



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

(Key Account Management: KAMT)

คณะทำงาน
ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ
การบริหารลูกค้ารายสำคัญ
(ปรับปรุงครั้งที่ 4)

อนุมัติ

(ลงชื่อ).....

(นายประกายจน์ วงศ์พุฒิ)

รองผู้อำนวยการการไฟฟ้าภาค 3

ประธานคณะทำงานด้านการบริการลูกค้า

22 ก.พ. 2561

A-WM-01

คำนำ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ให้ความสำคัญในการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดยตระหนักว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการเติบโตขององค์กร เกิดจากความเชื่อมั่นและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร กฟภ. จึงมีแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับลูกค้าใหม่ ลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าที่ผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วยระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าตามลำดับดังนี้ ลูกค้าที่ไม่รู้จักองค์กร ลูกค้าที่รู้จัก ลูกค้าที่ซื้อหรือใช้บริการ ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการซื้อหรือใช้บริการ ลูกค้าที่มีความภักดีต่อองค์กร และลูกค้าที่ให้การสนับสนุนองค์กร

เนื่องจากลูกค้าของ กฟภ. มีจำนวนมากและคุณลักษณะเฉพาะที่หลากหลาย ดังนั้นเพื่อให้การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการกำหนดแนวทางการสร้างความสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละประเภท สำหรับลูกค้ามูลค่าสูงและลูกค้าที่มีคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์สอดคล้องตามเป้าหมายขององค์กร เป็นลูกค้าที่มีความสำคัญและสามารถสร้างรายได้หลักให้กับองค์กร ดังนั้น กฟภ. จึงกำหนดและพัฒนาระบบการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management: KAMT) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญโดยเฉพาะ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวัง ตลอดจนการยกระดับความสัมพันธ์ของลูกค้ารายสำคัญให้เป็นลูกค้าที่มีความผูกพันกับ กฟภ.

การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานนี้ จัดทำขึ้นเพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายใน กฟภ. ใช้เป็นแนวทางในการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานต่อไป

อนึ่ง หากมีข้อเสนอแนะ หรือข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่อสอบถามที่นายทรงศักดิ์ สกุนดิษมพร ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองความร่วมมือธุรกิจระหว่างประเทศ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ผู้ช่วยเลขานุการคณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ โทร. 02-009-6122

คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
กุมภาพันธ์ 2561

1. วัตถุประสงค์

คู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management: KAMT) จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้ารายสำคัญของ กฟภ. ซึ่งสอดคล้องตามข้อกำหนดของเกณฑ์ SEPA หมวดที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด เพื่อให้กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิผลตอบสนองต่อความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า ตลอดจนยกระดับความสัมพันธ์ของลูกค้ารายสำคัญให้เป็นลูกค้าที่มีความผูกพันกับ กฟภ. และผู้ปฏิบัติสามารถนำไปดำเนินการได้ในแนวทางเดียวกัน

2. ขอบเขต

คู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกตามหลักเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนดครอบคลุมลูกค้ารายสำคัญทั้งในระดับพื้นที่และสำนักงานใหญ่ โดยมีพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นผู้ดูแลลูกค้า รับผิดชอบการรับฟังเสียงลูกค้า ประสานงานการให้บริการ การให้สิทธิประโยชน์สำหรับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตอบสนองต่อความต้องการและทำให้เหนือความคาดหวัง ตลอดจนเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารระหว่าง กฟภ. กับลูกค้า โดยจัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ และบันทึกกิจกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญในระบบสารสนเทศที่กำหนด สรุปรายงานที่ได้จากเสียงของลูกค้า และประสิทธิผลการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเสนอผู้บริหาร และคณะทำงาน SEPA หมวด 3 เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกสารสนเทศ และระดับความสำคัญเชิงเปรียบเทียบในมุมมองของลูกค้า กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนำเสนอให้ส่วนที่เกี่ยวข้องนำไปปรับปรุงทั้งในระดับองค์กรและหน่วยงาน

3. คำจำกัดความ

3.1 ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กฟภ. หรืออาจจะเป็นในอนาคต โดยรวมถึงความหมายของลูกค้าอย่างกว้างๆ ครอบคลุมถึงลูกค้าในปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย

3.2 ลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณา/คัดเลือก เพื่อดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งแตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้า ทั้งนี้ได้กำหนดเกณฑ์พิจารณาลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนในการคัดเลือกลูกค้าเป้าหมาย

3.3 ลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) หมายถึง ลูกค้าที่มีความสำคัญต่อองค์กร และได้รับการคัดเลือก ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

3.4 ลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer: HVC) หมายถึง ลูกค้าจากผลการจัดลำดับมูลค่าความเป็นลูกค้า ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และแนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

3.5 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) หมายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าเป้าหมาย เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงการสนับสนุนที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด

3.6 การรับฟังลูกค้า (Customer Listening) หมายถึง กระบวนการในการรวบรวมสารสนเทศเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งเป็นกระบวนการเชิงรุกและมีนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อรวบรวมความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า ทั้งที่แจ้งไว้ ไม่แจ้งไว้ และที่คาดการณ์ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ความภักดีจากลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

3.7 การสนับสนุนลูกค้า (Customer Support) หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถค้นหาสารสนเทศ ทำธุรกรรม และติดต่อสื่อสารกับ กฟภ. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3.8 ความจำเป็นของลูกค้า (Customers' Need) หมายถึง สิ่งที่เป็นพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการได้รับ เมื่อมาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมักจะเป็นคุณสมบัติเชิงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าจำเป็นต้องได้รับจากองค์กร ภายใต้เงื่อนไขข้อตกลงซึ่งผูกพันโดยตรงกับความประสงค์พื้นฐานที่ลูกค้ามาทำธุรกรรมกับองค์กร

3.9 ความต้องการของลูกค้า (Customers' Requirement) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าปรารถนาอยากได้รับจากองค์กร อันเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการ ซึ่งมักมีความหลากหลายในทางเลือกของลูกค้าตามความต้องการที่ต่างกัน


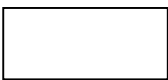
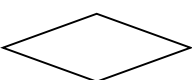
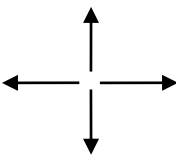



3.10 ความคาดหวังของลูกค้า (Customers' Expectation) หมายถึง ความต้องการของลูกค้าที่ถูกพัฒนาขึ้นจากการเรียนรู้และประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงข้อมูลที่ได้รับรู้

ผ่านสื่อต่างๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปความคาดหวังของลูกค้ามักจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ไปอย่างไม่
มีที่สิ้นสุด

3.11 การบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management: KAMT) หมายถึง การสร้าง
ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการบริหารลูกค้าจากการจัดลำดับกลุ่มลูกค้ารายสำคัญขององค์กร
ตามหลักเกณฑ์ที่องค์กรกำหนด โดยมีพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการ
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในรูปแบบต่างๆ ที่กำหนด

3.12 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Manager: KAMR) หมายถึง พนักงาน
ที่ได้รับมอบหมายหน้าที่ และความรับผิดชอบในการประสานงานการให้บริการ การให้สิทธิ
ประโยชน์สำหรับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตอบสนองต่อความต้องการและทำให้
เหนือความคาดหวัง ตลอดจนเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารระหว่าง กฟภ. กับลูกค้า

3.13 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการ
เขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนใน
กระบวนการทำงาน

- | | | |
|--------|---|---|
| 3.13.1 |  | คือ จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ |
| 3.13.2 |  | คือ กิจกรรมและการปฏิบัติงาน |
| 3.13.3 |  | คือ การตัดสินใจ |
| 3.13.4 |  | คือ ทิศทาง/การเคลื่อนไหวของงาน |
| 3.13.5 |  | คือ จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการ
เขียนกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน 1 หน้า |
| 3.13.6 |  | คือ เอกสาร/รายงาน |
| 3.13.7 |  | คือ ฐานข้อมูล |

3.13.8



คือ จุดควบคุมกิจกรรมหลักที่คาดว่าจะเกิด
ปัญหาบ่อย / ต้องควบคุมเป็นพิเศษ

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

4.1 รองผู้ว่าการการไฟฟ้าภาค 1-4 (รผก.(ภ1-4))

- 4.1.1 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการบริหารลูกค้ารายสำคัญของ
สายงาน
- 4.1.2 กำหนดแนวทางการสนับสนุนทรัพยากร บุคลากร วัสดุ อุปกรณ์ และ
งบประมาณ ในการแก้ไขปัญหา ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง และ
การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- 4.1.3 กำกับดูแลและติดตามประสิทธิผลการปฏิบัติงานของการไฟฟ้าเขตในสังกัด

4.2 รองผู้ว่าการยุทธศาสตร์ (รผก.(ย))

- 4.2.1 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการบริหารลูกค้ารายสำคัญของ
สายงาน
- 4.2.2 กำหนดแนวทางและให้การสนับสนุนทรัพยากร บุคลากร วัสดุ อุปกรณ์ และ
งบประมาณ ในการแก้ไขปัญหา ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง และ
การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- 4.2.3 กำกับดูแลและติดตามประสิทธิผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัด
- 4.2.4 พิจารณาอนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ค่า
สนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหาร
ลูกค้ารายสำคัญของสำนักงานใหญ่
- 4.2.5 ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกให้การบริหารลูกค้ารายสำคัญ
ของหน่วยงานในสังกัดเกิดประสิทธิผลสูงสุด
- 4.2.6 ประเมินประสิทธิผลการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี พร้อมทั้งนำเสนอ
ประเด็นปัญหา ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงกระบวนการต่อไป

4.3 ผู้อำนวยการไฟฟ้าเขต (อข.)

- 4.3.1 พิจารณาอนุมัติรายชื่อลูกค้ายรายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ายรายสำคัญ คำสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ายรายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ายรายสำคัญของหน่วยงานในสังกัด
- 4.3.2 สนับสนุนทรัพยากร บุคลากร วัสดุ อุปกรณ์ และงบประมาณ ในการแก้ไขปัญหา ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- 4.3.3 กำกับดูแลและติดตามประสิทธิผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัด
- 4.3.4 ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกให้การบริหารลูกค้ายรายสำคัญของหน่วยงานในสังกัดเกิดประสิทธิผลสูงสุด
- 4.3.5 ประเมินประสิทธิผลการบริหารลูกค้ายรายสำคัญประจำปี พร้อมทั้งนำเสนอประเด็นปัญหา ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงกระบวนการต่อไป

4.4 ผู้อำนวยการฝ่ายวิศวกรรมและบริการ (อฝ.วบ.)

- 4.4.1 พิจารณารายชื่อลูกค้ายรายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ายรายสำคัญประจำการไฟฟ้า พนักงานบริหารลูกค้ายรายสำคัญประจำการไฟฟ้าเขต และแผนการบริหารลูกค้ายรายสำคัญ เพื่อนำเสนอขออนุมัติ อข.
- 4.4.2 พิจารณากลับกรองการขอรับการสนับสนุนทรัพยากร บุคลากร วัสดุ อุปกรณ์ และงบประมาณ ในการแก้ไขปัญหา ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อนำเสนอขออนุมัติ อข.
- 4.4.3 กำกับดูแล ติดตาม และประเมินผลการบริหารลูกค้ายรายสำคัญโดยรวมของการไฟฟ้าเขตทุกไตรมาส พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป
- 4.4.4 ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และอำนวยความสะดวก ให้การบริหารลูกค้ายรายสำคัญของหน่วยงานในสังกัดเกิดประสิทธิผลสูงสุด
- 4.4.5 สรุปรายงานผลการดำเนินงานการบริหารลูกค้ายรายสำคัญนำเสนอ รพค.(ภ1-4) ทุกไตรมาส

4.5 ผู้อำนวยการฝ่ายบริการวิศวกรรม (อฝ.บว.)

- 4.5.1 ทบทวนและคัดเลือกรายชื่อลูกค้ำตามกลุ่มเป้าหมายของการบริหารลูกค้ำรายสำคัญ เพื่อนำเสนอขออนุมัติ
- 4.5.2 ทบทวนและคัดเลือกรายชื่อพนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำสำนักงานใหญ่ พร้อมทั้งกำหนดรายชื่อลูกค้ำรายสำคัญให้กับพนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญแต่ละคน
- 4.5.3 กำหนดสิทธิ์ประโยชน์ เป้าหมาย และจัดทำแผนการบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำสำนักงานใหญ่
- 4.5.4 นำเสนอรายชื่อลูกค้ำรายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำสำนักงานใหญ่ และแผนการบริหารลูกค้ำรายสำคัญ เพื่อขออนุมัติ รพค.(ย)
- 4.5.5 กำกับดูแล ติดตาม และประเมินผลการบริหารลูกค้ำรายสำคัญโดยรวมของการไฟฟ้าเขตทุกไตรมาส พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป
- 4.5.6 ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และอำนวยความสะดวก ให้การบริหารลูกค้ำรายสำคัญของหน่วยงานในสังกัดเกิดประสิทธิผลสูงสุด
- 4.5.7 ประเมินผลการปฏิบัติงาน พนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำปี
- 4.5.8 สรุปรายงานผลการดำเนินงานการบริหารลูกค้ำรายสำคัญนำเสนอ รพค.(ย) ทุกไตรมาส

4.6 ผู้อำนวยการกองบริการลูกค้ำ (อก.บล.)

- 4.6.1 ทบทวนและคัดเลือกรายชื่อพนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำการไฟฟ้าเขต เพื่อทำหน้าที่ประสานงานกับพนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำการไฟฟ้า
- 4.6.2 รวบรวมรายชื่อลูกค้ำรายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำการไฟฟ้า และแผนการบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำการไฟฟ้า
- 4.6.3 นำเสนอรายชื่อลูกค้ำรายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำการไฟฟ้า พนักงานบริหารลูกค้ำรายสำคัญประจำการไฟฟ้าเขต และแผนการบริหารลูกค้ำรายสำคัญ ให้ อฝ.บว. พิจารณาเพื่อขออนุมัติ อข. ต่อไป

- 4.6.4 ประสานงาน สนับสนุนข้อมูล และอำนวยความสะดวก แก่พนักงานบริหาร ลูกค้ายสำคัญประจำการไฟฟ้าเขต และประจำการไฟฟ้า
- 4.6.5 กำกับดูแล ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงาน พนักงานบริหารลูกค้ายสำคัญประจำการไฟฟ้าเขต
- 4.6.6 ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และอำนวยความสะดวก ให้พนักงานบริหารลูกค้ายสำคัญประจำการไฟฟ้าเขต และประจำการไฟฟ้า
- 4.6.7 สรุปรายงานผลการดำเนินงานการบริหารลูกค้ายสำคัญนำเสนอ อ.ฟ.ว. ทุกไตรมาส
- 4.7 ผู้อำนวยการกองพัฒนาบุคลากร (อก.พค.)
 - 4.7.1 กำหนดหลักสูตรฝึกอบรม และเกณฑ์การทดสอบพนักงานบริหารลูกค้ายสำคัญ พร้อมทั้งดำเนินการจัดฝึกอบรมและทดสอบพนักงานบริหารลูกค้ายสำคัญประจำปี
- 4.8 ผู้อำนวยการกองพัฒนาระบบสารสนเทศด้านบริการลูกค้า (อก.พล.)
 - 4.8.1 พัฒนาระบบสารสนเทศด้านบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการบริหารลูกค้ายสำคัญ ในการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้ายสำคัญ ข้อมูลพนักงานบริหารลูกค้ายสำคัญ แผนการบริหารลูกค้ายสำคัญ การบันทึกผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และการรายงานผลดำเนินการ
 - 4.8.2 ตรวจสอบและติดตามระบบสารสนเทศฯ ให้มีความถูกต้องและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ
- 4.9 ผู้อำนวยการกองบริการสารสนเทศและสื่อสาร (อก.บท.)
 - 4.9.1 ติดตามการดำเนินการสำรวจความพึงพอใจลูกค้ายสำคัญประจำปี พร้อมทั้งจัดส่งผลการสำรวจให้ กบล. ฝวธ.(ภ1-4) และ ฝบว.

4.10 ผู้จัดการการไฟฟ้าชั้น 1-3 (ผจก.)

- 4.10.1 ทบทวนและคัดเลือกรายชื่อลูกค้าตามกลุ่มเป้าหมายของการบริหารลูกค้ารายสำคัญ เพื่อนำเสนอขออนุมัติ
- 4.10.2 ทบทวนและคัดเลือกรายชื่อพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า พร้อมทั้งกำหนดรายชื่อลูกค้ารายสำคัญให้กับพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญแต่ละคน
- 4.10.3 กำหนดสิทธิ์ประโยชน์ เป้าหมาย และจัดทำแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า
- 4.10.4 ติดตามประเมินผลการบริหารลูกค้ารายสำคัญทุกเดือน พร้อมทั้งนำปัญหาความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า ไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป
- 4.10.5 ประเมินผลการปฏิบัติงาน พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี

4.11 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) ประจำสำนักงานใหญ่

- 4.11.1 แนะนำตนเองและช่องทางการติดต่อประสานงานกับลูกค้ารายสำคัญ
- 4.11.2 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญที่ตนเองรับผิดชอบลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด
- 4.11.3 ดำเนินการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญที่ตนเองรับผิดชอบ ตามแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
- 4.11.4 รับการติดต่อสื่อสารกรณีต่างๆ จากลูกค้ารายสำคัญที่ตนเองรับผิดชอบ เช่น ไฟล์ดข้อ หรือการร้องเรียน ตลอด 24 ชม.
- 4.11.5 นำปัญหาของลูกค้าที่ต้องการแก้ไขเร่งด่วน นำเสนอผู้มีอำนาจตัดสินใจ โดยใช้แบบฟอร์มรายงานผลการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ารายสำคัญ (CRM-KAM-003)
- 4.11.6 รับส่งข่าวสาร หรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลการบริการของ กฟภ. ให้กับลูกค้ารายสำคัญที่รับผิดชอบ
- 4.11.7 ประสานงานส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดหาข้อมูล แก้ไขปัญหา และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ารายสำคัญที่รับผิดชอบ ในกรณีต่างๆ
- 4.11.8 บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ ลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด ทุกครั้ง

4.12 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) ประจำเขต

- 4.12.1 รับผิดชอบลูกค้ารายสำคัญร่วมกับพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า
- 4.12.2 ติดตามการจัดทำฐานข้อมูล ลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด
- 4.12.3 รับข้อมูล รายละเอียดต่างๆ หรือข้อคิดเห็น จากพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้าที่รับผิดชอบตลอด 24 ชม.
- 4.12.4 ประสานงานติดตามเร่งรัดการแก้ไขปัญหาของลูกค้าที่ต้องการแก้ไขเร่งด่วน นำเสนอผู้มีอำนาจตัดสินใจ
- 4.12.5 ประสานงานกับศูนย์ควบคุมการจ่ายไฟ เพื่อรับส่งข้อมูล และตรวจสอบเหตุการณ์ไฟฟ้าขัดข้องให้พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า
- 4.12.6 รับส่งข่าวสาร หรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลการบริการ พร้อมให้คำแนะนำกับพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า
- 4.12.7 ประสานงานส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดหาข้อมูล และอำนวยความสะดวกให้กับพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญของการไฟฟ้าที่รับผิดชอบในกรณีต่างๆ
- 4.12.8 สรุปผลการดำเนินงาน และปัญหาของลูกค้า จากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด นำเสนอ ออก.บล. ทุกไตรมาส

4.13 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญอาวุโส (Senior KAMR) ประจำการไฟฟ้า

- 4.13.1 ประสานงานกับกองบริการลูกค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการสนับสนุนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
- 4.13.2 ให้คำปรึกษาแนะนำ และอำนวยความสะดวก กับพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า
- 4.13.3 กำกับดูแล ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงาน พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า
- 4.13.4 สรุปผลการดำเนินงานและปัญหาของลูกค้า จากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด นำเสนอ ผจก. ทุกเดือน เพื่อหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขต่อไป

4.14 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) ประจำการไฟฟ้า

- 4.14.1 แนะนำตนเองและช่องทางการติดต่อประสานงานกับลูกค้ารายสำคัญ
- 4.14.2 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญที่ตนเองรับผิดชอบลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด
- 4.14.3 ดำเนินการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญที่ตนเองรับผิดชอบ ตามแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
- 4.14.4 รับการติดต่อสื่อสารกรณีต่างๆ จากลูกค้ารายสำคัญที่ตนเองรับผิดชอบ เช่น ไฟฟ้าขัดข้อง หรือการร้องเรียน ตลอด 24 ชม.
- 4.14.5 นำปัญหาของลูกค้าที่ต้องการแก้ไขเร่งด่วน นำเสนอผู้มีอำนาจตัดสินใจ โดยใช้แบบฟอร์มรายงานผลการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ารายสำคัญ (CRM-KAM-003)
- 4.14.6 ประสานงานกับศูนย์แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง พนักงาน E/O แผนกปฏิบัติการ หรือศูนย์ควบคุมการจ่ายไฟ เพื่อตรวจสอบข้อมูลกระแสไฟฟ้าขัดข้อง
- 4.14.7 รับส่งข่าวสาร หรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลการบริการของ กฟภ. ให้กับลูกค้ารายสำคัญที่รับผิดชอบ
- 4.14.8 ประสานงานส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดหาข้อมูล แก้ไขปัญหา และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ารายสำคัญที่รับผิดชอบ ในกรณีต่างๆ
- 4.14.9 บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ ลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด ทุกครั้ง

4.15 หัวหน้าแผนกวิศวกรรมและการตลาด (หรือหัวหน้าแผนกบริการลูกค้า สำหรับการไฟฟ้าที่ไม่มีแผนกวิศวกรรมและการตลาด)

- 4.15.1 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟภ.
- 4.15.2 รวบรวม ประสานงาน และทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟภ. นำเสนอพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญอาวุโส (Senior KAMR) ประจำ กฟภ. และ ผจก.

- 4.15.3 ติดตามการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ แผนและผลการดำเนินการตามแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของ กฟฟ. ในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด
- 4.15.4 ติดตามการดำเนินการบริหารลูกค้ารายสำคัญของ กฟฟ. ให้เป็นไปตามเป้าหมายแผนงานที่กำหนด
- 4.15.5 ดำเนินการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญระดับ Streamline ตามแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
- 4.14.5 นำปัญหาของลูกค้าที่ต้องการแก้ไขเร่งด่วน นำเสนอผู้มีอำนาจตัดสินใจ โดยใช้แบบฟอร์มรายงานผลการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ารายสำคัญ (CRM-KAM-003) รวมถึงติดตามเรื่องเร่งด่วนที่ได้รับการประสานงานจากพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ.
- 4.15.6 สร้างผลการดำเนินงานและปัญหาของลูกค้า นำเสนอพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญอาวุโส (Senior KAMR) ประจำ กฟฟ. และ ผจก. ทุกเดือน

5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)

ชื่อกระบวนการ : บริหารลูกค้ารายสำคัญ	ผู้รับผิดชอบ : คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	ตัวชี้วัดของกระบวนการ : (1) ร้อยละความสำเร็จตามแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ และ (2) ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ารายสำคัญ			
ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอน และ ผู้รับผิดชอบ	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ลูกค้า/ผู้นำไปใช้กระบวนการถัดไป	กรอบเวลา / ตัวชี้วัด
Suppliers	Inputs	Processes	Outputs	Customers	Time / Indicators
<p>คณะกรรมการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</p> <p>- ผพท. - ผนศ. - ผวธ.(ภ1-4) - กฟข. - กฟฟ.</p> <p>ผนย.</p> <p>คณะกรรมการด้านการบริการลูกค้า</p>	<p>หลักเกณฑ์การจัดทำแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ</p> <ul style="list-style-type: none"> - หลักเกณฑ์การคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ - หลักเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ - หลักเกณฑ์การกำหนดสิทธิ์ประโยชน์สำหรับลูกค้ารายสำคัญ <p>แผนยุทธศาสตร์ กฟภ. - แผนดำเนินการ กฟภ. - นโยบายผู้บริหาร</p> <p>- แผนแม่บทบริการลูกค้า</p>	<p>เริ่มต้น</p> <p>1. จัดทำแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ทบทวนและคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ 1.2 ทบทวนและคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ 1.3 กำหนดสิทธิ์ประโยชน์ของลูกค้ารายสำคัญ 1.4 กำหนดเป้าหมายและแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ <p>กฟฟ.ชั้น 1-3. กบล.. ผบว.</p> <p>2. พิจารณาแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</p> <p>อช., รผก.(ย)</p> <p>3. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า พนักงานและแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศฯ</p> <p>พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ., กฟข., ผบว. / กพล.ผพท.</p> <p>4. จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</p> <p>พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ., กฟข., ผบว.</p> <p>A</p>	<p>ร่างแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ (CRM-KAM-001, CRM-KAM-002)</p> <p>แผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายชื่อลูกค้ารายสำคัญ - รายชื่อพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ - สิทธิประโยชน์เป้าหมาย และแผนการดำเนินงาน (CRM-KAM-001, CRM-KAM-002) <p>Customer Integration DB</p> <p>CRM plus (BIC_SAP)</p> <p>กรณีเสี่ยงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน รายงานสรุปประเด็นเสี่ยงลูกค้า และติดตามผลการตอบสนองลูกค้า (CRM-KAM-003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คณะทำงาน SEPA หมวด 3 - แจ้งเวียนทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ผพท./กบล.) - ผวธ.(ภ1-4) - สรภ.(ย) - ผบว. <p>กระบวนการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>พ.ย.</p> <p>ธ.ค.</p> <p>ม.ค.</p> <p>ม.ค.-ธ.ค. (ตอบชี้แจงลูกค้าภายใน 5 วันทำการ)</p>

5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) (ต่อ)

ชื่อกระบวนการ : บริหารลูกค้ารายสำคัญ	ผู้รับผิดชอบ : คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	ตัวชี้วัดของกระบวนการ : (1) ร้อยละความสำเร็จตามแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ และ (2) ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ารายสำคัญ			
ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอน และ ผู้รับผิดชอบ	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ลูกค้า/ผู้นำไปใช้กระบวนการถัดไป	กรอบเวลา / ตัวชี้วัด
Suppliers	Inputs	Processes	Outputs	Customers	Time / Indicators
	<ul style="list-style-type: none"> - ความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงาน - ความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ (สำรวจโดย 1129 PEA Call Center) - ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (สำรวจโดยที่ปรึกษา) - สารสนเทศจากเสียงลูกค้า 	<p style="text-align: center;">(A)</p> <p>5. บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ลงในระบบสารสนเทศ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำ กฟฟ. / กพล.ฝพท.</p> <p>6. ติดตามผลการดำเนินงาน และสรุปสารสนเทศเสียงลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล., ฝวธ., ฝบว.</p> <p>7. สรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ กบล., ฝบว.</p> <p>8. ตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ กบท.ฝวส. (1129 PEA Call Center)</p> <p>9. สรุปรายงานประเมินประสิทธิผลและวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี กบล., ฝบว.</p> <p>10. ประเมินทบทวนกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</p> <p style="text-align: center;">สิ้นสุด</p>	<p>CRM plus (BIC_SAP)</p> <p>PEA-VOC System</p> <p>รายงานสรุปผลการดำเนินงาน (CRM-KAM-004)</p> <p>รายงานสรุปสารสนเทศเสียงของลูกค้า (VOC-60-001)</p> <p>ข้อมูลรายชื่อลูกค้าและพนักงาน (CRM-KAM-005)</p> <p>รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ</p> <p>รายงานการวิเคราะห์ประสิทธิผลการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</p> <p>รายงานผลการประเมินกระบวนการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝวธ.(ภ1-4) - สรภ.(ย) - คณะทำงาน SEPA หมวด 3 - คณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสียงลูกค้า - คณะทำงาน SEPA หมวด 3 - กบท.ฝวส. - กบล. - ฝวธ.(ภ1-4) - ฝบว. - ฝบว. / กฟฟ. - ฝวธ.(ภ1-4) - สรภ.(ย) - คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ - คณะทำงาน SEPA หมวด 3 - กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน - คณะทำงาน SEPA หมวด 3 	<p>ภายใน 7 วัน หลังจากจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>กฟฟ. ทุกเดือน ฝวธ./ฝบว. ทุกไตรมาส (1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส)</p> <p>ภายใน 15 ก.ค.</p> <p>ภายใน 15 ก.ย.</p> <p>ขั้นต้น 15 ต.ค. ประจำปี ม.ค. (ปีถัดไป)</p> <p>ร.ค.</p>

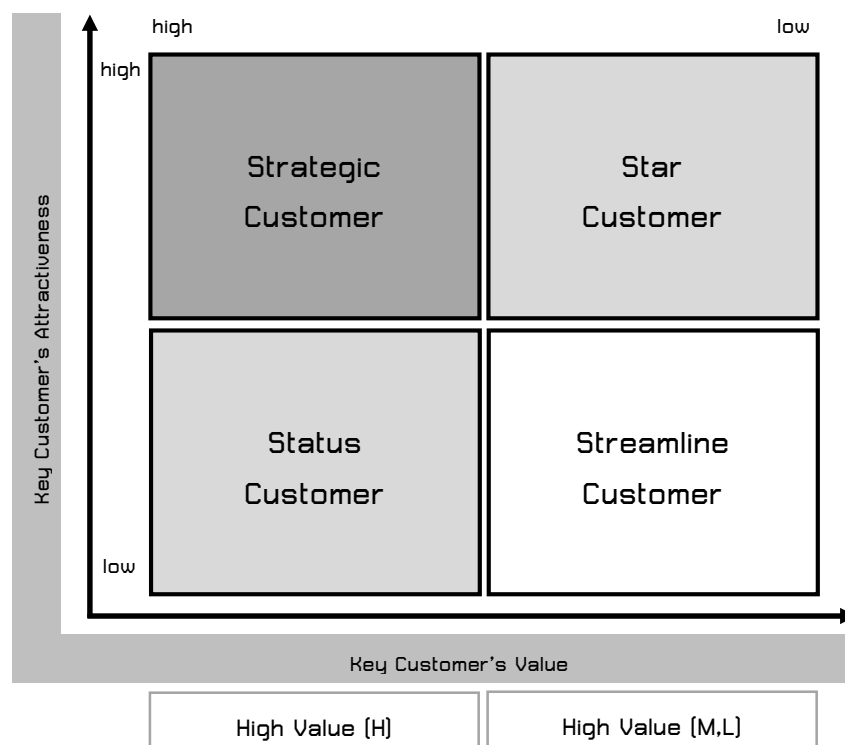
6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

6.1 จัดทำแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล., ฝบว.) จัดทำแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี ให้แล้วเสร็จภายในเดือนพฤศจิกายน ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน โดยพิจารณาจากแผนยุทธศาสตร์ แผนดำเนินการ กฟก. นโยบายผู้บริหาร แผนแม่บทบริการลูกค้า ลูกค้าเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว และสอดคล้องตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

6.1.1 ทบทวนและคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล., ฝบว.) ทบทวนและพิจารณาคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญในพื้นที่รับผิดชอบ ตามแบบฟอร์ม [CRM-KAM-001](#) โดยใช้แนวทางการกำหนดลูกค้าเป้าหมายการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สำหรับลูกค้ารายสำคัญตามหลักการ Key Account Selection Matrix (KASM) ดังรูป



เกณฑ์การคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ พิจารณาใน 2 มิติหลัก คือ

มิติที่ 1 มูลค่าความเป็นลูกค้า (High Value Customer) - พิจารณาจากข้อมูลลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer) ตามที่ ฝนศ. กำหนด

6.1.1.1(1) กลุ่มหลัก	6.1.1.1(2) กลุ่มรอง
ลูกค้ามูลค่าสูงกลุ่ม High (H)	ลูกค้ามูลค่าสูงกลุ่ม Medium (M) และ Low (L)
Strategic / Status	Star / Streamline

มิติที่ 2 คุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ของลูกค้า (Key Customer's Attractiveness) - พิจารณาจากคุณลักษณะของลูกค้า ที่สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ หรือแนวทางการพัฒนาธุรกิจ ตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด

6.1.1.2(1) กลุ่มหลัก	6.1.1.2(2) กลุ่มรอง
มีคุณลักษณะสอดคล้องตามข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้ ก. ระดับแรงดัน 69/115/230 kV ข. ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือนสูง ค. กลุ่มเสี่ยงต่อการสูญเสียวายได้ให้คู่แข่ง SPP ง. กลุ่มเสี่ยงต่อการสูญเสียวายได้จากการผลิตไฟฟ้าใช้เอง จ. ลูกค้าธุรกิจที่เกี่ยวข้อง/ธุรกิจเสริม หรือกลุ่มที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าธุรกิจที่เกี่ยวข้อง/ธุรกิจเสริม ฉ. มีศักยภาพสอดคล้องตามยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ ช. มีเครือข่ายทั่วประเทศ ¹	- กลุ่มลูกค้ามูลค่าสูง ที่มีคุณสมบัติไม่สอดคล้องตามกลุ่มหลัก กรณีไม่อยู่ในกลุ่มลูกค้ามูลค่าสูง สามารถเสนอเพื่อพิจารณาคัดเลือกเป็นกรณีพิเศษในกลุ่ม Status/Streamline จากคุณสมบัติ ดังนี้ ² ก. กลุ่มตอบสนองต่อภาพลักษณ์องค์กร เช่น โรงพยาบาล ส่วนราชการ ผู้แทนกลุ่มอุตสาหกรรม เป็นต้น ข. ลูกค้าที่มีมูลค่าความเสียหายสูงจากปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง/ปัญหาคุณภาพไฟฟ้า ค. ลูกค้ารายสำคัญรายเดิม ง. พิจารณาตามความเหมาะสม (ระบุเหตุผล)
Strategic / Star	Status / Streamline

¹ พิจารณาและรับพิชิตชอบการดูแลลูกค้าโดย ฝบว./KAMR ประจำสำนักงานใหญ่

² พิจารณาตามความเหมาะสม

โดยกำหนดนิยามในการคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญของแต่ละคุณลักษณะในกลุ่มหลัก ดังนี้

คุณลักษณะ	นิยาม
- ระดับแรงดัน 115 kV	ลูกค้าที่ซื้อไฟฟ้าในระบบ 69/115/230 kV ขึ้นไป
- ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือนสูง	- ค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 20 ล้านบาท/เดือน ขึ้นไป (ค่าเฉลี่ยรอบ 1 ปีที่ผ่านมา) - กรณี กฟข. ที่มีจำนวนลูกค้าที่เข้าเงื่อนไขกลุ่มหลักตามคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ของลูกค้า ต่ำกว่า 20 ราย ให้พิจารณาลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้าสูงสุด 20 ลำดับแรก
- กลุ่มเสี่ยงต่อการสูญเสิรายได้ให้คู่แข่ง SPP	พิจารณาลูกค้ากลุ่มเสี่ยงต่อการสูญเสิรายได้ให้คู่แข่ง SPP ในนิคมอุตสาหกรรม/พื้นที่เสี่ยงต่อการแข่งขัน จาก 2 เงื่อนไข ดังนี้ - นิคมอุตสาหกรรมที่มี SPP หรือมีแผนที่จะมี SPP ขายไฟฟ้าในพื้นที่ - ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือน 5 ล้านบาทขึ้นไป
- กลุ่มเสี่ยงต่อการสูญเสิรายได้จากการผลิตไฟฟ้าใช้เอง	- ลูกค้าที่ผลิตไฟฟ้าใช้เอง หรือมีแผนที่จะผลิตไฟฟ้าใช้เอง (Prosumer) ขนาดกำลังผลิต 2 MW ขึ้นไป
- ลูกค้าธุรกิจที่เกี่ยวข้อง/ธุรกิจเสริม หรือกลุ่มที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าธุรกิจที่เกี่ยวข้อง/ธุรกิจเสริม / (ดำเนินการ โดย กฟภ.)	<u>ประเภทงาน:</u> สถานีไฟฟ้า ขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายธุรกิจใหม่ เช่น Solar Rooftop <u>รายได้:</u> มูลค่างาน 5 ล้านบาทขึ้นไป <u>ระยะเวลาความเป็นลูกค้า:</u> ใช้บริการในรอบปีที่ผ่านมา
	<u>ประเภทงาน:</u> บำรุงรักษาสถานี/ระบบไฟฟ้า <u>รายได้:</u> มูลค่างาน 2 ล้านบาทขึ้นไปต่อปี <u>ระยะเวลาความเป็นลูกค้า:</u> ใช้บริการในรอบปีที่ผ่านมา
- มีศักยภาพสอดคล้องตามยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ	มีศักยภาพ ลักษณะกิจการ หรืออยู่ในพื้นที่ ที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ หรือแผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจต่างๆ ของประเทศ เช่น Super Cluster, EEC เป็นต้น
- มีเครือข่ายทั่วประเทศ	ลูกค้าที่มีสาขาทั่วประเทศ พิจารณาและรับผิดชอบการดูแลลูกค้า โดย ฝบว./KAMR ประจำสำนักงานใหญ่

6.1.2 ทบทวนและคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Manager: KAMR)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล., ฟบว.) ทบทวนและพิจารณาคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ เพื่อดำเนินการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี ตามแบบฟอร์ม CRM-KAM-001 โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้

6.1.2.1 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า และประจำสำนักงานใหญ่ มีคุณสมบัติดังนี้

- 1) พนักงานในตำแหน่ง วศก., นทน., นกต., ศจก., นบช., นวน., พชง., และ พบช.
- 2) มีทักษะด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และสามารถติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน
- 3) ทำงานกับ กฟผ. มาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี
- 4) ผ่านการฝึกอบรมและทดสอบตามหลักสูตรที่ ฝพบ. กำหนด
- 5) หากพนักงานขาดคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่ง ตามข้อ 1 – 4 ให้ผู้บังคับบัญชาหน่วยงาน พิจารณาคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญที่เห็นว่าเหมาะสม

ทั้งนี้ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า และประจำสำนักงานใหญ่ 1 คน รับผิดชอบลูกค้ารายสำคัญจากการคำนวณผลรวมแบบถ่วงน้ำหนัก ไม่น้อยกว่า 6 ราย (ถ่วงน้ำหนัก) แต่ไม่เกิน 12 ราย (ถ่วงน้ำหนัก)

ระดับลูกค้ารายสำคัญ	Strategic	Star	Status	Streamline
ค่าถ่วงน้ำหนัก	1.0	0.8	0.6	-

ตัวอย่างการคำนวณผลรวมจำนวนลูกค้ารายสำคัญแบบถ่วงน้ำหนัก

แสดงดังตาราง

ระดับลูกค้ารายสำคัญ	ค่าถ่วงน้ำหนัก	จำนวนลูกค้ารายสำคัญ				
		KAMR #1	KAMR #2	KAMR #3	KAMR #4	KAMR #5
Strategic	1.0	12	-	-	2	4
Star	0.8	-	15	-	8	6
Status	0.6	-	-	20	6	5
ผลรวมถ่วงน้ำหนัก		12.0	12.0	12.0	12.0	11.8