยการจัดการอย่างเป็นระบบและทำอย่างได้ผลก่อนอื่นต้องแยกแยะประเด็นของข่าว ต้องแยกประเด็นระหว่างการทำผิดกับการรับผิด ทุก ๆ คนและทุก ๆ องค์กรสามารถเกิดข้อผิดพลาดได้ทั้งนั้น

แต่การทำผิดแล้วออกมายืดอกรับผิดชอบเป็นการแสดงออกถึง Integrity หมายถึง ความซื่อตรง ไม่บิดพริ้วเบี่ยงเบน และตั้งใจที่จะแก้ปัญหาสิ่งที่ได้ทำผิดพลาดไป

การออกมาแถลงข่าว สาดโคลนไปมาไม่ได้เป็นประเด็นที่ลูกค้าอยากฟังมากไปกว่าประเด็นที่จะเยียวยาลูกค้าที่ได้รับผลกระทบอย่างไร จะป้องกันอย่างไรไม่ได้เกิดเหตุการณ์แบบนี้อีก การเล่าถึงปมที่มาของปัญหาไม่ทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ดีขึ้นมากกว่าการนำเสนอวิธีจัดการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สิ่งหนึ่งที่ต้องเรียกกับคืนมาก็คือการสร้าง Integrity เป็นหนึ่งในจรรยาบรรณ ข้อสำคัญขององค์กรธุรกิจ

แน่นอนว่าไม่มีใครอยากให้เกิดเหตุการณ์เหตุร้าย แต่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว ต้องมีวิธีการในการแก้ไขที่สามารถแสดงออกได้ถึงจิตสำนึกทางจริยธรรม โดยแนวทางปฏิบัติมีดังนี้

P – Prompt action มีการ take action ทันที อย่าปล่อยให้ข่าวแพร่ระบาดไปทั่ว กิจกรรมที่เกิดขึ้นต้องเป็น Proactive marketing ออกมาแถลงข่าวว่าเกิดอะไร มากกว่านั่งรอถูกถามเรื่องปัญหา (Reactive marketing) เพราะสุดท้ายแล้วก็ต้องชี้แจงอยู่ดี (ชี้แจงลูกค้าก่อนโดนลูกค้าจี้)

T – Truth มีการนำเสนอข่าวที่ไม่คลุมเครือ มีข้อเท็จจริงสนับสนุนว่าผลเสียหายที่เกิดขึ้นๆ ได้อย่างไร สาเหตุของปัญหาที่ชัดเจน ไม่สามารถตอบได้ว่าไม่รู้ ตั้งข้อสังเกตว่าการแถลงข่าวด้วยตัวเลขมีรายละเอียด ทำให้การเปลี่ยนการรับรู้น่าเชื่อถือและน่าสนใจ

T – Trust มุ่งสร้างความมั่นใจไว้ใจให้กลับคืนมา โดยการทดสอบสิ่งที่แก้ไขไต้เห็นได้จริงกับตา

R – Responsibility ต้องประกาศความรับผิดชอบในทันที และเป็นรูปธรรมที่จับต้องได้ เช่น จำนวนเงินที่ใช้เป็นเงินมากเท่าไหร่(ก็ยอม) เพื่อชดใช้ค่าเสียหาย

I – Interactive เปิดศูนย์หรือมีแหล่งกลางในการแถลงข่าวหรือให้ข้อมูลได้ในทันทีกับสาธารณชนและทุกฝ่าย

U – Unity of People ความเป็นหนึ่งเดียวของทุกคนที่อยู่ในองค์กรเดียวกันต้องเกิดขึ้นในสภาวะคับขันเช่นนี้ พนักงานในองค์กรทุกคนต้องมีบทบาทในการตอบคำถามสังคมได้

ลองเช็คดูว่ามีคุณสมบัติหรือไม่หลักการในการสร้างให้ทุกฝ่ายรับรู้ว่าเป็นคนที่มี Integrity หรือเป็นองค์กรที่มี Integrity เป็นมิติหนึ่งในสี่ที่สำคัญในการสร้างให้ลูกค้าเกิดความศรัทธาในแบรนด์สินค้า **ในที่สุดแล้ว การแก้วิกฤติของแบรนด์ต้องทำให้ได้ถึงจุดที่เรียกว่า Flawsome**

> **Integrity เป็นมิติหนึ่งในสี่ที่สำคัญ ที่สร้างให้ลูกค้าเกิดความศรัทธาในแบรนด์**

Flawsome เกิดจาก Flaw ที่แปลว่าข้อผิดพลาด บวกกับ Awesome ที่หมายถึงเจ๋ง สุดยอด ฟิน เมื่อรวมกันจึงหมายความได้ว่า ข้อผิดพลาดเกิดได้แต่ผิดพลาดแล้วแก้ไขจนทำให้ลูกค้าประทับใจก็กลับเป็นเรื่องที่คนทั้งมวลชื่นชม ยินดี จนเป็นที่น่าประทับใจกลับมาชื่นชม

ตัวอย่างเช่น สายการบินประกาศดีเลย์ เนื่องจากเหตุบางประการร่วมชั่วโมง ทันทีที่ประกาศล่าช้า พนักงานสายการบินออกมาแจกกล่องเครื่องดื่มและขนม พร้อมการ์ดว่า Our apology ขอโทษ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดถ่ายรูปและแชร์ต่อในฟสบุ๊คว่าน่าประทับใจ ดีกว่าการประกาศขอโทษแต่ไม่มีกิจกรรมที่จะเยียวยาความรู้สึก กรณีนี้จึงสามารถเปลี่ยน flaw เป็น flawsome ได้

Use mistakes as opportunities to prove the value of relationship with customers

And that flaw will be turned to be flawsome