

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการวิจัยและพัฒนา ด้วยระบบ Customer Relationship Management (CRM) บริษัทสามารถสำรวจและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทจะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับให้มีคุณภาพ รวมไปถึงการคิดค้นและนำเสนอคอลเล็กชั่นหรือรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค

บริษัทมีการตั้งส่วนงานวิจัยและพัฒนาขึ้นมา โดยเป็นการร่วมงานกันระหว่างฝ่ายการตลาด/การขาย กับแผนกออกแบบผลิตภัณฑ์ และฝ่ายผลิตในเชิงเทคนิคการผลิต โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาและออกแบบเครื่องประดับเพชรให้มีความหลากหลายและทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งบริษัทจะนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้ามาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการไปร่วมงานแสดงสินค้าเครื่องประดับและอัญมณี ณ ประเทศต่างๆ มาใช้ในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยเน้นทั้งรูปแบบที่ทันสมัยและร่วมสมัยเพื่อเพิ่มความสามารถในการจับกลุ่มลูกค้าให้ดีขึ้น ทั้งนี้บริษัทได้ดำเนินการสำรวจและศึกษาแนวโน้มของแฟชั่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง