

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.1 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

2.2.1 กลุ่มเอกชนรายย่อย

2.2.2 กลุ่มเอกชนรายใหญ่

2.2.3 กลุ่มราชการรัฐวิสาหกิจ

2.2 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.40

ระดับ 4.32

ระดับ 4.34

ระดับ 4.36

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าสายงานการไฟฟ้า ภาค 4

2.2 ความพึงพอใจของลูกค้า

2.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

2.2.2 กลุ่มพาณิชย์

2.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

2.2.4 กลุ่มอื่นๆ

2.3 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า

7. เป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2562								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
ด้าน Customer											
แผนงานหลักที่ 3 แผนงานการนำเทคโนโลยีดิจิทัล	1. วิเคราะห์หาคำนวณความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	1 ครั้ง		-		-		-		คณะทำงาน SEPA	
เพื่อกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการ	และมาตรฐานการให้บริการของคู่เทียบ เพื่อกำหนดมาตรฐาน									หมวด 3	
(SLA) ที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และเหนือกว่า	การให้บริการที่เกินความคาดหวัง และเหนือกว่าคู่เทียบ									ของสายงาน	
คู่เทียบ	ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (เป้าหมาย ไตรมาส 1)										
	2. กำหนดมาตรฐานการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	100%		-		-		-		คณะทำงาน SEPA	
	ได้แก่ Application บนโทรศัพท์ Smart Phone และ Internet..การขอใช้ไฟฟ้า									หมวด 3	
	ชำระเงินค่าไฟฟ้า แจ้งเหตุไฟฟ้าขัดข้อง แจ้งข้อเสนอแนะและร้องเรียน									ของสายงาน	
	ชำระค่าไฟฟ้าค้างชำระและค่าติดตั้งมิเตอร์ การขอขยายเขตไฟฟ้าผ่าน Internet										
	และการขอโอนเปลี่ยนชื่อการใช้ไฟฟ้า (เป้าหมาย ไตรมาส 1)										
	3. ชี้แจงแนวทางปฏิบัติ	-		1 ครั้ง		-		-		คณะทำงาน SEPA	
	(เป้าหมาย ไตรมาส 2-4)									หมวด 3	
										ของสายงาน	
										กฟต. 1-3	
	4. ติดตามประเมินผล	-		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กฟต. 1-3	
	(เป้าหมาย ไตรมาส 2-4)										

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2562								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
ด้าน Customer											
แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้า	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร PEA Smart Plus บน									คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	Smart Phone									PEA Smart Plus	PEA Smart Plus
	1.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download ใช้งาน	32,095		64,192		90,936		106,984		คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	ตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)	ราย		ราย		ราย		ราย		PEA Smart Plus	PEA Smart Plus
	ต.3 = 106,984 ราย										
	แยกราย กฟฟ										
	3. ปิดตานี้	2,918		5,833		8,265		9,723			
	กฟจ.ปัตตานี	1459.00		2916.50		4132.50		4861.50			ผบป.
	กฟส.หนองจิก	729.50		1458.25		2066.25		2430.75			
	กฟส.โคกโพธิ์	729.50		1458.25		2066.25		2430.75			
	1.2 ติดตามและวิเคราะห์ผลการใช้ Feature ต่างๆใน PEA Smart Plus เช่น	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	การชำระค่าไฟผ่าน APP , การต่อกลับมิเตอร์ , การขอใช้ไฟฟ้า									PEA Smart Plus	PEA Smart Plus
	2. แผนงานพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online									ผวธ.(ภ4)	กรท.,กบล.
	Service (COS)									กรท.,กบล.	
	2.1 ติดตามประเมินผลการพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและการขยายเขต	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			
	ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ										
	(เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)										
	3. แผนงานขยายผลระบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้ระบบ Smart Display									กบล.(กรท.)	กบล.(กรท.)
	ผ่านจอ Touch Screen และประมวลผลด้วยระบบ Customer’s										
	Smile Feedback										
	01. ขยายผล ให้การไฟฟ้าชั้น 1-3 ตามที่ กฟภ. กำหนด	รอกำเป้าหมายจากส่วนรับผิดชอบ								กรท.	กรท.
	02. รายงานผลการใช้งานระบบประเมินความพึงพอใจ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	4. แผนงานขยายผลการใช้งานโปรแกรมระบบงานจดจ่ายไฟ (DMSX)									กรท.	กรท.
	(เพิ่มเติมตามแผนงานผู้ว่าการ ปี 2561)										
	01. ขยายผลการใช้งานโปรแกรมระบบงานจดจ่ายไฟ (DMSX) ให้	รอกำเป้าหมายจากส่วนรับผิดชอบ								กรท.	กรท.
	การไฟฟ้าชั้น 1-3 และการไฟฟ้าสาขา ตามที่ กฟภ. กำหนด										
	02. รายงานผลการใช้งานโปรแกรมระบบงานจดจ่ายไฟ (DMSX)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กรท.	ผบพ.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2562								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
ด้าน Customer											
แผนงานหลักที่ 5 แผนงานการปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร	1. วิเคราะห์/คัดเลือกกระบวนการ										
(รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูลในช่องทาง)	(เป้าหมาย ไตรมาส 1-2)										
เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการ											
(Data Driven Execution) (เชื่อมโยงกับ SO5 ในแผนงาน	2. กำหนดแนวทางและจัดทำกระบวนการให้เป็นมาตรฐาน										
DT1.2)	(เป้าหมาย ม.ค. - ส.ค.)	รอหารือในรายละเอียดทั้ง 4 ภาค									
(รอหารือทั้ง 4 ภาค)											
	3. สื่อสาร ถ่ายทอด สร้างความรู้ความเข้าใจ										
	(เป้าหมาย ก.ย. - พ.ย.)										
	4. ติดตาม ประสานงานเพื่อนำข้อมูลเข้าระบบฐานข้อมูลขององค์กร										
	(เป้าหมาย มิ.ย. - พ.ย.)										
	5. รายงานผลการดำเนินงานการนำเข้าฐานข้อมูลองค์กรในระบบงานสร้างความ										
	สัมพันธ์ลูกค้า และการบริการลูกค้า										
	(เป้าหมาย ธ.ค.)										
แผนงานหลักที่ 6 งานทบทวนมาตรฐานการให้บริการ	1. ประเมินผลการให้บริการตามมาตรฐานคุณภาพบริการที่ กฟภ.กำหนด	1 ครั้ง		-		-		-		กบล.(ผบธ.)	กบล.(ผบธ.)
ที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวัง'ของลูกค้า	ของปีที่ผ่านมา (ปี 2561)										
	2. วิเคราะห์ความต้องการที่สำคัญของลูกค้าต้องานบริการ	1 ครั้ง		-		-		-		กบล.(ผบธ.)	กบล.(ผบธ.)
	ตามมาตรฐานคุณภาพบริการ										
	3. ทบทวนมาตรฐานคุณภาพบริการแล้วแจ้งผลและประเด็น	-		1 ครั้ง		-		-		กบล.(ผบธ.)	กบล.(ผบธ.)
	ปรับปรุงให้ ผพร./ส่วนเกี่ยวข้องพิจารณาปรับปรุง										
	เป้าหมาย จัดส่งผลการทบทวนมาตรฐานฯให้กับ ผพร.										
	4. ประเมินผลพนักงานบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	บริการ (Front Manager) ประเมินผลความคาดหวังตามที่สายงานกำหนดทุกไตรมาส										
	เป้าหมาย กฟฟ.1-3 กฟส.ทุกแห่ง,										
	5. การประเมินผลการบริหาร PEA Shop ตามเกณฑ์ที่ กฟภ กำหนด										
	เป้าหมาย เขต ดำเนินการ	1 ครั้ง		-		1 ครั้ง		-		คณะกรรมการเขต	คณะกรรมการเขต
	เป้าหมาย ของ ภาค ดำเนินการ	-		1 ครั้ง		-		-		คณะกรรมการภาค	คณะกรรมการภาค
	6. ขยายผลให้ทุก กฟจ., กฟอ. ได้รับการรับรองมาตรฐานการให้บริการ	100%		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)										
	เป้าหมาย กฟส. ทุกแห่ง ยกเว้น อาคารเช่า, กฟย. ส่งประกวด เขตละ 1 แห่ง										
	กฟต..3 = 14 แห่ง (ยล,บสต,ตมด,คพ,ละงู,ตบ,รส,สทพ,นาทวี,สบย,คน,ควนเนียง										
	เขาชัยสน,ปาดังเบซาร์										

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2562								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
ด้าน Customer											
	7. เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจผ่านระบบประเมินผล	60%		60%		60%		60%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ความพึงพอใจ (Smile Box)										
	เป้าหมาย ร้อยละ 60 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด (ตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด)										
	กฟต..3 ร้อยละ 60										
	แยกราย กฟฟ										
	3. ปีตตานี	60%		60%		60%		60%			
	กฟจ.ปีตตานี										ผบป.
	กฟส.หนองจิก										
	กฟส.โคกโพธิ์										
	8. ให้มีผู้ร่วมการตรวจสอบและประเมินผลต่อลูกค้าที่ประเมินผ่าน smile box	-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ตั้งแต่ 3 ลงมาตามสัดส่วนของคะแนน ตามแบบฟอร์ม และตามที่ กฟภ. กำหนด	-		(100 ราย)		-		(100 ราย)		กฟฟ. 1-3	
	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง (ทั้งปีโทรสุ่ม 200 ราย)										
ดำเนินการใน กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟส. ทุกแห่ง รายละเอียด	9. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง Doing Business	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผบธ.)	กบล.(ผบธ.)
เงื่อนไขของผู้ใช้ไฟ ตามหนังสือเลขที่ สรก.(ภ3) 583/2560	World Bank									กฟฟ. 1-3	
ลว. 18 ส.ค.2560	01 กฟฟ.ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจำนวน 3 จังหวัด ได้แก่ จ.ภูเก็ต,	≤ 20 วัน		≤ 20 วัน		≤ 20 วัน		≤ 20 วัน			
	จ.สงขลา และ จ.นราธิวาส ดำเนินการภายใน 20 วันปฏิทิน ประเมิน										
	จากงาน 3 ประเภท ดังนี้										
	01.1 METER 3 P 4 W 220/380V. 30(100) A.										
	แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ตีดมิเตอร์										
	01.2 METER 1 P 2 W 220 V. With CT.										
	01.3 METER 3 P 4 W 380/220 V. With. CT.										
	02 กฟฟ. นอกเหนือจาก 3 จังหวัดในข้อ 01 ดำเนินการภายใน	≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		กบล.(ผบธ.)	กบล.(ผบธ.)
	25 วันปฏิทิน ประเมินจากงาน 4 ประเภท									กฟฟ. 1-3	
	02.1 METER 3 P 4 W 380/220V. 30(100) A.										
	แบบไม่ต้องปักเสาเข็มไลน์ตีดมิเตอร์										
	02.2 METER 3 P 4 W 220/380 V. 30(100) A.										
	แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ตีดมิเตอร์										
	02.3 METER 1 P 2 W 220 V. With CT.										
	02.4 METER 3 P 4 W 380/220 V. With. CT.										
	2. ปีตตานี	≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน			
	กฟจ.ปีตตานี										ผบค.
	กฟส.หนองจิก										
	กฟส.โคกโพธิ์										

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2562								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
ด้าน Customer											
	เป้าหมาย ทุกสาย,ทุกประเภท เป็นไปตามกรอบเวลาที่ กฟผ. กำหนด										
	10. จัดทำแผนการปรับปรุงผลสำรวจความพึงพอใจปี 2561	-		2 ครั้ง		-		2 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ที่ต่ำกว่าเกณฑ์ระดับ 4									กฟฟ. 1-3	
	กฟฟ. จุตรวมงาน ประเมินจาก smile box									กฟส.	
	กฟส. ที่ไม่มี smile box ให้ประเมินจากแบบฟอร์ม QN04										
	เป้าหมาย รายงานปีละ 2 ครั้ง ภายในหนึ่งไตรมาส หลังจากที่ได้ผลสำรวจ										
	กฟต.3 2 ครั้ง										

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้านลูกค้า (Customer)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.1 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

2.2.1 กลุ่มเอกชนรายย่อย

2.2.2 กลุ่มเอกชนรายใหญ่

2.2.3 กลุ่มราชการรัฐวิสาหกิจ

2.2 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าสายงานการไฟฟ้า ภาค 4

2.2 ความพึงพอใจของลูกค้า

2.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

2.2.2 กลุ่มพาณิชย์

2.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

2.2.4 กลุ่มอื่นๆ

2.3 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/

ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.40

ระดับ 4.32

ระดับ 4.34

ระดับ 4.36

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2562								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
แผนงานหลักที่ 8 การบริหารความสัมพันธ์กับ	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมายด้วยกิจกรรมดังนี้										
ลูกค้าแต่ละกลุ่ม	01 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงาน	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
(แผนงานหลักที่ 6 เดิม)	ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ										
	เป้าหมาย รายงานผลทุกไตรมาส										
	02 การให้บริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	02.1 บริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์	1ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			
	(รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)										
	เป้าหมาย ทุกรายที่เข้าตามหลักเกณฑ์กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMT)										
	กฟต.3 จำนวน 267 ราย										
	03 การเยี่ยมเยือนลูกค้า									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	03.1 เยี่ยมเยือนลูกค้า High value และ/หรือลูกค้ารายสำคัญ										
	03.1.1 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย รพภ./ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย										
	อช./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	100%		100%		100%		100%			
	ผจก. กฟฟ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	100%		100%		100%		100%			

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2562								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
	03.1.2 ประชุมคณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	1 ครั้ง		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง										
	03.1.3 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (Bic SAP)	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		กบล.,กฟฟ.ทุกแห่ง	กบล.(ผลส.)
	03.1.4 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	และแนวทางปรับปรุงแก้ไข										
	03.2 การเยี่ยมเยียนลูกค้า High Value	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย กฟต.3 จำนวน 35 ราย										
	03.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย รายสำคัญ 100% ทุกราย	81 ราย		81 ราย		81 ราย		81 ราย			
	กฟต.3 จำนวน 324 ราย										
	แยกราย กฟฟ										
	3. ปิดตานี้	6 ราย		6 ราย		6 ราย		6 ราย			ผบค.
	กฟจ.ปัตตานี	0		8		8		0			
	กฟส.หนองจิก	0		4		0		0			
	กฟส.โคกโพธิ์	0		4		0		0			
	04 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	04.1 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปีและขออนุมัติ	1 ครั้ง		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ภายในเดือน มี.ค. (ไตรมาส 1)										
	เป้าหมาย ทุก กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์การจัดสัมมนา										
	โดยให้พิจารณาโซนเพื่อจัดทำแผนสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในลักษณะ Cluster										
	กฟต.3 จำนวน 7 แห่ง (ยล,ปน,สข,พท,หญ,สด,สต)										
	04.2 สรุปรายงานวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา ทุกไตรมาส	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	05 การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	01 สรุปผลการดำเนินงานและปัญหาจากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศฯ (Bic SAP)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	06 ให้มีการบริการดูแลลูกค้ารายสำคัญที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงตาม	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management:KAMT)									กฟฟ.1-3	
	เป้าหมาย ดำเนินการรายงานทุกครั้งที่เข้าพบลูกค้า										