

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม มุมมอง : Customer 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร - SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ เชื่อถือได้และยกระดับสู่โครงข่าย New Normal (Digital Customer Experience) (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าอัจฉริยะ ความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟภ. - ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์ผ่าน e-Service และ Pea Smart Plus - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า : กลุ่มลูกค้ารายย่อย : กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ : กลุ่มภาครัฐ : กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ - จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill - จำนวนผู้สมัครใช้งาน PEA Smart Plus - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า Pea Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน Pea Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ - ความสำเร็จของการให้บริการตามมาตรฐาน SLA ที่กำหนด 4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - ระดับ 42.5 - ร้อยละ 100 - ระดับ 4.4859 - ระดับ 4.4837 - ระดับ 4.4781 - ระดับ 4.4959 - ระดับ 4.4489 - Base Line +75% - ไม่น้อยกว่า 4.5 ล้านราย - ร้อยละ 100 - ระดับ 5 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience) 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้าของสายงานภาคกลางและใต้ 7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - รอค่าเป้าหมาย

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม
มุมมอง : Customer

1. จุดประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ เชื่อมถือได้และยกระดับสู่โครงข่าย New Normal (Digital Customer Experience) (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนอง ความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟภ.
- ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์ผ่าน e-Service และ Pea Smart Plus
- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
: กลุ่มลูกค้ารายย่อย
: กลุ่มลูกค้ารายใหญ่
: กลุ่มภาครัฐ
: กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ
- จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill
- จำนวนผู้สมัครใช้งาน PEA Smart Plus
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า Pea Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน Pea Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ
- ความสำเร็จของการให้บริการตามมาตรฐาน SLA ที่กำหนด

4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)
- ระดับ 42.5

- ร้อยละ 100

- ระดับ 4.4859
- ระดับ 4.4837
- ระดับ 4.4781
- ระดับ 4.4959
- ระดับ 4.4489
- Base Line +75%
- ไม่น้อยกว่า 4.5 ล้านราย
- ร้อยละ 100

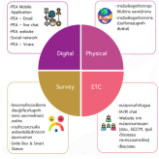
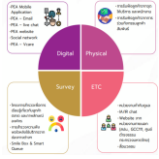
- ระดับ 5

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)

7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)
- รอค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน ng Strategies หรือ Strategic In	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายได้รวม			12. หน่วย งานหลัก	
แผนงานที่ 1 การยกระดับมาตรฐานคุณภาพ การให้บริการ (ต่อ)	1.2 การขอรับรองศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) 1.2.1 การรักษามาตรฐาน สำหรับ กฟพ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวกแล้ว เพื่อพร้อมรองรับการตรวจแบบ Surprise Check จาก สปบ. และตามแผนงานตรวจประเมิน ภายในหน่วยงาน (Internal Audit) - กฟพ. ที่เคยผ่านการรับรองและตั้งอยู่ในระยะเวลาการรับรองมาตรฐาน GECC - กฟพ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) ที่เคยผ่านการรับรองมาตรฐาน GECC แต่ไม่ได้สมัครรับรองเพื่อต่ออายุ <u>เป้าหมาย</u> - กบส.(ก3) แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) เพื่อรักษามาตรฐานตามเกณฑ์ ภายใน ก.ค. 2567 - ดำเนินการตรวจประเมินภายใน (Internal Audit) ตามแผนงานที่กำหนด <u>จำนวน 39 แห่ง</u> <u>ภายในเม.ย.-14 ต.ค. 2567</u> กฟพ.ชั้น 2-3 จำนวน 4 แห่ง (บุรีรัมย์, นร., สบ. และ พทท.) กฟส. ขนาด L/S/XS (โครงสร้างใหม่) จำนวน 5 แห่ง (ศก., ฉสม., บรบ., คดล. และ กอ.) กฟส. จำนวน 15 แห่ง (นนทบุรี, ศรีสะเกษ, ชล., ยะลา, พัทธ., พนม., นคร., ตร., สระ., สต., ตราด., นนทบุรี, สุพรรณ., ลพบุรี และ ดมช.) กฟย. จำนวน 10 แห่ง (อุบลราชธานี, มหาสารคาม, สุรินทร์, บุรีรัมย์, ขอนแก่น, เลย, เชียงใหม่ และ นนทบุรี) - คณะทำงานฯ (Internal Audit) รายงานสรุปผลการดำเนินงาน <u>ภายในเม.ย. 2567</u> 1.2.2 เตรียมความพร้อมการดำเนินการสู่ ศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) <u>เป้าหมาย</u> - กฟพ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. ที่ยังไม่เคยสมัครหรือไม่เคยผ่านการรับรองฯ จะต้องสมัครและผ่านการรับรองมาตรฐานฯ ภายในปี 2565-2567 กฟส. จำนวน 1 แห่ง (กมล.สง.) หมายเหตุ : สำหรับ กฟส., กฟย. ให้พิจารณาความพร้อมของกฟพ.ในสังกัด ตามความเหมาะสม เช่น อาคารเช่า อยู่ระหว่างก่อสร้างอาคารสำนักงาน เป็นต้น - กฟพ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) ที่เคยได้รับการรับรองฯ จาก สปบ. ให้สมัครต่ออายุในปี 2567 <u>จำนวน 12 แห่ง ดังนี้</u> กฟพ.ชั้น 2-3 จำนวน 9 แห่ง (สุโขทัย, สุราษฎร์ธานี, นครราชสีมา, กาฬสินธุ์, นครพนม, และ พนม.) กฟส. ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) จำนวน 3 แห่ง (สมุทรสาคร และ กทม.) - กฟพ. ที่มีสมัครขอรับรองฯ ทั้งกรณีสมัครใหม่และต่ออายุ ในปี 2567 จะต้องผ่านการคัดกรองในสมัครร้อยละ 100 และได้รับการรับรองจาก สปบ. ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 กฟพ.ชั้น 2-3 จำนวน 9 แห่ง (สุโขทัย, สุราษฎร์ธานี, นครราชสีมา, กาฬสินธุ์, นครพนม, และ พนม.) กฟส. ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) จำนวน 3 แห่ง (สมุทรสาคร และ กทม.) กฟส. จำนวน 1 แห่ง (กมล.สง.)	คณะทำงานฯ (Internal Audit) (เลขาฯ กบส.(ก3)) กฟพ.ที่เกี่ยวข้อง	ร้อยละ	30	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	คณะทำงานฯ กฟอ.พทท.	คณะทำงานฯ (Internal Audit) (เลขาฯ กบส.(ก3)) คณะทำงานฯ กฟอ.พทท.
		คณะทำงานฯ GECC (เลขาฯ กบส.(ก3)) กฟพ.ที่เกี่ยวข้อง	ร้อยละ	33.33	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ไม่เกี่ยวข้อง	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ไม่เกี่ยวข้อง	คณะทำงานฯ กฟอ.พทท.	คณะทำงานฯ GECC (เลขาฯ กบส.(ก3)) คณะทำงานฯ กฟอ.พทท.

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม มุมมอง : Customer 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร - SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ เชื่อถือได้และยกระดับสู่โครงข่าย New Normal (Digital Customer Experience) (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนอง ความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟภ. - ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์ผ่าน e-Service และ Pea Smart Plus - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า : กลุ่มลูกค้ารายย่อย : กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ : กลุ่มภาครัฐ : กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ - จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill - จำนวนผู้สมัครใช้งาน Pea Smart Plus - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า Pea Shop ที่มีให้บริการ เทียบกับจำนวน Pea Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ - ความสำเร็จของการให้บริการตามมาตรฐาน SLA ที่กำหนด 4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - ระดับ 42.5 - ร้อยละ 100 - ระดับ 4.4859 - ระดับ 4.4837 - ระดับ 4.4781 - ระดับ 4.4959 - ระดับ 4.4489 - Base Line +75% - ไม่น้อยกว่า 4.5 ล้านราย - ร้อยละ 100 - ระดับ 5 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience) 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้าของสายงานภาคกลางและใต้ 7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - รอค่าเป้าหมาย								
8. แผนงาน / โครงการ / งาน ng Strategies หรือ Strategic In	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วย งานหลัก
				ไตรมาส	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	
แผนงานที่ 2 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและก ในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิ จัดการ (Data Driven Execut 	2.1 การรับฟังเสียงของลูกค้า ตามคู่มือกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าและวิธีปฏิบัติงาน การรวบรวมเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง (PEA VOC System) ดังนี้ 2.1.1 การติดตามข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้าผ่านกลไกประเมินความพึงพอใจ แบบแนบแนก (Smile Box) หรือแบบ Touch Screen - กฟภ. ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. ประเมินลูกค้าทาง โทรศัพท์สำหรับลูกค้าที่กดประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 (ที่กดประเมิน 1, 2) โดยใช้ข้อมูลจากโปรแกรม Customers' Smile Feedback - กฟภ. ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. นำผลวิเคราะห์การประเมินฯ ของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 มาดำเนินการปรับปรุงแก้ไข - กฟภ. ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. รายงานสรุปผลวิเคราะห์ การประเมินฯ และแจ้งให้ กบล.(ก3) ทราบ ภายใน 10 วัน หลังสิ้นไตรมาส เป้าหมาย - สัดส่วนการกดประเมินเทียบกับจำนวนคิวทั้งหมด กฟภ.ชั้น 2-3 , กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนคิวทั้งหมด - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 4.4859 - กบล.(ก3) ติดตามและรายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯ ในภาพรวมของ กฟภ.3 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส - กคส.(ก3) รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 15 วัน หลังสิ้นไตรมาส หมายเหตุ : Front Manager กฟภ. เป็นผู้ดำเนินงาน และบันทึกข้อมูล ลงในโปรแกรม Customers' Smile Feedback	กบล.(ก3), กคส.(ก3), กฟภ. ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	ผบค.	กบล.(ก3), กคส.(ก3) กฟอ.พทท.
	2.1.2 การรวบรวมเสียงของลูกค้าจากช่องทาง 4 กลุ่ม (กลุ่มดิจิทัล กลุ่มกายภาพ กลุ่มการสำรวจและกลุ่มอื่นๆ) เป้าหมาย - กฟภ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. เป็นที่ที่ข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ ลงระบบ PEA VOC System ทุกครั้ง - กฟภ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. เป็นที่ที่ข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส 2.2 จัดทำฐานข้อมูลคุณภาพไฟฟ้าในพื้นที่อุตสาหกรรม ทั้งของรัฐและเอกชน โดยดำเนินการตรวจวัด และวิเคราะห์คุณภาพไฟฟ้า ในสถานีไฟฟ้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อุตสาหกรรม ทั้งของรัฐและเอกชน มีการกำหนด แผน และปรับปรุงให้เป็นมาตรฐานสากล พร้อมจัดทำรายงานเพื่อรองรับความต้องการให้กับลูกค้า เป้าหมาย กฟภ.3 จำนวน 2 สถานี - สถานีสินสาคร (นิคมสินสาคร) กฟส.คทช. - สถานีไฟฟ้าท่าทราย 1 (นิคมสมุทรสาคร) กฟส.สค.	กบล.(ก3), กฟภ. ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. กฟส.พทท.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท.
แผนงานที่ 2 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและก ในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิ จัดการ (Data Driven Execut (ต่อ) 	2.1.2 การรวบรวมเสียงของลูกค้าจากช่องทาง 4 กลุ่ม (กลุ่มดิจิทัล กลุ่มกายภาพ กลุ่มการสำรวจและกลุ่มอื่นๆ) เป้าหมาย - กฟภ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. เป็นที่ที่ข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ ลงระบบ PEA VOC System ทุกครั้ง - กฟภ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. เป็นที่ที่ข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส 2.2 จัดทำฐานข้อมูลคุณภาพไฟฟ้าในพื้นที่อุตสาหกรรม ทั้งของรัฐและเอกชน โดยดำเนินการตรวจวัด และวิเคราะห์คุณภาพไฟฟ้า ในสถานีไฟฟ้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อุตสาหกรรม ทั้งของรัฐและเอกชน มีการกำหนด แผน และปรับปรุงให้เป็นมาตรฐานสากล พร้อมจัดทำรายงานเพื่อรองรับความต้องการให้กับลูกค้า เป้าหมาย กฟภ.3 จำนวน 2 สถานี - สถานีสินสาคร (นิคมสินสาคร) กฟส.คทช. - สถานีไฟฟ้าท่าทราย 1 (นิคมสมุทรสาคร) กฟส.สค.	กบล.(ก3), กฟภ. ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. กฟส.พทท.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท.
	2.1.2 การรวบรวมเสียงของลูกค้าจากช่องทาง 4 กลุ่ม (กลุ่มดิจิทัล กลุ่มกายภาพ กลุ่มการสำรวจและกลุ่มอื่นๆ) เป้าหมาย - กฟภ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. เป็นที่ที่ข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ ลงระบบ PEA VOC System ทุกครั้ง - กฟภ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. เป็นที่ที่ข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส 2.2 จัดทำฐานข้อมูลคุณภาพไฟฟ้าในพื้นที่อุตสาหกรรม ทั้งของรัฐและเอกชน โดยดำเนินการตรวจวัด และวิเคราะห์คุณภาพไฟฟ้า ในสถานีไฟฟ้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อุตสาหกรรม ทั้งของรัฐและเอกชน มีการกำหนด แผน และปรับปรุงให้เป็นมาตรฐานสากล พร้อมจัดทำรายงานเพื่อรองรับความต้องการให้กับลูกค้า เป้าหมาย กฟภ.3 จำนวน 2 สถานี - สถานีสินสาคร (นิคมสินสาคร) กฟส.คทช. - สถานีไฟฟ้าท่าทราย 1 (นิคมสมุทรสาคร) กฟส.สค.	กบล.(ก3), กฟภ. ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส. กฟส.พทท.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท.

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม มุมมอง : Customer 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร - SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ เชื่อถือได้และยกระดับสู่โครงข่าย New Normal (Digital Customer Experience) (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนอง ความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟภ. - ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์ผ่าน e-Service และ Pea Smart Plus - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า : กลุ่มลูกค้ารายย่อย : กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ : กลุ่มภาครัฐ : กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ - จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill - จำนวนผู้สมัครใช้งาน Pea Smart Plus - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า Pea Shop ที่มีปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน Pea Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ - ความสำเร็จของการให้บริการตามมาตรฐาน SLA ที่กำหนด 4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - ระดับ 42.5 - ร้อยละ 100 - ระดับ 4.4859 - ระดับ 4.4837 - ระดับ 4.4781 - ระดับ 4.4959 - ระดับ 4.4489 - Base Line +75% - ไม่น้อยกว่า 4.5 ล้านราย - ร้อยละ 100 - ระดับ 5 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience) 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้าของสายงานภาคกลางและใต้ 7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - ร้อยค่าเป้าหมาย									
8. แผนงาน / โครงการ / งาน ng Strategies หรือ Strategic In	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วย งานหลัก	
				ไตรมาส	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล		
แผนงานที่ 3 พัฒนาการใช้ประโยชน์จาก ข้อมูลลูกค้า (Customer Anal คุณภาพการให้บริการ หรือส เกี่ยวเนื่อง	3.1 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 3.1.1 ฐานข้อมูลลูกค้า High Value เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย <u>เป้าหมาย</u> กบส.(ก3) จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ภายใน ม.ค. - ก.พ. 2567 - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value ที่มีการใช้ไฟฟ้าตั้งแต่ร้อยละ 70 ของขนาดฟีดหม้อแปลง	กบส.(ก3), กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	100	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทท.	
	3.1.2 ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา <u>เป้าหมาย</u> กบส.(ก3) จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ภายใน ม.ค. - ก.พ. 2567 - ฐานข้อมูลลูกค้าที่เคอให้บริการบำรุงรักษา ปี 2565-2566 - ฐานข้อมูลลูกค้าที่ไม่เคอให้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมกันเกิน 250 kVA - (เพิ่มเติม) ฐานข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการแก้ไขแรงดันไฟฟ้าขัดข้อง ปี 2566 (2 ครั้งต่อปี) - (เพิ่มเติม) ฐานข้อมูลลูกค้าปี 2566 ที่มีค่าปรับ PF. เนื่องจากการใช้ kvar เกินร้อยละ 61.97 ของกำลังไฟฟ้าจริงสูงสุด มากกว่า 10,000 บาท/เดือน	กบส.(ก3), กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	100	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทท.	
แผนงานที่ 3 พัฒนาการใช้ประโยชน์จาก ข้อมูลลูกค้า (Customer Anal คุณภาพการให้บริการ หรือส เกี่ยวเนื่อง (ต่อ)	3.2 การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 3.2.1 การดำเนินการธุรกิจงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย โดยใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า High Value <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S จัดทำแผนการให้บริการลูกค้าและนำเสนอข้อมูลการให้บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง - กบส.(ก3) ติดตามผลการดำเนินงานและรายงานผลการดำเนินงาน <u>ผู้รับผิดชอบ</u> หมายเหตุ : ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 3.1.1	กบส.(ก3), กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทท.	
	3.2.2 การดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา โดยแบ่งลูกค้า 4 กลุ่ม ดังนี้ (1) ลูกค้ารายเดิม (ที่เคอให้บริการบำรุงรักษา) ทุกราย (2) ลูกค้ารายใหม่ (ที่ไม่เคอให้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมกัน เกิน 250 kVA) ร้อยละ 20 (3) (เพิ่มเติม) ลูกค้าที่ใช้บริการแก้ไขแรงดันไฟฟ้าขัดข้อง ปี 2566 (2 ครั้งต่อปี) ทุกราย (4) (เพิ่มเติม) ลูกค้าที่มีค่าปรับ PF. เนื่องจากการใช้ kvar เกินร้อยละ 61.97 ของกำลังไฟฟ้าจริงสูงสุด มากกว่า 10,000 บาท/เดือน ทุกราย <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S จัดทำแผนการให้บริการลูกค้าและนำเสนอข้อมูลการให้บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง - กบส.(ก3) ติดตามผลการดำเนินงานและรายงานผลการดำเนินงาน <u>ผู้รับผิดชอบ</u> หมายเหตุ : - ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 3.1.2 - กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. สามารถดำเนินการปรับแผนการเข้าพบลูกค้าได้ ตามความเหมาะสม	กบส.(ก3), กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทท.	
	3.3 นำผลวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลย้อนกลับ และ ข้อร้องเรียนมาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน <u>เป้าหมาย</u> -กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S และ กฟส. จัดทำแบบทบทวนปรับปรุงกระบวนการทำงาน และรายงานผลการ ตอบสนองเสียงของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ/สนับสนุน ตามช่องทางที่กำหนดจากระบบ PEA-VOC System ให้ กบส.(ก3)ทราบ ภายใน 10 วันหลังได้รับข้อมูล -กบส.(ก3) ติดตาม และรายงานสรุปผล ในภาพรวมของ กฟภ.3 ภายใน 15 วันหลังได้รับไตรมาส	กบส.(ก3), กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทท.	

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม มุมมอง : Customer 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร - SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ เชื่อถือได้และยกระดับสู่โครงข่าย New Normal (Digital Customer Experience) (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนอง ความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟภ. - ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์ผ่าน e-Service และ Pea Smart Plus - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า : กลุ่มลูกค้ารายย่อย : กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ : กลุ่มภาครัฐ : กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ - จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill - จำนวนผู้สมัครใช้งาน Pea Smart Plus - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า Pea Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน Pea Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ - ความสำเร็จของการให้บริการตามมาตรฐาน SLA ที่กำหนด 4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - ระดับ 42.5 - ร้อยละ 100 - ระดับ 4.4859 - ระดับ 4.4837 - ระดับ 4.4781 - ระดับ 4.4959 - ระดับ 4.4489 - Base Line +75% - ไม่น้อยกว่า 4.5 ล้านราย - ร้อยละ 100 - ระดับ 5 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience) 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้าของสายงานภาคกลางและใต้ 7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - ร้อยค่าเป้าหมาย
--

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม มุมมอง : Customer 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร - SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ เชื่อมถือได้และยกระดับสู่โครงข่าย New Normal (Digital Customer Experience) (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าคอนสนอง ความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟภ. - ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์ผ่าน e-Service และ Pea Smart Plus - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า : กลุ่มลูกค้ารายย่อย : กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ : กลุ่มภาครัฐ : กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ - จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill - จำนวนผู้สมัครใช้งาน Pea Smart Plus - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า Pea Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน Pea Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการเปิดให้บริการ - ความสำเร็จของการให้บริการตามมาตรฐาน SLA ที่กำหนด 4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - ระดับ 42.5 - ร้อยละ 100 - ระดับ 4.4859 - ระดับ 4.4837 - ระดับ 4.4781 - ระดับ 4.4959 - ระดับ 4.4489 - Base Line +75% - ไม่น้อยกว่า 4.5 ล้านราย - ร้อยละ 100 - ระดับ 5 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience) 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI) - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้าของสายงานภาคกลางและใต้ 7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5) - ร้อยค่าเป้าหมาย

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม
มุมมอง : Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM3 การรักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง

เชื่อถือได้และยกระดับสู่โครงข่ายอัจฉริยะ (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- ค่าความผูกพัน (Engagement score) ของลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง
4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ระดับ 3.5075
5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM3 การรักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง
6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- ค่าความผูกพัน (Engagement score) ของลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง
7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ระดับ 3.5075

8. แผนงาน / โครงการ / งาน ng Strategies หรือ Strategic In	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วย งานหลัก
				ไตรมาส 1	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	
แผนงานที่ 1 แผนงานสร้าง ฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ และนำระบบ Digital CRM มา การให้บริการลูกค้า	1.1 ทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และแผนตามกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMT) ให้สอดคล้องตามค่าเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลลูกค้า <u>เป้าหมาย</u> - กบล.(ก3) ทบทวนและขออนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ ภายในเดือน ธ.ค.2566 - กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ ลงในโปรแกรม Digital CRM ให้เป็นปัจจุบัน	กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (รวม กฟฟ. สังเกต)	ร้อยละ	100	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท.
	1.2 ดำเนินการตามแผนงาน กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) 1.2.1 การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free Maintenance Service : FMS) ตามที่ลูกค้าร้องขอ <u>เป้าหมาย</u> กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - ลูกค้ากลุ่ม Strategic จำนวน 48 ราย (ร้อยละ 100) - ลูกค้ากลุ่ม Star จำนวน 5 ราย (ร้อยละ 100) - ลูกค้ากลุ่ม Status จำนวน 355 ราย (ร้อยละ 100)	กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (รวม กฟฟ. สังเกต)	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท.
	1.2.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ (Relation Building Activity : RBA) <u>เป้าหมาย</u> กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - กลุ่ม Strategic ร้อยละ 100 - กลุ่ม Star ร้อยละ 100 - กลุ่ม Status ร้อยละ 100 - กลุ่ม Streamline ร้อยละ 40	กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (รวม กฟฟ. สังเกต)	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท.

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม
มุมมอง : Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM3 การรักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง

เชื่อถือได้และยกระดับสู่โครงข่ายอัจฉริยะ (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- ค่าความผูกพัน (Engagement score) ของลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง
4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ระดับ 3.5075
5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM3 การรักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง
6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- ค่าความผูกพัน (Engagement score) ของลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง
7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ระดับ 3.5075

8. แผนงาน / โครงการ / งาน ng Strategies หรือ Strategic In	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วย งานหลัก
				ไตรมาส 1	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	
แผนงานที่ 1 แผนงานสร้าง ฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ และนำระบบ Digital CRM มา การให้บริการลูกค้า (ต่อ)	1.2.3 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการติดต่อสื่อสาร (Communication : COM) และบันทึกผลในโปรแกรม Digital CRM เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า - การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ : ลูกค้ากลุ่ม Strategic, Star, Status จำนวน 1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส : ลูกค้ากลุ่ม Streamline จำนวน 1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน - การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบโดยตรงกับลูกค้า เช่น แผนการดับไฟเพื่อปฏิบัติงาน เป็นต้น : ลูกค้ากลุ่ม Strategic ทกปี (ตามแผนงานที่เกี่ยวข้อง) หมายเหตุ : <i>ปรับลดได้ตามความเหมาะสม</i>	กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (รวม กฟฟ. สังกัด)	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบค.(ก3) กฟอ.พทท.
	1.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ามูลค่าสูง/ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP โดยผู้บริหาร และกำหนดวัตถุประสงค์ การเยี่ยมเยียนลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจนพร้อมบันทึกผลการเยี่ยมในโปรแกรม CRM Plus เป้าหมาย - ผชก.กฟข. หรือผู้แทน จำนวน 3 ราย/ไตรมาส/กฟข. - ผจก. CEO จำนวน 2 ราย/ไตรมาส/กฟจ. - ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3 (โครงสร้างเดิม)/ ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) จำนวน 6 ราย/ไตรมาส/กฟฟ. - ผจก.กฟส.(โครงสร้างเดิม)/ ขนาด S (โครงสร้างใหม่) จำนวน 3 ราย/ไตรมาส/กฟฟ. หมายเหตุ : สามารถพิจารณารูปแบบการเยี่ยมเยียนลูกค้าได้ 2 รูปแบบ 1. รูปแบบ Onsite และ 2. รูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์ แพลตฟอร์มต่างๆ (ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 29 ธ.ค. 2564 ต่อท้ายหนังสือ กลพ.(สข)797/2564 ลว. 27 ธ.ค. 2564 อนุมัติปรับปรุงคู่มือการสร้าง และการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบค.(ก3) กฟอ.พทท.

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม
มุมมอง : Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SO2 พัฒนาระบบจำหน่าย - SCM3 การรักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง
 เชื้อถื้อได้และยกระดับสู่โครงข่ายอัจฉริยะ
 (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนอง
 ความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM3 การรักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- ค่าความผูกพัน (Engagement score) ของลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง

4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ระดับ 3.5075

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- ค่าความผูกพัน (Engagement score) ของลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง

7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ระดับ 3.5075

8. แผนงาน / โครงการ / งาน ng Strategies หรือ Strategic In	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วย งานหลัก
				ไตรมาส 1	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	
แผนงานที่ 1 แผนงานสร้าง ฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ และนำระบบ Digital CRM มา การให้บริการลูกค้า (ต่อ)	1.4 จัดประชุมสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 16 กฟฟ. (ยกเว้น บพอ. และ ดบ.) หมายเหตุ : ปรับลดได้ตามความเหมาะสม โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาฯ ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก.	กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ดำเนินการไตรมาส3	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ดำเนินการไตรมาส3		กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์
	1.5 การมอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ/มอบของที่ระลึกสำหรับจัดกิจกรรมนันทนาการ/ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ <u>เป้าหมาย</u> - กลุ่ม Strategic ทุกราย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี - กลุ่ม Star, Status ให้พนักงาน KAMR พิจารณาตามความเหมาะสม - กิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ สำหรับลูกค้าพิจารณาตามความเหมาะสม	กฟฟ. ชั้น 2-3, กฟส. ขนาด L/M/S (รวม กฟฟ. สังกัด)	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. ดำเนินการ ลงระบบ CRM PLUS เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท.
	1.6 การสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยการ ติดต่อสื่อสาร/เยี่ยมเยียน เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เช่น การขอใช้ไฟฟ้า, ขยายเขตระบบไฟฟ้าและ การวางแผนการจ่ายไฟฟ้าเป็นต้น - กฟฟ. ชั้น 2-3, กฟส. ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) รายงานผลตามแบบฟอร์ม CRM-NCS-002 - กบล.(ก3) รายงานผลการดำเนินงานให้ กสธ. ทุกไตรมาส	กฟฟ. ชั้น 2-3, กฟส. ขนาด L/M,	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท.

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 (แผนงานเพิ่มเติม) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม

แผนงาน / โครงการ / งาน	แผนปฏิบัติ	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วยงานหลัก
				ไตรมาส 1	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	
แผนงานเพิ่มเติม กฟภ.3	1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการขึ้นทะเบียนช่างติดตั้งระบบไฟฟ้าภายในอาคาร (Vendor List) ในงานขอใช้ไฟฟ้ารายใหม่ (ลูกค้ารายย่อย) ในพื้นที่ กฟภ.3 <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M, กฟส., กฟย., ประชาสัมพันธ์โครงการขึ้นทะเบียนช่างติดตั้งระบบไฟฟ้าภายในอาคาร (Vendor List) ในงานขอใช้ไฟฟ้ารายใหม่ (ลูกค้ารายย่อย) ในพื้นที่ กฟภ.3 โดยมีรายละเอียด (1) ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ของ กฟฟ. เช่น Line, Facebook (อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง) (2) การออกหน่วยเคลื่อนที่/ การประชุมร่วมกับส่วนราชการหรือผู้นำส่วนท้องถิ่น (ทุกครั้งที่มีการออกหน่วยฯ หรือประชุมร่วมกับส่วนราชการหรือผู้นำท้องถิ่น) (3) จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์โครงการฯ ขนาดตามความเหมาะสม ติดตั้งภายในสำนักงาน กฟฟ. ณ จุดรับคำร้องขอใช้ไฟฟ้า, จุดรับชำระเงิน หรือ บริเวณที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน - กบส.(ก3) รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส	กบส.(ก3) กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส., กฟย.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทท.
	2. ร้อยละของการรับคำร้องประเภทขอใช้ไฟใหม่ผ่านระบบ ICS/SCS เทียบกับคำร้องขอใช้ไฟใหม่ทั้งหมด(SAP) <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่), กฟส. และ กฟย. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 - กบส.(ก3) รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส - กบส.(ก3) รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส	กบส.(ก3), กบส.(ก3), กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส., กฟย.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทท.

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 (แผนงานเพิ่มเติม) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม

แผนงาน / โครงการ / งาน	แผนปฏิบัติ	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วย งานหลัก
				ไตรมาส 1	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	
แผนงานเพิ่มเติม กฟภ.3 (ต่อ)	3. แต่งตั้งคณะทำงานทีมงานธุรกิจเสริม ประจำ กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (ตามโครงสร้างใหม่) และ กฟส. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเร่งรัดการหารายได้ธุรกิจเสริม <u>เป้าหมาย</u> - กบส.(ก3) ขออนุมัติแต่งตั้งคณะทำงานทีมงานธุรกิจเสริม ประจำ กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส. ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. พร้อมกำหนดบทบาทหน้าที่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเร่งรัดการหารายได้ ธุรกิจเสริม ภายใน ก.พ. ๒๕๖๗ - กบส.(ก3) สรุปรายงานผลการดำเนินงานทุกไตรมาส	กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบส.(ก3), กฟอ.พทท.
	4. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแบบครบวงจร (Service Package) ระบบแจ้งเตือน (Alert Bot) ประสิทธิภาพการกำหนดการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแบบครบวงจร (Service Package) <u>เป้าหมาย</u> - กบส.(ก3) จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าที่ครบรอบการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแบบครบวงจร (Service Package) และระบบแจ้งเตือน (Alert Bot) แจ้งให้ กฟฟ. เข้าพบลูกค้าเพื่อนำเสนองาน ภายใน ม.ค. 2567 - กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส. ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. ดำเนินการเข้าพบลูกค้า หลังได้รับการแจ้งเตือน (Alert Bot) ทุกราย ภายใน ก.พ. 2567 - กบส.(ก3) สรุปผลการดำเนินการเข้าพบลูกค้า และรายงานผลภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส หมายเหตุ : แจ้งเตือนในกลุ่ม Line Front Manager C3	กบส.(ก3), กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบส.(ก3), กฟอ.พทท.
	5. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย C02.2 และระบบแจ้งเตือน (Alert Bot) การครบกำหนดการรับประกันคุณภาพงาน - ดำเนินการบำรุงรักษาฟรี จำนวน 2 ครั้ง ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 14 มี.ย. 2561 ดังนี้ (1) ครั้งที่ 1 หลังจากส่งมอบงานแล้ว 6 เดือน (2) ครั้งที่ 2 หลังจากบำรุงรักษาครั้งที่ 1 แล้ว 6 เดือน หรือตามความเหมาะสม <u>เป้าหมาย</u> - กบส.(ก3) แจ้งเวียนแนวทางปฏิบัติการส่งเสริมการตลาด Promotion ภายใน ม.ค. 2567 - กบส.(ก3) จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย C02.2 ที่ใกล้ครบกำหนดบำรุงรักษาฟรี เน้นครั้งที่ 1 (ปี 2561) ทุกวันนี้ และระบบแจ้งเตือน (Alert Bot) แจ้งให้ กฟฟ. เข้าดำเนินการบำรุงรักษาฟรี ภายใน ก.พ. 2567 - กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส. ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. ดำเนินการบำรุงรักษาฟรีทุกราย ที่ได้รับ การแจ้งเตือน พร้อมเปิดใบสั่งงาน ZW07: ใบสั่งรับประกันคุณภาพ ทุกครั้งที่เข้าดำเนินการ - กบส.(ก3) สรุปผลการดำเนินงานเข้าบำรุงรักษาฟรี และรายงานผลภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส หมายเหตุ : แจ้งเตือนในกลุ่ม Line Front Manager C3	กบส.(ก3), กฟฟ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S, กฟส.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทท.

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567 (แผนงานเพิ่มเติม) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม

แผนงาน / โครงการ / งาน	แผนปฏิบัติ	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วย งานหลัก
				ไตรมาส 1	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผลการดำเนินการสะสม ไตรมาส 1/2567	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	
แผนงานเพิ่มเติม กฟภ.3 (ต่อ)	6. การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าผ่านกล่องประเมินความพึงพอใจแบบแป้นกด (Smile Box) หรือแบบ Touch Screen งานชำระค่าไฟฟ้า - กฟภ. นำผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าจากระบบ Customers' Smile Feedback มาสรุปวิเคราะห์ และกำหนดแนวทางการปรับปรุง กรณีลูกค้ากดประเมินต่ำกว่าระดับ 3 (ที่กดประเมิน 1,2) <u>เป้าหมาย</u> - สัดส่วนการกดประเมินเทียบกับจำนวนคิวทั้งหมด กฟภ. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนคิวทั้งหมด - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่า 4.4859 - <u>กบค.(ก3) ติดตามและรายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินในภาพรวมของ กฟภ.3</u> ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส หมายเหตุ : พนักงาน Front Manager ประจำ กฟภ. ดันสังกัด เป็นผู้ดำเนินงานและบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรม Customers' Smile Feedback	กบค.(ก3), กฟภ.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ไม่เกี่ยวข้อง	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 ไม่เกี่ยวข้อง	ผบค.	กบค.(ก3) กฟอ.พทท.
	7. การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายใหญ่ที่ติดตั้งหม้อแปลงรวมกันเกิน 100 เควีเอ. ขึ้นไป/ ลูกค้าที่พบปัญหาการใช้ไฟฟ้า และลูกค้าหน่วยงานราชการ โดยผู้บริหารกำหนดวัตถุประสงค์การเยี่ยมเยียนลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจน พร้อมบันทึกผลการเยี่ยมในโปรแกรม Digital CRM <u>เป้าหมาย</u> - ผวก.กฟภ. (โครงสร้างเดิม)/ ขนาด XS (โครงสร้างใหม่) อย่างน้อย 1 รายขึ้นไป/ไตรมาส/กฟภ. *หมายเหตุ : สามารถพิจารณารูปแบบการเยี่ยมเยียนลูกค้าได้ 2 รูปแบบ 1. รูปแบบ Onsite 2. รูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์ แพลตฟอร์มต่างๆ (ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 29 ธ.ค. 2564 ต่อท้ายหนังสือ กลพ.(สข)797/2564ลว. 27 ธ.ค. 2564 อนุมัติปรับปรุงคู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า)	กบค.(ก3), กฟภ.	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบค.(ก3) กฟอ.พทท.
	8. สืบหาความพึงพอใจหลังได้รับการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ <u>เป้าหมาย</u> - KAMR ประจำ กฟภ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟส.บนจ. ดำเนินการสืบหาความพึงพอใจหลังได้รับการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ - <u>กบค.(ก3) สรุปรายงานผลภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส</u>	กบค.(ก3), กฟภ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S	ร้อยละ	25	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	สถานะ ม.ค.-มี.ค.67 กฟส.พทท. เรียบร้อยแล้ว	ผบค.	กบค.(ก3) กฟอ.พทท.
แผนงานเพิ่มเติม กฟภ.3 (ต่อ)	9. ประชุมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในกลุ่มนิคมอุตสาหกรรมในงานด้านระบบไฟฟ้า ด้านบริการและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง <u>เป้าหมาย</u> - นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร (ท่าทราย) ภายในไตรมาส 1 หมายเหตุ : (1) ด้านบำรุงรักษาและระบบไฟฟ้า ผู้รับผิดชอบ ผบค.(ก3) (2) ด้านบริการและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ผู้รับผิดชอบ ผวบ.(ก3) (3) ด้านหน่วยการใช้พลังงานไฟฟ้า ผู้รับผิดชอบ ผสน.(ก3)	กฟส.สค.	ครั้ง	1	ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง		ทุกฝ่าย