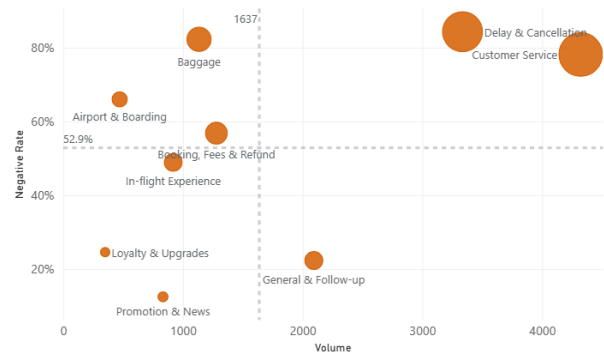


เสียงลูกค้าสายการบินสหรัฐบน Twitter: ปัญหาไหนควรแก้ก่อน

Executive brief · ทวิตเสียงลูกค้า 14,375 ข้อความถึง 6 สายการบิน · 16–24 ก.พ. 2015 · Patch.B

สิ่งที่พบ

1. การบริการและดีเลย์คือปัญหาหลัก: Customer Service กับ Delay & Cancellation รวมกันเป็นสองในสามของทวิตเชิงลบ (36.5% และ 30.3%) และเป็นสองหมวดเดียวที่ทั้งเกิดบ่อยและเป็นลบมาก (78.2% และ 84.3%)
2. ทุกสายการบินมีเสียงลบมากกว่าบวก: Net Sentiment Score ติดลบทั้ง 6 สายการบิน ตั้งแต่ -68.2 (US Airways) ถึง -4.6 (Virgin America) และในสายที่มีข้อมูลครบ 7 วัน US Airways ได้ทวิตเชิงลบต่อผู้โดยสารมากที่สุด (2,165.9 ต่อผู้โดยสาร 1 ล้านคน)
3. เสียงลบพุ่งตอนเที่ยวบินมีปัญหา: วันอาทิตย์ 22 ก.พ. มีทวิตเชิงลบ 2,316 ข้อความ (73.4%) ลูกค้าบ่นว่าติดต่อแล้วไม่มีใครตอบ ดีเลย์โดยไม่มีอัปเดต และไม่เชื่อเหตุผลเรื่องสภาพอากาศ



ขาวบน = เกิดบ่อยและเป็นลบมาก ควรแก้ก่อน · ขนาดวง = จำนวนทวิตเชิงลบ

ควรทำอะไร (เรียงตามความสำคัญ)

1. ตอบลูกค้าให้เร็วขึ้นช่วงที่เที่ยวบินดีเลย์หรือยกเลิก (ทุกสายการบิน)
2. แจ้งสถานะดีเลย์และยกเลิกก่อนลูกค้าถาม พร้อมสาเหตุและเวลาอัปเดตครั้งถัดไป
3. แก้จุดอ่อนเฉพาะสาย: United ติดตามกระเป๋า (13.3% ของทวิตเชิงลบ) · Virgin America ขั้นตอนจองและคืนเงิน (18.1%) · US Airways ขั้นตอนที่สนามบิน (เป็นลบ 86.3%)
4. รักษาจุดแข็ง In-flight Experience หมวดที่มีสัดส่วนทวิตเชิงลบสูงที่สุด (37.3% ของหมวด)

ตัวเลขสำคัญ

14,375	62.9%	-46.6	1,158.8	91.7%
ทวิตเสียงลูกค้า	ทวิตเชิงลบ	Net Sentiment Score	ทวิตเชิงลบต่อผู้โดยสาร 1 ล้านคน	หมวดจาก AI ตรงกับคน

ข้อจำกัดของข้อมูล

- ข้อมูล 9 วันของเดือน ก.พ. 2015 (16 และ 24 ก.พ. ไม่เต็มวัน) และไม่รู้วิธีเก็บทวิต จึงใช้บอกรูปแบบ ไม่ใช่ภาพทั้งปี
- ทวิตถึง American มีเกือบทั้งหมดแค่ 22–24 ก.พ. จึงเทียบกับสายอื่นตรง ๆ ไม่ได้
- หมวดราว 52% ติดโดย AI ตรงกับคน 91.7% (κ 0.90) และป้ายจากคนบางส่วนก็ผิด เมื่อทดสอบแล้ว 2 อันดับแรกไม่เปลี่ยน แต่อันดับ 3 เปลี่ยนได้
- ยอดผู้โดยสารเป็นค่าประมาณจากข้อมูล BTS และไม่รวมสายการบินพันธมิตร

Source: Twitter US Airline Sentiment (Kaggle, CC BY-NC-SA 4.0) · BTS T-100 Market and On-Time Performance, February 2015