

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 3 งานทบทวนมาตรฐาน	1. ประเมินผลการให้บริการตามมาตรฐานคุณภาพบริการ	1 ครั้ง		-		-		-					กบส.(ผบธ.)
การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	ที่ กฟภ.กำหนด												ทุก กฟฟ.
และความคาดหวังของลูกค้า	เป้าหมาย กฟส.ขอ.=1 ครั้ง/ไตรมาสที่ 1	1 ครั้ง											ผบต.กฟส.ขอ.
	2. วิเคราะห์ความต้องการที่สำคัญของลูกค้าต่องานบริการ	-		1 ครั้ง		-		-					กบส.(ผบธ.)
	ตามมาตรฐานคุณภาพบริการ												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย กฟส.ขอ.=1 ครั้ง/ไตรมาสที่ 2			1 ครั้ง									ผบต.กฟส.ขอ.
	3. ทบทวนมาตรฐานคุณภาพบริการแล้วแจ้งผลและประเด็น	-		-		1 ครั้ง		-					กบส.(ผบธ.)
	ปรับปรุงให้ ผฟธ./ส่วนเกี่ยวข้องพิจารณาปรับปรุง												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย จัดส่งผลการทบทวนมาตรฐานฯให้กับ ผฟธ.					1 ครั้ง							ผบต.กฟส.ขอ.
แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	เป้าหมาย กฟส.ขอ.=1 ครั้ง/ไตรมาสที่ 3												
พัฒนาการปฏิบัติงานของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า	4. ประเมินผลพนักงานบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบพ.
(Front Manager) โดยติดตามการขยายผลให้	บริการ (Front Manager)												ทุก กฟฟ.
กฟฟ.ชั้น 1-3 เพื่อให้มีการบูรณาการงานส่วนของ	เป้าหมาย กฟฟ.1-3, กฟส. ทุกแห่ง												รจก.(บ)
Front Office ในการให้บริการลูกค้าได้อย่างมี	กฟต.2 41 แห่ง												ผบง.กฟส.ขอ.
ประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว	(ปี 2561 กฟต.2 มี กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 16 แห่ง, กฟส. 25 แห่ง)												
เพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า													

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 3 งานทบทวนมาตรฐาน	5. เผยแพร่คู่มือบริการประชาชน	100%		-		-		-					กบล.(ผบธ.)
การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	เป้าหมาย ขยายผลให้ไปยัง กฟย. ทุกแห่ง												ทุก กฟฟ.
และความคาดหวังของลูกค้า	กฟต.2 38 แห่ง	100%											ผบต.กฟส.ขอ.
แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561													
- รักษามาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)	6. ขยายผลให้ทุก กฟจ., กฟอ. ได้รับการรับรองมาตรฐาน	100%		100%		-		-			0.45	0.45	คณะทำงาน ต.2
	การให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก												
และขยายผลการดำเนินงานการรับรองมาตรฐาน GECC	(Government Easy Contact Center : GECC)												กฟฟ. ชั้น 1-3
ไปยังการไฟฟ้าสาขาที่มีความพร้อม	เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 1-2-3												ผบท.กฟอ.ทศ.
ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมและเมืองใหญ่	กฟต.2 7 แห่ง(ภูเก็ต,ปาดัง,ตะกั่วป่า,กาญจนดิษฐ์												
	เวียงสระ,พุนพิน,ปากพั่น)												
	กฟส. 9 แห่ง (ท่าศาลา,ฉวาง,ชะอวด,ห้วยยอด,กันตัง,ย่านตาขาว,												
	ท้ายเหมือง,คลองท่อม,อ่าวลึก)												
- ขยายผลระบบประเมินความพึงพอใจให้ กฟฟ.ชั้น 1-3 โดยใช้ระบบ Smart Display ผ่านจอ Touch screen	7. เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจผ่านระบบ	-		-		60%		-					กบล.(ผบธ.)
	ประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box)												
และประมวลผลด้วยระบบ Customer's Smile	เป้าหมาย ร้อยละ 60 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
Feedback เพื่อให้ลูกค้าได้รับการตอบสนอง	กฟอ.ทศ. (ไม่มี(Smile Box)												
การแก้ไขปัญหา และช่วยให้ผู้บริหารมีข้อมูลประกอบ													
การตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ													
แผนงานหลักที่ 3 งานทบทวนมาตรฐาน	8. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง	100%		100%		100%		100%			0.02	0.02	กบส.(ผบธ.)
การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	Doing Business World Bank ภายใน 25 วัน ปฏิทิน	≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน					ทุก กฟฟ.
และความคาดหวังของลูกค้า	เป้าหมาย กฟฟ. ชั้น 1-3 และ กฟส. ทุกแห่ง	100%		100%		100%		100%					ผบค/ผบป/ผกส
	กฟต.2 41 แห่ง (กฟส.ขอ. ทุกไตรมาส)	≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน					ผบต.กฟส.ขอ.
แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	(ปี 2561 กฟต.2 มี กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 16 แห่ง, กฟส. 25 แห่ง)												
ขยายผลการดำเนินงานตามกระบวนการให้บริการ	หมายเหตุ รายละเอียดเงื่อนไขของผู้ใช้ไฟ ตามหนังสือเลขที่												
ทางธุรกิจ ในการอำนวยความสะดวกการให้บริการ	สรก.(ก3) 583/2560 ลว. 18 ส.ค.2560												
ขอใช้ไฟฟ้าตามแนวทาง Doing Business :													
World Bank เพื่อให้การไฟฟ้าทุกแห่งสามารถ	9. จัดทำแผนการปรับปรุงผลสำรวจความพึงพอใจปี 2560	-		-		1 ครั้ง							กบส.(ผลส.)
ให้บริการกับลูกค้าประเภทธุรกิจอุตสาหกรรม	ที่ต่ำกว่าเกณฑ์ระดับ 4												ทุก กฟฟ.
ได้ด้วยความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัวยิ่งขึ้น	เป้าหมาย รายงานปีละ 1 ครั้ง ภายในหนึ่งไตรมาส หลังจาก												ผบต.กฟส.ขอ.
	ที่ได้รับผลสำรวจ												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 4 การพัฒนาการให้บริการลูกค้า	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					กรท.(ผสบ.)
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	PEA Smart Plus บน Smart Phone												กชข.(ผบข.)
	01 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า												กบล.(ผลส.)
	Download ใช้งาน												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย ทุก กฟฟ. (จำนวนราย ไม่น้อยกว่าที่กำหนด)												ผบต.กฟส.ขอ.
	กฟอ.ทศ. (4000)กฟย.1000			100%									
	กฟส.สข. (2500)												
	กฟส.ขอ. (2500)												
(อยู่ระหว่างขออนุมัติหลักการจาก ผวก. โดยคณะอนุกรรมการย่อยธุรกิจเสริมใหม่ของ กฟผ.)	02 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ Download	-		100%		3 ครั้ง		3 ครั้ง					
	PEA Mobile App ผ่านใบแจ้งหนี้ Spot Bill												
	อย่างน้อย 6 เดือน												
แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	เป้าหมาย ก่อน 16 มค.2562	3 ครั้ง		3 ครั้ง									
ขยายผลการใช้งานโปรแกรมระบบงานจดจ่ายไฟ	02.1 กำหนดข้อความประชาสัมพันธ์ที่จะพิมพ์ลงในใบแจ้งค่าไฟ												กรท.(ผสบ.)
(DMSX) ให้การไฟฟ้าชั้น 1-3 และการไฟฟ้าสาขา	02.2 ประสานงาน-แจ้งบริษัทตัวแทนจดหน่วยเพื่อดำเนินการ												กชข.(ผบข.)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
เพื่อสนับสนุนงานงดจ่ายไฟและติดกลับมิเตอร์													
ให้มีประสิทธิภาพ มีความถูกต้องและรวดเร็ว													
ในการปฏิบัติงานรองรับการเชื่อมโยงกับ Application													
“PEA Smart Plus”													
แผนงานหลักที่ 4 การพัฒนาการให้บริการลูกค้า	2. การขยายผลการจัดส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าอัตโนมัติให้แก่ลูกค้า												
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	รายใหญ่ ผ่านนวัตกรรม Smart Invoice												
	01 เชิญชวนลูกค้าให้ลงทะเบียนหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่	-		-				-					กรท.(ผสบ.)
	เพื่อรับบริการให้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 10% ของจำนวน												กชข.(ผบข.)
	ลูกค้าที่ลงทะเบียนเดิม (ระยะเวลา ม.ค. 2560 - ธ.ค. 2562)												กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย ลูกค้าลงทะเบียนฯ เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10%												ทุก กฟฟ.
	01.1 เชิญชวนลูกค้าให้ใช้บริการ (รายย่อยสมัคร SMS)							10%(สิ้นปี)					ผบต.ผบง.กฟส.ขอ
	01.2 ควบคุม ดูแล ติดตามและสรุปรายงานผล	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กชข.(ผบณ.)
	02 เชิญชวนลูกค้ารายใหญ่ให้ใช้บริการแจ้งค่าไฟฟ้า												กรท.(ผสบ.)
ผบค.เป็นรายใหม่ รายเก่า ผบป.	Smart Invoice ไม่น้อยกว่า 50% ของจำนวนลูกค้า												กชข.(ผบข.)
(เอาข้อมูลจาก ผบป.) แต่ละการไฟฟ้า	รายใหญ่ทั้งหมด (ระยะเวลา ม.ค. 2560 - ธ.ค. 2562)												กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย - รายเดิม 50 %	-		-		50%		-					ทุก กฟฟ.
	- รายใหม่ 25 %	-		-		25%		-					ผบง.กฟส.ขอ.

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.41
- ระดับ 4.33
- ระดับ 4.36
- ระดับ 4.32
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	03 ติดตามประเมินผลจำนวนลูกค้าที่ลงทะเบียนรับ	-		-		20%		-					กรท.(ผลส.)
	การบริการและความสำเร็จของการส่ง SMS (ทุกไตรมาส)												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย ร้อยละ 20 ของผู้ใช้ไฟรายใหญ่	5%		5%		5%		5%					ผบง.กฟส.ขอ.
แผนงานหลักที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลของ	1. แผนงานพัฒนาระบบรับฟังเสียงของลูกค้า (PEA VOC System)												
องค์กรเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหาร	01 พัฒนาระบบรับฟังเสียงของลูกค้า (PEA VOC System)												กบล.(ผลส.)
จัดการ (Data Driven Execution)	(กิจกรรมต่อเนื่องจากปี 2561)												ทุก กฟฟ.
	สรุปข้อมูลเสียงของลูกค้าแต่ละกลุ่ม (ความต้องการ												ผบค.ทศ.
แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	ความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ/ร้องเรียน/ข้อร้องขอ												
ขยายผลการนาระบบรับฟังเสียงลูกค้า	ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม และข้อเสนอแนะ ปี 2561												
(PEA VOC System) และระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์	ในแต่ละช่องทาง ส่งให้คณะทำงานด้านการบริการลูกค้า												
(Customer Relationship Management : CRM)	ทุกไตรมาส												
มาใช้สนับสนุนข้อมูลในการให้บริการลูกค้า	01.1 การรับฟังเสียงของลูกค้าทางโทรศัพท์ (Voice-based)												
ให้ครบทุกพื้นที่	- 1129 PEA Call Center	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผวธ.(ก4)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.41
- ระดับ 4.33
- ระดับ 4.36
- ระดับ 4.32
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	ขั้นตอน												
	1 ผู้ใช้โทรแจ้ง 1129												
	2. 1129 ส่งข้อมูลเข้าระบบ PEA VOC System เข้าแต่ละ กฟฟ.												
	3. แต่ละ กฟฟ.รับเรื่องแล้วดำเนินการตามอำนาจหน้าที่												ผบค.ทศ.
	หากเกินอำนาจ ก็นำเข้าสู่รูปคณะกรรมการ												
	01.1 การรับฟังเสียงของลูกค้าทางโทรศัพท์(ต่อ)												
	- โทรศัพท์สำนักงาน												
	01.2 การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์ (Interaction-based)												
	- ติดต่อโดยตรงที่สำนักงาน	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ0
	- การสานเสวนา	-		1 แห่ง		-		-					
	เป้าหมาย เขตละ 1 แห่ง												
	- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ0
แผนงานหลักที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลของ	01.3 การสำรวจข้อมูลลูกค้า (Survey-based)												
องค์กรเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหาร	- การสำรวจข้อมูลลูกค้าธุรกิจเสริม	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ0
จัดการ (Data Driven Execution)	- โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจ	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ0
	ภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.41
- ระดับ 4.33
- ระดับ 4.36
- ระดับ 4.32
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
	02 ประชุมชี้แจงการใช้งานให้กับผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	-		1 ครั้ง		-		-					กบล.(ผลส.)
													ทุก กฟฟ.
													ผบต.กฟส.ขอ0
	2. แผนงานพัฒนาระบบสนับสนุนงานสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า												กบล.(ผลส.)
	(CRM Plus)												ทุก กฟฟ.
	01 พัฒนาระบบสนับสนุนงานสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า			รอเกณฑ์วัดจากส่วนเกี่ยวข้อง									
	(CRM Plus) ร่วมกับ ผพท. (กิจกรรมต่อเนื่องจากปี 2561)												
	02 ติดตามประเมินผลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ	-		-		-		1 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ0
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมายด้วยกิจกรรมดังนี้	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	01 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล												ทุก กฟฟ.
	BOI/หน่วยงาน ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.41
- ระดับ 4.33
- ระดับ 4.36
- ระดับ 4.32
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
	เป้าหมาย รายงานผลทุกไตรมาส												
	02 การให้บริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย												กบล.(ผลส.)
	02.1 บริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์ (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)	-		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย ทุกรายที่เข้าตามหลักเกณฑ์ (20 ล้านบาทขึ้นไป)												
	กฟต.2 จำนวน 1 ราย												
	03 การเยี่ยมเยือนลูกค้า												
	03.1 เยี่ยมเยือนลูกค้า High value และ/หรือลูกค้ารายสำคัญ												กบล.(ผลส.)
	03.1.1 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย อช./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	100%		100%		100%		100%					
		100%		100%		100%		100%					ผบต.กฟส.ขอ.
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม	03.1.2 ประชุมคณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ			1 ครั้ง		-							ผบต.กฟส.ขอ.
	เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	03.1.3 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (Bic SAP)	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					วศก.ผบ.ทศ.
	03.1.4 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบส.(ผลส.)
	ของลูกค้า และแนวทางปรับปรุงแก้ไข												
	03.2 การเยี่ยมเยียนลูกค้า High Value	100%		100%		100%		100%					กบส.(ผลส.)
	เป้าหมาย กฟต.2 จำนวน 36 ราย												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย กฟอ.ทศ. จำนวน 1 ราย ไตรมาส 1,2	4 ราย											ผบต.กฟส.ขอ.
	03.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ	100%		100%		100%		100%					กบส.(ผลส.)
	เป้าหมาย รายสำคัญ 100% ทุกราย												ทุก กฟฟ.
	กฟต.2 จำนวน 416 ราย												
	เป้าหมาย กฟอ.ทศ. และสังกัด จำนวน 40 ราย ไตรมาละ 2	20 ราย		20 ราย									ผบต.กฟส.ขอ.
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับ	04 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่	1 ครั้ง		-		-		-					กบส.(ผลส.)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
ลูกค้าแต่ละกลุ่ม	04.1 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปี												ทุก กฟฟ.
	และขออนุมัติ ภายในเดือน มี.ค. (ไตรมาส 1)	1 ครั้ง											ผบด.กฟส.ขอ.
	เป้าหมาย ทุก กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์การจัดสัมมนา												
	กฟต.2 จำนวน 11 แห่ง												
	กฟอ.ทศ. จัดอบรม 1 ครั้ง/ ไตรมาสที่1												
	04.2 สรุปรายงานวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา ทุกไตรมาส			1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	05 การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account												กบล.(ผลส.)
	05.1 สรุปผลการดำเนินงานและปัญหาจากระบบ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ทุก กฟฟ.
													ผบด.กฟส.ขอ.
	2. การสูญเสียลูกค้า กฟภ. ให้กับ SPP												
	01 รายงานการสูญเสียลูกค้า กฟภ. ให้กับ SPP	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กหว.(ผสอ.)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41

ระดับ 4.33

ระดับ 4.36

ระดับ 4.32

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม	3. ประชุมคณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟข.	-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง												ทุก กฟฟ.
		-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ.
	4. ประชุมคณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ.	-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย กฟอ.ทศ.และกฟฟ.ในสังกัด ปีละ 2 ครั้ง ไตรมาส			1 ครั้ง		-		1 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ.
	5.01 ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการพนักงานผู้ปฏิบัติงาน KAM ของ กฟ	-		-		1 ครั้ง		-					กบล.(ผลส.)
	02 ติดตามผลหลังจากการสัมมนา เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนา	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ทุกไตรมาส												
	เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง												
	6. สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ KAM	-		-		1 ครั้ง		-					call center
	จากผลสำรวจโดย PEA Call Center												
	เป้าหมาย KAM ประจำ กฟฟ. ทุกราย ปีละ 1 ครั้ง												
	กฟต.2 1 ครั้ง (KAM 416 ราย)												
		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับ	7. จัดประชุม คู่ค้า/ผู้รับจ้างงานบริการด้านมิเตอร์/	-		-		1 ครั้ง		-					กบญ.(ผตป.)
ลูกค้าแต่ละกลุ่ม	จดหน่วยแจ้งค่าไฟฟ้า เกี่ยวกับการให้บริการกับลูกค้า												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย เขตจัด ปิละ 1 ครั้ง												
	เป้าหมาย กฟอ.ทศ. และกฟฟ.ในสังกัดปิละ 1 ครั้ง/ไตรมาสที่1			-		1 ครั้ง		-					ผบต.ผบง.กฟส.ขอ.
	8. เปิดให้บริการ PEA Shop	(รอกำเป้าหมาย)											
	เป้าหมาย กฟต.2 3 แห่ง												คณะทำงาน
	** อาจมีการเปลี่ยนแปลง อยู่ระหว่างการทบทวนหลักเกณฑ์												
	การเปิด Shop ของคณะทำงาน Smart Front Office**												
	9. ก่อสร้างสำนักงาน กฟย.แบบ Knockdown	(รอกำเป้าหมาย)											กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย กฟต.2 - แห่ง												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.41
- ระดับ 4.33
- ระดับ 4.36
- ระดับ 4.32
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม	11. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบส.(ผลส.)
	เป้าหมาย รายงานทุกไตรมาส (เขตละ 400 ราย)												
	ยกเลิกแผนงาน เนื่องจากซ้ำซ้อนกับแผนงานที่ 5 ข้อ 01.3-2												
แผนงานหลักที่ 7 การบริหารจัดการข้อร้องเรียนให้กับลูกค้า	1. บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า โดยตรวจสอบข้อเท็จจริง	4 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					กบส.(ผลส.)
	กำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ลูกค้าเป็นที่เข้าใจ												ทุก กฟฟ.
	ภายใน 30 วัน (ปฏิทิน) (รวมถึงติดตามการแก้ไขให้เกิดผลสำเร็จ)												
	ภายเวลาที่กำหนดดังนี้												
	01 IA/IR Chat ภายใน 24 ชั่วโมง (เรื่องเร่งด่วน)	4 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					
	02 ประเด็นทั่วไป พบผู้ใช้ไฟ ภายใน 5 วัน ตอบเป็นลายลักษณ์อักษร ภายใน 30 วัน	4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ.
	03 ครึ่งหนึ่ง (50 %) ของทุกประเภทภายใน 15 วัน	4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ.

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
- 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
 - 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
 - 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
 - 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
- 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

- ระดับ 4.37
- ระดับ 4.41
- ระดับ 4.33
- ระดับ 4.36
- ระดับ 4.32
- ระดับ 4.28
- ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 7 การบริหารจัดการข้อร้องเรียน ให้กับลูกค้า	04 สำรวจความพึงพอใจภายหลังแก้ไขข้อร้องเรียน ทุกสาย (แยกตามประเภทข้อร้องเรียน ตามมาตรฐานการบริการ)	4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ.
	05 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไข	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	ข้อร้องเรียน จากผลการสำรวจโดย PEA Call Center												
	เป้าหมาย กฟต.2 4 ครั้ง (ไตรมาสละครั้ง)												
	2. เร่งรัด ติดตาม ประเมินผลความสำเร็จของการจัดการ	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					กบส.(ผลส.)
แผนงานหลักที่ 8 งานพัฒนาสนับสนุนพนักงาน ที่ดูแลลูกค้ารายใหญ่ (Key Account)	ข้อร้องเรียนทุกเดือน												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย กฟอ.ทศ. และ กฟฟ.ในสังกัด ทุกเดือน ทุกไตรมาส	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ.
	1. พัฒนาศักยภาพพนักงานที่ดูแลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)	-		-		1 ครั้ง		-					กบส.(ผลส.)
	เป้าหมาย จัดอบรมพนักงาน 1 ครั้ง/เขต												
	2. สรุปข้อมูลและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและตลาด												
	มาเป็นปัจจัยนำเข้า (input)												
	01 รายงานข้อมูลแรงดันจุดที่ลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับแรงดันไฟฟ้า	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบต.กฟส.ขอ.

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า
3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.37
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ
ของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4
6.2 ความพึงพอใจลูกค้า
6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
6.2.2 กลุ่มพาณิชย์
6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม
6.2.4 กลุ่มอื่นๆ
6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.37
ระดับ 4.41
ระดับ 4.33
ระดับ 4.36
ระดับ 4.32
ระดับ 4.28
ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
	(เฉพาะส่วนที่มีการร้องเรียน) ของแต่ละระบบแรงดัน												กบล.(ผลส.)
	<u>เป้าหมาย</u> รายงานผลเป็นรายไตรมาส												