



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

คู่มือการสัมมนา ลูกค้ารายใหญ่

สายงานธุรกิจและการตลาด
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด
กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
(ปรับปรุงครั้งที่ 1)

อนุมัติ

(ลงชื่อ)

(นายศุภชัย เอกอุ่น)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
วันที่ 29 ธ.ค. 2564

A-WM-01

คำนำ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ให้ความสำคัญในการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดยตระหนักว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการเติบโตขององค์กร เกิดจากความเชื่อมั่นและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร กฟภ. จึงมีแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับลูกค้าใหม่ ลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าที่ผูกพันต่อองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ สร้างความภักดีของต่อองค์กร ตลอดจนการต่อยอดรายได้ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเสริมของ กฟภ. ต่อไป

คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ จัดทำขึ้นเพื่อ ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยงรับรอง รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างลูกค้า และ กฟภ. เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจาธุรกิจ รวมถึงการได้รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผลการจัดกิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่กำหนด และรวบรวม สรุปประสิทธิภาพการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าเสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการของ กฟภ. รวมถึงการรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วทั้งที่ ช่วยกระชับความสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป

หากมีข้อสงสัยหรือเสนอแนะเกี่ยวกับคู่มือฉบับนี้ กรุณาติดต่อ กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด โทร 0-2009-6736

กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด
สายงานธุรกิจและการตลาด
เดือน ธันวาคม 2564

สารบัญ

	หน้า
1. วัตถุประสงค์	1
2. ขอบเขต	1
3. คำจำกัดความ	1
4. หน้าที่ความรับผิดชอบ	3
5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)	4
6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6
7. มาตรฐานงาน	8
8. แบบฟอร์มที่ใช้	9
ภาคผนวก ก รายละเอียดแบบฟอร์ม	10
CRM-SMN-001 รายชื่อลูกค้าประชุมสัมมนา	
CRM-SMN-002 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา	
ภาคผนวก ข ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน	14
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้จัดทำ	24

1. วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างลูกค้า และ กฟภ. เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ นโยบาย/โครงการ/แผนงานที่สำคัญของ กฟภ./ทิศทางของเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมของประเทศ รวมถึง การรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การ ปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยกระชับความสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป

2. ขอบเขต

คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้า รายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยงรับรอง รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการ ระหว่าง ลูกค้า และ กฟภ. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจา ธุรกิจ รวมถึงการได้รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผลการจัดกิจกรรมลง ในระบบสารสนเทศที่กำหนด และรวบรวม สรุปประสิทธิผลการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการของ กฟภ.

3. คำจำกัดความ

3.1 ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กฟภ. ครอบคลุมถึงลูกค้าใน ปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย

3.2 ลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณา/คัดเลือก เพื่อดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อจัดสัมมนาลูกค้าตามขอบเขตที่กำหนด

3.3 ลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer: HVC) หมายถึง กลุ่มลูกค้าจากผลการจัดลำดับมูลค่า ความเป็นลูกค้า ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาด และแนวทางบริหารจัดการเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ยกระดับความพึงพอใจของ ลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

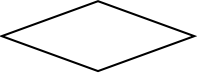
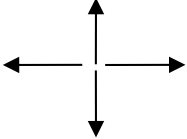
3.4 ลูกค้ารายใหญ่ หมายถึง ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายตั้งแต่ 100kVA หรือ ทุกขนาด รวมกันตั้งแต่ 100 kVA ขึ้นไป หรือเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุด ตั้งแต่ 30 กิโลวัตต์ขึ้นไป ทั้ง รายที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย หรือใช้หม้อแปลงร่วมของ กฟภ.

3.5 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) หมายถึง กลยุทธ์ ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด

3.6 การสัมมนา (Seminar) หมายถึง การประชุม การพบปะ หรือการศึกษาดูงาน รวมถึงรูปแบบ นันทนาการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และหาข้อสรุปหรือ ข้อเสนอแนะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญ ลูกค้ามูลค่าสูง หรือ ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณาตามความเหมาะสม

3.7 ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ระบบสารสนเทศที่ใช้ในงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า ประกอบด้วย ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM Plus และ แอปพลิเคชัน CRM Mobile Workforce (อนาคต)

3.8 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน

- | | | |
|-------|---|---|
| 3.9.1 |  | คือ จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ |
| 3.9.2 |  | คือ กิจกรรมและการปฏิบัติงาน |
| 3.9.3 |  | คือ การตัดสินใจ |
| 3.9.4 |  | คือ ทิศทาง/การเคลื่อนไหวของงาน |
| 3.9.5 |  | คือ จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการเขียนกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน 1 หน้า |
| 3.9.6 |  | คือ เอกสาร/รายงาน |
| 3.9.7 |  | คือ ฐานข้อมูล |
| 3.9.8 |  | คือ จุดควบคุมกิจกรรมหลักที่คาดว่าจะเกิดปัญหาบ่อย/ต้องควบคุมเป็นพิเศษ |

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

4.1 ผู้ช่วยผู้ว่าการ (ผชก.) การไฟฟ้าเขต

พิจารณาอนุมัติแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟข.

4.2 กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (กลพ.) ฝ่ายลูกค้าและการตลาด

กำหนดแผนงานโดยรวมของ กฟผ. ติดตามผลดำเนินการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ พร้อมรวบรวมสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแนวทางการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่

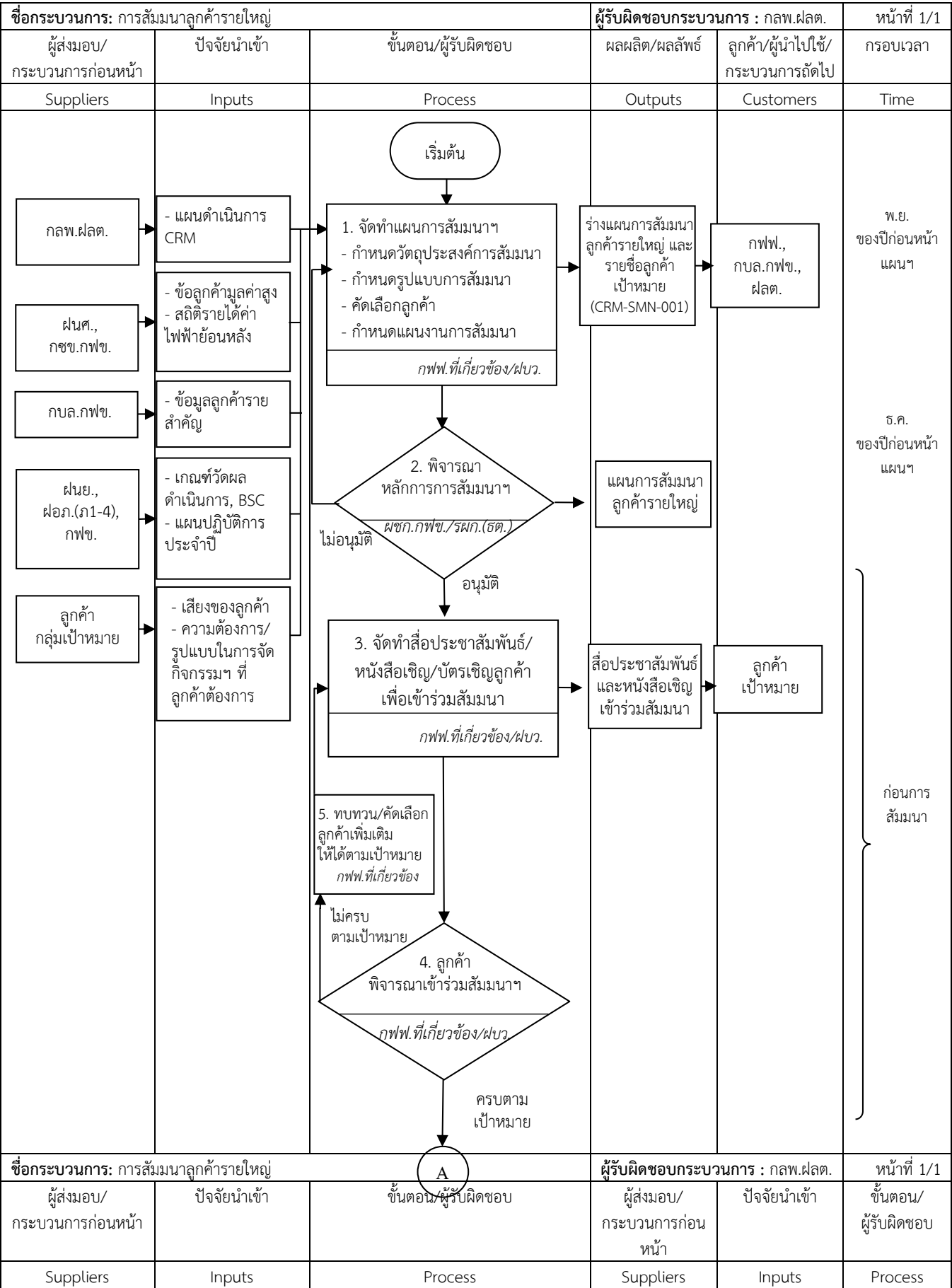
4.3 กองบริการลูกค้า (กบล.) การไฟฟ้าเขต

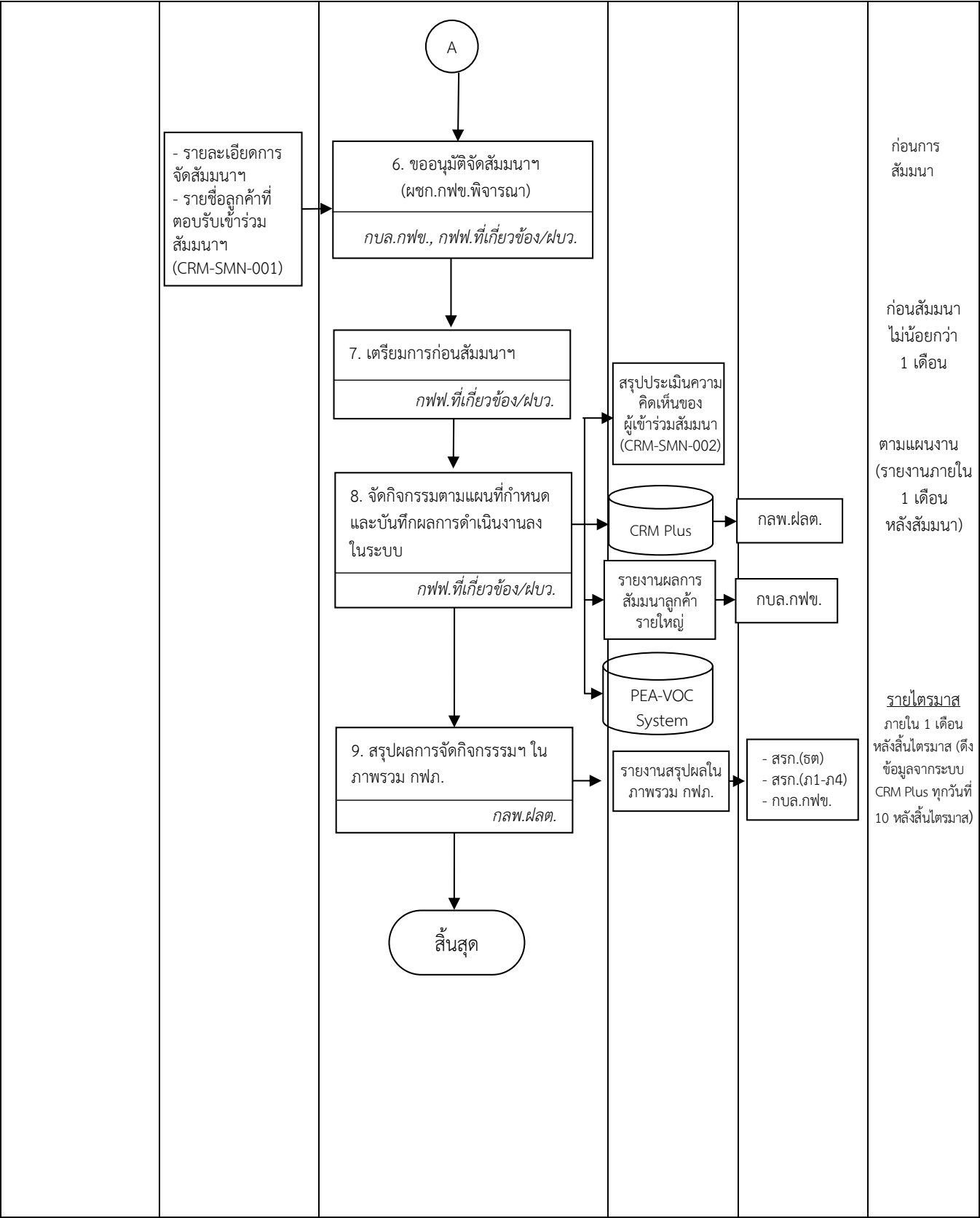
ดำเนินการรวบรวมและจัดทำร่างแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ เพื่อขออนุมัติหลักการการสัมมนา และขออนุมัติการจัดสัมมนาอีกครั้ง (หลังจากการเชิญชวนลูกค้าได้ตามเป้าหมายที่กำหนด) ประสานงานและติดตามผลดำเนินการของ กฟฟ. ในสังกัด รวมถึงสรุปรายงานวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนาฯ และสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากจัดสัมมนาฯ ในภาพรวมของ กฟข. เสนอผู้บริหาร

4.4 การไฟฟ้าชั้น 1-3 และหน่วยงานอื่นๆ ที่ผ่านหลักเกณฑ์ตามขอบเขต

จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ โดยกำหนดวัตถุประสงค์/รูปแบบการสัมมนา และคัดเลือกลูกค้าเพื่อเสนอขออนุมัติหลักการการสัมมนาฯ หลังจากได้รับอนุมัติแผนงาน ให้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าให้ได้ตามเป้าหมาย เสนอขออนุมัติจัดสัมมนาฯ และดำเนินการจัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด พร้อมบันทึกผลการดำเนินกิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)





6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

6.1 จัดทำแผนงานการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่

กฟฟ. ที่มีรายได้แก่ กฟผ. มากกว่าเดือนละ 100 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งเข้าหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่และฝ่ายบริการวิศวกรรม (ผบว.) จัดทำแผนการสัมมนา โดยกำหนดวัตถุประสงค์และรูปแบบ

การสัมมนา คัดเลือกลูกค้า และกำหนดแผนงานการสัมมนาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดสัมมนารวมถึงความต้องการความคาดหวังของลูกค้าต่อรูปแบบการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างประโยชน์ และความพึงพอใจของลูกค้า โดยเลือกรูปแบบการจัดสัมมนาจากแนวทาง ดังนี้

รูปแบบที่ 1 การสัมมนابรรยายวิชาการ

รูปแบบที่ 2 การจัดเสวนา

รูปแบบที่ 3 การจัดประชุมแบบ Focus Group (กลุ่มย่อย)

รูปแบบที่ 4 กิจกรรมนันทนาการ เช่น การเลี้ยงรับรอง และการแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ กฟผ. เป็นต้น

รูปแบบที่ 5 ศึกษาดูงาน

รายละเอียดการจัดทำบันทึก เพื่อขออนุมัติหลักการสัมมนา ประกอบด้วย

- 1) วัตถุประสงค์การจัดสัมมนา
- 2) รูปแบบพร้อมรายละเอียดการจัดสัมมนา
- 3) กลุ่มลูกค้าและจำนวนลูกค้าเป้าหมาย (แนบรายชื่อลูกค้าเป้าหมายตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-001)
- 4) กำหนดการ (ระบุวันที่โดยสังเขป)
- 5) งบประมาณในการจัดสัมมนา

5.1) กรณีที่ กฟผ. ขออนุมัติให้ ผชก.กฟผ. มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเบิกค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมจากงบทำการเงินรายได้ของ กฟผ. ที่จัดสัมมนา ภายในวงเงินไม่เกินครั้งละ 100,000 บาท/ครั้ง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ครอบคลุมค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ค่าเครื่องดื่ม-ของว่าง, ค่าเลี้ยงอาหาร, ค่าเอกสารแจกลูกค้า, ค่าสถานที่จัดสัมมนา และค่าของที่ระลึก ทั้งนี้ โดยแจ้ง กบล.กฟผ. ภายในเดือนพฤศจิกายนของปีก่อนหน้าแผนดำเนินการ เพื่อรวบรวม/พิจารณาความเหมาะสมในขั้นต้น และนำเสนอขออนุมัติแผนงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟผ. ต่อไป

5.2) กรณีสำนักงานใหญ่ ขออนุมัติให้ รผก.(ธต) มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ภายในกรอบวงเงินไม่เกินครั้งละ 100,000 บาท/ปี รวมถึงค่าสมนาคุณ/ค่าตอบแทนวิทยากรเพิ่มเติม สำหรับการสัมมนาในรูปแบบที่มีวิทยากร นอกเหนือจากวงเงินข้างต้น ให้ขอจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมจาก กปง.

โดยหลักเกณฑ์การคิดค่าใช้จ่ายในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ให้อ้างอิงตามระเบียบ กฟผ. ว่าด้วยฝึกรอบรมและสัมมนา พ.ศ. 2560 โดยค่าใช้จ่ายในส่วนลูกค้าให้แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับบริหารเทียบเท่าพนักงานระดับ 8 ขึ้นไป และ ระดับปฏิบัติ เทียบเท่าพนักงานระดับ 1-7 ทั้งนี้เพื่อประสิทธิผลในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หากมีรายการค่าใช้จ่ายเกินกว่าที่ระเบียบกำหนด ให้เสนอผู้มีอำนาจอนุมัติตามข้อ 6.1 5) ข้อ 5.1) และ 5.2) โดยพิจารณาเป็นกรณีๆไป

6.2 พิจารณานุมัติหลักการการสัมมนา

กบล.กฟผ. นำเสนอ ผชก.กฟผ. และ ผบว. นำเสนอ รผก.(ธต.) เพื่อพิจารณานุมัติหลักการการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟผ. พร้อมทั้งแจ้งแผนงานฯ ที่อนุมัติแล้ว ไปยังกอง และ กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องภายในเดือนธันวาคม ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน พร้อมจัดส่งแผนในการจัดสัมมนาดังกล่าว ให้ กฟผ. เพื่อทราบต่อไป ทั้งนี้ ก่อนการจัดสัมมนาจะต้องขออนุมัติจัดการสัมมนา โดยระบุรายละเอียดการจัดงานอีกครั้ง

6.3 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำหนังสือ/บัตรเชิญเพื่อเชิญลูกค้าเข้าร่วมสัมมนา

หลังจากได้รับอนุมัติหลักการ ให้ กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และหนังสือเชิญ/บัตรเชิญลูกค้าเข้าร่วมสัมมนา เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดสัมมนาตามรายชื่อลูกค้าเป้าหมาย

6.4 ลูกค้าพิจารณาเข้าร่วมสัมมนา

กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. ติดตามการพิจารณา/ตอบรับการเข้าร่วมสัมมนาของลูกค้า หากลูกค้าปฏิเสธการเข้าร่วมหรือจำนวนลูกค้าเข้าร่วมไม่ได้ตามเป้าหมายให้ดำเนินการในข้อ 6.5 และเมื่อมีลูกค้าตอบรับตามจำนวนเป้าหมายแล้วให้ดำเนินการต่อในข้อ 6.6

6.5 ทบทวน/คัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติมให้ได้ตามเป้าหมาย

กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. ทบทวนและคัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติม ที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าเข้าร่วมสัมมนา จนกระทั่งได้ลูกค้าเข้าร่วมตามจำนวนเป้าหมายที่กำหนด

6.6 ขออนุมัติจัดสัมมนา

กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. จัดทำรายละเอียดการจัดสัมมนาแจ้ง กบล. ก่อนการสัมมนาไม่น้อยกว่า 1 เดือน โดยแนบรายชื่อลูกค้าที่ตอบรับเข้าร่วมสัมมนาฯ ตามเป้าหมาย (แบบฟอร์ม CRM-SMN-001) เพื่อนำเสนอ ผชก.กฟพ. พิจารณาอนุมัติการจัดสัมมนา

6.7 เตรียมการก่อนสัมมนา

เมื่อได้รับอนุมัติจัดการสัมมนา กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. เตรียมความพร้อมการจัดสัมมนาตามรูปแบบที่กำหนดโดยประสานงานวิทยากร (ถ้ามี), เอกสารแจกผู้ใช้ไฟ, สถานที่จัดสัมมนา, อาหาร เครื่องดื่ม-ของว่าง และของที่ระลึก

6.8 จัดกิจกรรมตามแผนที่กำหนด และบันทึกผลการดำเนินงานลงในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

- กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. จัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด ทั้งนี้ให้ กบล. ร่วมประสานงานและสังเกตการณ์การจัดสัมมนาแต่ละครั้ง หลังการจัดสัมมนา กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา นำเสนอผู้บริหาร และจัดส่งให้ กบล. ส่วน ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา นำเสนอผู้บริหาร และจัดส่งให้ กฟพ. ทราบต่อไป โดยกำหนดให้สรุปประเด็นในเบื้องต้น ประกอบด้วย

- สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา
- สรุปการใช้งบประมาณ
- สรุปเนื้อหาหรือสาระสำคัญในการจัดสัมมนา/การบรรยาย
- สรุปประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา (ตัวอย่างตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002)
- สรุปประเด็นข้อซักถาม ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ

ทั้งนี้ ให้ กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. บันทึกผลและรายละเอียดในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ลงในระบบ CRM Plus ให้ครบถ้วนถูกต้อง และหากได้รับเสียงของลูกค้าจากการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ให้บันทึกเสียงดังกล่าว ลงในระบบ PEA-VOC-System ด้วย

- กบล. ติดตาม และตรวจสอบผลการสัมมนาลูกค้าของแต่ละ กฟฟ. ในระบบสารสนเทศให้มีความครบถ้วนถูกต้อง เป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้ กฟพ. รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมของ กฟพ. นำเสนอแก่ รพก.(ธต) ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาสต่อไป.

6.9 ติดตามและสรุปผลการจัดกิจกรรมฯ ในภาพรวม กฟพ. นำเสนอผู้บริหารและส่วนที่เกี่ยวข้อง

กฟพ. ดำเนินการติดตามผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระบบสารสนเทศ (CRM Plus) โดยทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส กฟพ. จะดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ตามแบบฟอร์ม

CRM-SMN-001 และสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในภาพรวมของ กฟผ. ให้แล้วเสร็จภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส

7. มาตรฐานงาน

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
1. จัดทำแผนงานการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่	กฟผ. ที่เข้าหลักเกณฑ์และ ฝบว. จัดทำแผนการสัมมนา โดยกำหนดวัตถุประสงค์ เลือกรูปแบบ (จากรูปแบบที่กำหนดให้) คัดเลือกลูกค้าให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (แบบฟอร์ม CRM-SMN-001) พร้อมกำหนดแผนงาน โดยสังเขป แจ้ง กบล.ภายในเดือนพฤศจิกายนของปีหน้า ก่อนหน้าแผนงาน
2. พิจารณาแผนงานการสัมมนา	พิจารณาแผนงานสัมมนา ของหน่วยงานในสังกัด โดยคำนึงถึงรูปแบบการสัมมนาที่เลือก ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีความเหมาะสมในภาพรวม และสถานการณ์ปัจจุบัน โดยแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือนธันวาคมของปีหน้าก่อนหน้าแผนงาน
3. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำหนังสือเชิญ/บัตรเชิญลูกค้าเข้าร่วมสัมมนา	กฟผ. ที่ได้รับพิจารณาอนุมัติหลักการการจัดสัมมนาและ ฝบว. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และหนังสือเชิญชวนลูกค้าตามเป้าหมายที่กำหนด โดยระบุรูปแบบ/กำหนดการที่ชัดเจน พร้อมในตอบรับการเข้าร่วมสัมมนา
4. ลูกค้าพิจารณาเข้าร่วมสัมมนา	กฟผ.และ ฝบว. ติดตามการตอบรับเข้าร่วมสัมมนาของลูกค้าเป้าหมาย
5. ทบทวน/คัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติมให้ได้ตามเป้าหมาย	ในกรณีที่ลูกค้าตอบรับไม่ครบตามเป้าหมาย ให้พิจารณาคัดเลือกลูกค้า ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพิ่มเติม จนกระทั่งได้ลูกค้าตามเป้าหมาย
6. ขออนุมัติจัดสัมมนา	หลังจากได้รับการตอบรับของลูกค้าตามเป้าหมาย รวมถึงการติดต่อประสานงานในส่วนต่างๆ ครบถ้วน กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. ขออนุมัติก่อนการจัดงานสัมมนาไม่น้อยกว่า 1 เดือน
7. เตรียมการก่อนสัมมนา	กฟผ.ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. เตรียมการสัมมนาตามรูปแบบและรายละเอียดที่กำหนด
8. จัดกิจกรรมตามแผนที่กำหนดและบันทึกผลการดำเนินงานลงในระบบ	- กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. ดำเนินการจัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด ในส่วนของ กฟผ. ให้ กบล. ร่วมประสานงานและสังเกตการณ์การจัดสัมมนาแต่ละครั้ง - กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว.จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา โดยกำหนดให้สรุปประเด็นเบื้องต้น คือ การใช้งบประมาณ, เนื้อหา/สาระสำคัญในการจัดสัมมนา, ผลประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา และ ประเด็นข้อซักถาม ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ - บันทึกผลการดำเนินงานลงในระบบ CRM Plus พร้อมบันทึกเสียงของลูกค้าที่ได้จากกิจกรรม ลงในระบบ PEA

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
	VOC System อย่างครบถ้วนถูกต้อง - สรุปประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา (ตัวอย่างตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002) - กบล.ตรวจสอบการบันทึกข้อมูลฯ ทุกไตรมาส
9. สรุปผลการจัดกิจกรรมฯ ในภาพรวม กฟภ.	- กลพ. ติดตามผลดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายของแผนดำเนินการ - กลพ. ดึงข้อมูลผลการดำเนินงานจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส พร้อมสรุปรายงานผลการดำเนินงาน ในภาพรวมของ กฟภ. แจ้งส่วนที่เกี่ยวข้อง ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส

8.
 แบบฟอร์มที่ใช้

- CRM-SMN-001 รายชื่อลูกค้าประชุมสัมมนา
- CRM-SMN-002 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา

ภาคผนวก ก

รายละเอียดแบบฟอร์ม

CRM-SMN-001	รายชื่อลูกค้าประชุมสัมมนา
CRM-SMN-002	แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา



แบบสอบถามความคิดเห็น
งานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่
วันที่
ณ

CRM-SMN-002/1

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ ใช้ในการสอบถามความคิดเห็นของท่านต่องานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ PEA เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงการจัดงาน
สัมมนาครั้งต่อไป ตลอดจนผลิตภัณฑ์และงานบริการต่างๆ ของ PEA ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดของท่าน
โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หรือกรอกข้อมูลในช่องว่างที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- 1.1 เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- 1.2 อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20 - 35 ปี ☐ 36 – 50 ปี
☐ 51 – 65 ปี ☐ มากกว่า 65 ปี
- 1.3 ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.4 ตำแหน่งงาน ☐ ผู้บริหารระดับสูง/ผู้จัดการ ☐ ผู้บริหารระดับต้น/หัวหน้างาน ☐ วิศวกร/ช่างเทคนิค
☐ พนักงานกลุ่มงานบัญชี/การเงิน ☐ พนักงานกลุ่มงานบริหาร/อำนวยการ/ธุรการ
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ))
- 1.5 ประเภทกิจการ ☐ ธุรกิจบริการ (Service Business) เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ธนาคาร สถานศึกษา
☐ ธุรกิจพาณิชย์ยกรรม (Merchandising Business) เช่น ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า
☐ ธุรกิจอุตสาหกรรม (Manufacturing Business) เช่น โรงงานผลิตหรือแปรรูปสินค้าต่างๆ
(โปรดระบุ ลักษณะกิจการ))
- 1.6 สถานที่ประกอบกิจการตั้งอยู่ที่ ☐ ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม (โปรดระบุ ชื่อนิคม.....))
☐ เขตอุตสาหกรรมอื่นๆ นอกนิคมอุตสาหกรรม เช่น สวนอุตสาหกรรม เขตส่งเสริมการลงทุน
(โปรดระบุ ชื่อเขตอุตสาหกรรม))
☐ นอกเขตอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่องานสัมมนา

ระดับ 5 = มากที่สุดหรือดีมาก 4 = มากหรือดี 3 = ปานกลางหรือพอใช้ 2 = น้อยหรือต่ำกว่ามาตรฐาน 1 = น้อยที่สุดหรือต้องปรับปรุงแก้ไข

คำถาม	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ					ข้อเสนอแนะ
	5	4	3	2	1	
การประชาสัมพันธ์การจัดงานสัมมนา						
การอำนวยความสะดวก (เช่น สถานที่, โสตทัศนูปกรณ์, อาหารเครื่องดื่ม และเจ้าหน้าที่ประสานงาน)						
หัวข้อการสัมมนา น่าสนใจและเป็นประโยชน์						
ความเหมาะสมของรูปแบบการสัมมนา						
วิทยากรมีความรอบรู้และความสามารถในการถ่ายทอด						
การมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา						
ความรู้ที่ได้รับจากการสัมมนาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้						
ความพึงพอใจต่อภาพรวมของงานสัมมนา						

2.1 สิ่งที่ท่านพึงพอใจหรือประทับใจในการสัมมนาครั้งนี้

2.2 สิ่งที่คุณนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงในการสัมมนาโอกาสต่อไป

2.3 ข้อเสนอแนะหากมีการจัดงานสัมมนาในครั้งต่อไป

2.3.1 รูปแบบที่ท่านสนใจ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ การสัมมนาบรรยายวิชาการ | ☐ การจัดเสวนา |
| ☐ การจัดประชุมแบบ Focus Group (กลุ่มย่อย) | ☐ กิจกรรมนันทนาการ เช่น กีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ PEA |
| ☐ การศึกษาดูงาน | ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) |

2.3.2 หัวข้อ/ประเด็นที่ท่านสนใจ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์บริการและบทบาทของ PEA

ระดับ 5 = มากที่สุดหรือดีมาก 4 = มากหรือดี 3 = ปานกลางหรือพอใช้ 2 = น้อยหรือต่ำกว่ามาตรฐาน 1 = น้อยที่สุดหรือต้องปรับปรุงแก้ไข

คำถาม	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ					ข้อเสนอแนะ
	5	4	3	2	1	
คุณภาพไฟฟ้าและบริการที่ได้รับจาก PEA มีราคาที่เหมาะสมคุ้มค่า						
PEA เป็นหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมไฟฟ้าและเทคโนโลยีการจำหน่ายไฟฟ้าอย่างครบวงจร						
PEA เป็นหน่วยงานที่ทุ่มเทเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม						
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อคุณภาพไฟฟ้าและบริการที่ได้รับจาก PEA						
คุณภาพการให้บริการโดยรวมของ PEA เป็นไปตามที่คาดหวัง						
PEA ทำหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม ในฐานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจ						

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อให้ PEA นำไปใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านสละเวลาตอบคำถามและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อ PEA

ภาคผนวก ข

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	สถานะ	ปี พ.ศ.	หน่วยงานที่จัดทำ
1	จัดทำครั้งแรก	2558	คณะทำงานเพิ่มประสิทธิภาพการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า (อฝ.วธ.(จ3) ประธานคณะทำงานฯ)
2	ปรับปรุงครั้งที่ 1	2564	กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด
3			
4			
5			

รายละเอียดการปรับปรุงคู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่
(ครั้งที่ 1)

หน้าที่..../ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 1 ข้อที่ 1 วัตถุประสงค์	เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา เพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์นโยบาย/โครงการ/แผนงานที่สำคัญของ PEA ตลอดจนทิศทางของเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมของประเทศ รวมถึงการรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของลูกค้า เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วทั้ง	เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างลูกค้า และ กฟภ. เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์นโยบาย/โครงการ/แผนงานที่สำคัญของ กฟภ./ทิศทางของเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมของประเทศ รวมถึงการรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยกระชับความสัมพันธ์รักษฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป
หน้าที่ 1 ข้อที่ 2 ขอบเขต	คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ในรูปแบบการสัมมนา สอดคล้องตามแนวทางการจัดประชุมผู้ใช้ไฟตามอนุมัติ ผวก. ลว. 5 ต.ค. 2542	คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยงรับรอง รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างลูกค้า และ กฟภ. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจาธุรกิจ รวมถึงการได้รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผลการจัดกิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่กำหนดและรวบรวม สรุปประสิทธิผลการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการของ กฟภ.
หน้าที่ 1 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ PEA หรืออาจจะเป็นในอนาคต โดยรวมถึงความหมายของลูกค้าอย่างกว้างๆ ครอบคลุมถึงลูกค้าในปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย	ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กฟภ. ครอบคลุมถึงลูกค้าในปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย

หน้าที่..../ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 1 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	ลูกค้าเป้าหมาย หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณา/คัดเลือก เพื่อดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้ บริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายตามขอบเขตที่กำหนด	ลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) หมายถึง กลุ่มภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีการจัดตั้งใหม่ หรือ ขยายตัวทางธุรกิจในพื้นที่การจำหน่ายไฟฟ้าของ กฟภ. ซึ่งอาจจะเป็นส่วนที่เป็นลูกค้ารายเดิมของ กฟภ. แต่มีการขยายธุรกิจ หรือ ลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ.
หน้าที่ 1 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	ลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) หมายถึง ลูกค้าของ PEA ที่มีความสำคัญ และได้รับการคัดเลือกตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	-
หน้าที่ 1 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	-	การสนับสนุนลูกค้า (Customer Support) หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึง หรือได้รับข้อมูลสารสนเทศในด้านการขอใช้ไฟฟ้า บริการเสริมการทำธุรกรรม รวมถึงข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
หน้าที่ 2 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	-	ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ระบบสารสนเทศที่ใช้ในงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ประกอบด้วย ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM Plus และ แอปพลิเคชัน CRM Mobile Workforce (อนาคต)
หน้าที่ 2 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	-	3.9 คู่มือการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ของกิจกรรมและขั้นตอนในการะบวนการทำงาน 3.9.1  คือ จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ 3.9.2  คือ กิจกรรมและการปฏิบัติงาน 3.9.3  คือ การตัดสินใจ 3.9.4  คือ ที่ทาง/การเคลื่อนไหลของงาน 3.9.5  คือ จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการเชื่อมกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน 1 หน้า 3.9.6  คือ เอกสาร/รายงาน 3.9.7  คือ ฐานข้อมูล 3.9.8  คือ จุดควบคุม/กิจกรรมหลักที่คาดว่าจะเกิดปัญหาบ่อย/ต้องควบคุมเป็นพิเศษ

หน้าที่..../ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความ รับผิดชอบ	1.4.1 คณะกรรมการพัฒนางานด้าน ลูกค้า ทำหน้าที่กำหนดแผนงานโดยรวม รวบรวมผลดำเนินการ ในภาพรวมองค์กร ทบทวนและปรับปรุง แนวทางการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่	4.2 กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (กลพ.) ฝ่ายลูกค้าและการตลาด กำหนดแผนงานโดยรวมของ กฟภ. ติดตามผลดำเนินการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ พร้อมรวบรวม สรุปผลการดำเนินงานใน ภาพรวมขององค์กร รวมทั้งทบทวนและ ปรับปรุงแนวทางการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความ รับผิดชอบ	1.4.2 อช. ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติ	4.1 ผู้ช่วยผู้ว่าการ (ผชก.) การไฟฟ้าเขต
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความ รับผิดชอบ	1.4.3 ฝวธ.(ภ1-4) ทำหน้าที่รวบรวมและ ติดตามผลดำเนินการ กฟข. สรุปรายงาน ผลการดำเนินงาน แจ้งคณะกรรมการพัฒนางานด้านลูกค้า	-
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความ รับผิดชอบ	1.4.5 กฟฟ.ชั้น 1-3 ที่ผ่านหลักเกณฑ์ตาม ขอบเขต//	4.4 การไฟฟ้าชั้น 1-3 และ หน่วยงานอื่นๆ ที่ผ่านหลักเกณฑ์ตาม ขอบเขตพร้อมบันทึกผลการดำเนิน กิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

หน้าที..../ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที 6 ข้อที่ 6.1 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.1 จัดทำแผนงานการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ กฟผ. ให้ครอบคลุมทั้งการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ จัดทำแผนการสัมมนา โดยกำหนดวัตถุประสงค์และรูปแบบการสัมมนา คือเลือกลูกค้า และกำหนดแผนงานการสัมมนา โดยเลือกรูปแบบการจัดสัมมนาจากแผนงานดังนี้ รูปแบบที่ 1 การจัดสัมมนาบรรยายวิชาการ รูปแบบที่ 2 การจัดเสวนา รูปแบบที่ 3 การจัดประชุมแบบ Focus Group (กลุ่มย่อย) รูปแบบที่ 4 กิจกรรมนิทรรศการ เช่น การแสดงนิทรรศการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ PEA รูปแบบที่ 5 ศึกษาดูงาน รายละเอียดการจัดทำบันทึก เพื่อขออนุมัติหลักการสัมมนา ประกอบด้วย - วัตถุประสงค์การจัดสัมมนา - รูปแบบหรือรายละเอียดการจัดสัมมนา - กลุ่มลูกค้าและจำนวนลูกค้าเป้าหมาย - แนวทางหรือลูกค้าเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์ CR4-SM4-001) - กำหนดการ (ระบุวันที่และเวลา) - งบประมาณในการจัดสัมมนา (ตามอนุมัติ สท. 5 ส.ค. 2542) ประกอบด้วย ค่าเครื่องเสียงเช่า, ค่าเสียงบรรยาย, ค่าอาหารและเครื่องดื่ม, ค่าสถานที่จัดสัมมนา, ค่าของที่ระลึก โดยเบิกค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมจากงบยกย่องการดำเนินงานโดย กฟผ. ที่จัดสัมมนา ภายในวงเงินไม่เกินครั้งละ 100,000 บาท ทั้งนี้กรณีรูปแบบบรรยายวิชาการ ให้พิจารณาเบิกจ่ายรายการเพิ่มเติม นอกเหนือจากวงเงินข้างต้น ทั้งนี้ให้เป็นไปตามอนุมัติ สท. 5 ส.ค. 2547 เรื่องการปรับปรุงระเบียบการใช้จ่ายประชุมสัมมนาและสัมมนา ตามบทว่า การขอ กฟผ. ที่ขึ้นประชุม โดยแจ้ง กสอ.กฟผ. ภายในเดือน ก.พ. ของแต่ละปี เพื่อทราบการจัดสรรความเหมาะสมในขั้นต้น และนำเสนอขออนุมัติแผนงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟผ. ต่อไป	6.1 จัดทำแผนงานการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ กฟผ. ที่มีความได้แก่ กฟผ. มากกว่าเดิมจะ 100 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งเจ้าพนักงานจัดการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่และฝ่ายบริการวิชาการ (ปบว.) จัดทำแผนการสัมมนา โดยกำหนดวัตถุประสงค์และรูปแบบการสัมมนา คือเลือกลูกค้า และกำหนดแผนงานการสัมมนาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดสัมมนารวมถึงความต้องความเหมาะสมของลูกค้าต่อรูปแบบการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างประโยชน์ และความพึงพอใจของลูกค้า โดยเลือกรูปแบบการจัดสัมมนาจากแนวทาง ดังนี้ รูปแบบที่ 1 การจัดสัมมนาบรรยายวิชาการ รูปแบบที่ 2 การจัดเสวนา รูปแบบที่ 3 การจัดประชุมแบบ Focus Group (กลุ่มย่อย) รูปแบบที่ 4 กิจกรรมนิทรรศการ เช่น การแสดงนิทรรศการ และการแข่งขันกีฬาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ กฟผ. เป็นต้น รูปแบบที่ 5 ศึกษาดูงาน รายละเอียดการจัดทำบันทึก เพื่อขออนุมัติหลักการสัมมนา ประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์การจัดสัมมนา 2) รูปแบบหรือรายละเอียดการจัดสัมมนา 3) กลุ่มลูกค้าและจำนวนลูกค้าเป้าหมาย (ในแนวที่ลูกค้าเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์ CR4-SM4-001) 4) กำหนดการ (ระบุวันที่และเวลา) 5) งบประมาณในการจัดสัมมนา 5.1) กรณีที่ กฟผ. ขออนุมัติให้ เบง.กฟผ. มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเบิกค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมจากงบยกย่องการดำเนินงานโดย กฟผ. ที่จัดสัมมนา ภายในวงเงินไม่เกินครั้งละ 100,000 บาท/ครั้ง อย่างน้อยละ 1 ครั้ง ครอบคลุมค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ค่าเครื่องเสียง-ของว่าง, ค่าเสียงอาหาร, ค่าอาหารและเครื่องดื่ม, ค่าสถานที่จัดสัมมนา และค่าของที่ระลึก ทั้งนี้ โดยแจ้ง กสอ.กฟผ. ภายในเดือนพฤศจิกายนของปีก่อนหน้าแผนดำเนินการ เพื่อรวบรวมพิจารณาความเหมาะสมในขั้นต้น และนำเสนอขออนุมัติแผนงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟผ. ต่อไป 5.2) กรณีสำนักงานใหญ่ ขออนุมัติให้ รทก.(ธก.) มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ภายในกรอบวงเงินไม่เกินครั้งละ 100,000 บาท/ปี รวมถึงค่าขนส่ง/ค่าตอบแทนวิทยากรเพิ่มเติม สำหรับการจัดสัมมนาในรูปแบบที่ 3 วิทยากร นอกเหนือจากวงเงินข้างต้น ให้ขอจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมจาก กฟผ. โดยหลักเกณฑ์การจัดค่าใช้จ่ายในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ให้อ้างอิงตามระเบียบ กฟผ. ว่าด้วยฝึกอบรมและสัมมนา พ.ศ. 2560 โดยค่าใช้จ่ายในส่วนลูกค้าให้แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับบริหารเทียบเท่ากับจำนวนระดับ 8 ขึ้นไป และ ระดับปฏิบัติ เทียบเท่ากับจำนวนระดับ 1-7 ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หากมีรายการค่าใช้จ่ายเกินกว่าที่ระบุไว้กำหนด ให้เสนอผู้มีอำนาจอนุมัติตามข้อ 6.1 5.1 ข้อ 5.1 และ 5.2 โดยพิจารณาเป็นกรณีไป
หน้าที 6-7 ข้อที่ 6.2 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.2 พิจารณานุมัติหลักการการสัมมนา กบล.กฟผ. นำเสนอ อช.//	6.2 พิจารณานุมัติหลักการการสัมมนา กบล.กฟผ. นำเสนอ ผชก.กฟผ. และ ผบว. นำเสนอ รผก.(ธต.)//
หน้าที 7 ข้อที่ 6.3 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.3 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำหนังสือเชิญลูกค้าเข้าร่วมสัมมนา หลังจากได้รับอนุมัติหลักการ กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง//	6.3 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำหนังสือ/บัตรเชิญเพื่อเชิญลูกค้าเข้าร่วมสัมมนา หลังจากได้รับอนุมัติหลักการ ให้ กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว.//
หน้าที 7 ข้อที่ 6.4 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.4 ลูกค้าพิจารณาเข้าร่วมสัมมนา กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง//	6.4 ลูกค้าพิจารณาเข้าร่วมสัมมนา กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว.//
หน้าที 7 ข้อที่ 6.5 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.5 ทบทวน/คัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติมให้ได้ตามเป้าหมาย กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง//	6.5 ทบทวน/คัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติมให้ได้ตามเป้าหมาย กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว.//
หน้าที 7 ข้อที่ 6.6 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.6 ข อ อ นุ ม ตี จั ด สั ม ม น า กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง//	6.6 ขออนุมัติจัดสัมมนา กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว.//
หน้าที 7 ข้อที่ 6.7 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.7 เตรียมการก่อนสัมมนา เมื่อได้รับอนุมัติจัดการสัมมนา กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง//	6.7 เตรียมการก่อนสัมมนา เมื่อได้รับอนุมัติจัดการสัมมนา กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว.//
หน้าที 7 ข้อที่ 6.8 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.8 จัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง จัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด ทั้งนี้ให้ กบล.กฟผ. ร่วมประสานงานและสังเกตการณ์	6.8 จัดกิจกรรมตามแผนที่กำหนด และบันทึกผลการดำเนินงานลงในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง - กฟผ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว. จัดสัมมนา

หน้าที่..../ข้อที่....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	การจัดสัมมนาแต่ละครั้ง หลังการจัดสัมมนา กฟฟ. ที่เกี่ยวข้อง จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา โดยกำหนดให้สรุปประเด็นในเบื้องต้น ประกอบด้วย - สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา - สรุปการใช้งบประมาณ - สรุปเนื้อหาหรือสาระสำคัญในการจัดสัมมนา/การบรรยาย - สรุปประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา (ตัวอย่างตามแบบฟอร์ม CRM-SMIN-002) - สรุปประเด็นข้อซักถาม ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ	ตามแผนที่กำหนด ทั้งนี้ให้ กบล. ร่วมประสานงานและสังเกตการณ์การจัดสัมมนาแต่ละครั้ง หลังการจัดสัมมนา กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา นำเสนอผู้บริหาร และจัดส่งให้ กบล. ส่วน ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา นำเสนอผู้บริหาร และจัดส่งให้ กฟฟ. ทราบต่อไป โดยกำหนดให้สรุปประเด็นในเบื้องต้น ประกอบด้วย - สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา - สรุปการใช้งบประมาณ - สรุปเนื้อหาหรือสาระสำคัญในการจัดสัมมนา/การบรรยาย - สรุปประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา (ตัวอย่างตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002) - สรุปประเด็นข้อซักถาม ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ ทั้งนี้ ให้ กฟฟ.ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. บันทึกผลและรายละเอียดในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ลงในระบบ CRM Plus ให้ครบถ้วนถูกต้อง และหากได้รับเสียงของลูกค้าจากการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ให้บันทึกเสียงดังกล่าว ลงในระบบ PEA-VOC-System ด้วย - กบล. ติดตาม และตรวจสอบผลการสัมมนาลูกค้าของแต่ละ กฟฟ. ในระบบสารสนเทศให้มีความครบถ้วนถูกต้อง เป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้ กฟฟ. รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมของ กฟฟ. นำเสนอแก่ รผก.(ธต) ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาสต่อไป
หน้าที่ 8 ข้อที่ 6.9 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	2.2.9 สรุปรายงานวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา และสารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า กบล.กฟข. สรุปสาระสำคัญการจัดสัมมนา และสารสนเทศเสียงลูกค้าจากการจัดสัมมนาลูกค้า (แบบฟอร์ม VOC-	6.9 ติดตามและสรุปผลการจัดกิจกรรมฯ ในภาพรวม กฟฟ. นำเสนอผู้บริหารและส่วนที่เกี่ยวข้อง กฟฟ. ดำเนินการติดตามผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของหน่วยงานที่

หน้าที่..../ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	CRM-001) เสนอผู้บริหารทุกไตรมาส โดยจัดทำรายงานสรุปผลการสัมมนา ลูกค้ารายใหญ่ เสนอ อช. และ ผวธ.(ภ1-4) ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส เพื่อให้ ผวธ.(ภ1-4) รวบรวมและสรุปผลดังกล่าว แจ้งคณะกรรมการพัฒนางานด้านลูกค้า ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส ต่อไป	เกี่ยวข้องในระบบสารสนเทศ (CRM Plus) โดยทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส กฟพ.จะดึง ข้อมูลจากระบบ CRM Plus ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-001 และสรุปรายงานผลการจัด สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในภาพรวมของ กฟภ. ให้แล้วเสร็จภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน (จัดทำแผนงาน การสัมมนาลูกค้า รายใหญ่)	กฟพ. ที่เข้าหลักเกณฑ์ จัดทำแผนการ สัมมนา โดยกำหนดวัตถุประสงค์....//	กฟพ. ที่เข้าหลักเกณฑ์และ ผบว. จัดทำแผนการสัมมนา โดยกำหนด วัตถุประสงค์ ...//
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน (พิจารณา แผนงานการ สัมมนา)	โดยแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือน มี.ค. ของแต่ละปี	โดยแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือนธันวาคมของปีหน้าก่อนหน้า แผนงาน
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน (จัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ และจัดทำหนังสือ เชิญลูกค้าเข้าร่วม สัมมนา)	กฟพ. ที่ได้รับพิจารณาอนุมัติ หลักการการจัดสัมมนา//	กฟพ. ที่ได้รับพิจารณาอนุมัติ หลักการการจัดสัมมนาและ ผบว.//
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน (ลูกค้าพิจารณา เข้าร่วมสัมมนา)	กฟพ.ติดตามการตอบรับเข้าร่วม สัมมนาของลูกค้าเป้าหมาย	กฟพ.และ ผบว. ติดตามการตอบ รับเข้าร่วมสัมมนาของลูกค้าเป้าหมาย
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน (เตรียมการก่อน สัมมนา)	กฟพ.ที่เกี่ยวข้อง...รายละเอียดที่ กำหนด	กฟพ.ที่เกี่ยวข้องและ ผบว. ... รายละเอียดที่กำหนด
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน(จัด สัมมนาตามแผนที่ กำหนด)	- กฟพ. ที่เกี่ยวข้องการจัดสัมมนาแต่ ละครั้ง - กฟพ. ที่เกี่ยวข้อง ข้อเสนอแนะที่ ลูกค้าสนใจ	- กฟพ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว.การจัด สัมมนาแต่ละครั้ง - กฟพ. ที่เกี่ยวข้องและ ผบว.... ข้อเสนอแนะ ที่ลูกค้าสนใจ - บันทึกผลการดำเนินงานลงในระบบ CRM Plus พร้อมบันทึกเสียงของลูกค้าที่ได้จาก

หน้าที่..../ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		กิจกรรม ลงในระบบ PEA VOC System อย่างครบถ้วนถูกต้อง - สรุปประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา (ตัวอย่างตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002) - กบล.ตรวจสอบการบันทึกข้อมูลฯ ทุกไตรมาส
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน (สรุปรายงาน วิเคราะห์ผลการ จัดสัมมนา และ สารสนเทศที่ สำคัญของลูกค้า)	- ติดตามผลดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายของแผนดำเนินการ และสรุปผลการจัดสัมมนาตามแผนงานที่กำหนด - สรุปรายงานวิเคราะห์ผลดำเนินการ และสรุปสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการจัดสัมมนา ด้านความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์ บริการ และการสนับสนุน (แบบฟอร์ม VOC-CRM-001) แจ้ง ผวธ.(ภ1-4) ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส	- กฟพ. ติดตามผลดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายของแผนดำเนินการ - กฟพ. ดึงข้อมูลผลการดำเนินงานจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส พร้อมสรุปรายงานผลการดำเนินงานในภาพรวมของ กฟพ. แจ้งส่วนที่เกี่ยวข้องภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส
หน้าที่ 10 ข้อที่ 8 แบบฟอร์มที่ใช้	-	CRM-SMN-001 รายชื่อลูกค้าประชุมสัมมนา CRM-SMN-002 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้จัดทำ

รายชื่อผู้จัดทำ

- | | | |
|----|----------------------------|---|
| 1. | นายธีรพันธุ์ จันทร์จินดา | ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าและการตลาด
สายงานธุรกิจและการตลาด |
| 2. | นางสาวอภินันท์ พิมพ์พันธุ์ | รองผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าและการตลาด
สายงานธุรกิจและการตลาด |
| 3. | นายทรงศักดิ์ สกุนนิยมพร | ผู้อำนวยการกองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด |
| 4. | นายวรกิตติ แยมบู | ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด |
| 5. | นายกันต์กวี รอดบุญพา | ผู้ช่วยหัวหน้าแผนกบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและงานขาย
กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด |
| 6. | นางสาวพิชชารีย์ อ่ำปลอด | นักการตลาด ระดับ 6 แผนกบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า
และงานขาย กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด |
| 7. | นายเสฏฐวุฒิ แซ่หย่อง | วิศวกร ระดับ 4 แผนกบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและงานขาย
กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด |