

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2564 (ฉบับทบทวนครั้งที่ 2)

กฟผ.2 อุดรราชธานี

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า

งานตามยุทธศาสตร์องค์กรและแผนงานที่สำคัญของสายงาน/สำนัก
ด้านลูกค้า (Customer Value Proposition)

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
และการให้บริการของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
(Customer Service)

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว
และรักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

CR3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
และการให้บริการของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
(Customer Service)

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว
และรักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

CR3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินงานตามมาตรฐานการให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business
- ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
- ความพึงพอใจลูกค้า Key Account
- ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

- จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินงานตามมาตรฐานการให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business 🌟
- ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 🌟
- ความพึงพอใจลูกค้า Key Account 🌟
- ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey 🌟

4. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100
- ไม่น้อยกว่าระดับ 5
- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 4.3979
- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100
- ไม่น้อยกว่าระดับ 5
- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 4.3979
- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)		
					(1) งบทำการ	(2) งบลงทุน	รวม
1. แผนงานพัฒนากระบวนการให้บริการธุรกิจ	1.1 การให้บริการทางธุรกิจเพื่ออำนวยความสะดวกให้บริการขอใช้ไฟฟ้า	กฟฉ.1-2-3	ไตรมาส 1-4	กบล.ผู้รับผิดชอบหลัก			
ตามแนวทาง Doing Business : World Bank	ตามแนวทาง (Doing Business : World Bank) ให้กับลูกค้าประเภทธุรกิจ	ฝอภ.(ภ2)		กฟฟ.ชั้น1-3			
(แผนปฏิบัติการ กฟภ. ปี 2564)	อุตสาหกรรม สามารถดำเนินการได้ด้วยความสะดวก รวดเร็ว และคล่องตัวยิ่งขึ้น			กฟส.			
	1. มิเตอร์ขนาด 3 เฟส 4 สาย 380/220 V 30(100) A. แบบไม่ต้องปักเสาเข็มไลน์ติดมิเตอร์						
	2. มิเตอร์ขนาด 3 เฟส 4 สาย 380/220 V 30(100) A. แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ติดมิเตอร์						
	3. มิเตอร์ขนาด 1 เฟส 2 สาย 220 V With CT						
	4. มิเตอร์ขนาด 3 เฟส 4 สาย 380/220 V With CT						
	กฟฉ.2 25 วันปฏิทิน				-	-	-
	หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยระยะเวลาให้บริการลูกค้า = รวมจำนวนวันให้บริการของลูกค้าทุกราย(วัน) /รวมจำนวนลูกค้าที่ได้รับการบริการ(ราย)						
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ กฟฉ.1					-	-	-
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ กฟฉ.2					-	-	-
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ กฟฉ.3					-	-	-
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ ฝอภ.(ภ2)					-	-	-
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ ภาค 2					-	-	-