

แผนแม่บทบริการลูกค้าและการตลาด พ.ศ. 2564 - 2568 (ทบทวนครั้งที่ 3 พ.ศ. 2567)

OBJECTIVE

เพื่อให้องค์กรมีแผนการดำเนินงานการบริการลูกค้าระยะยาว เพื่อส่งมอบการบริการที่มีมาตรฐานและได้รับความพึงพอใจ พร้อมกับการเตรียมความพร้อมปรับตัวรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง



PEA's Strategic Positioning

ด้านลูกค้าและการตลาด



Digital and Green Grid

2567-2569

Smart Energy Solution

2570-2575

Sustainable Energy for All

2576-2580

- ระบบโครงข่ายไฟฟ้าและการให้บริการดิจิทัลชั้นนำที่รองรับพลังงานสะอาด
- การลงทุนในธุรกิจ/เทคโนโลยีใหม่ เช่น ธุรกิจสู่ธุรกิจ ธุรกิจสู่ลูกค้า

- ต่อยอดการลงทุนในธุรกิจใหม่โดยเป็นบริษัทชั้นนำด้านพลังงานสะอาด
- เป็นแพลตฟอร์มที่มีผู้เข้ามาใช้งานอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศไทย



- สร้างระบบโครงข่ายไฟฟ้าดิจิทัลชั้นนำที่ลดต้นทุนค่าไฟฟ้าให้กับประชาชน
- เป็นองค์กรชั้นนำในการให้บริการพลังงานสะอาดและดึงดูดอุตสาหกรรมใหม่และการลงทุนในต่างประเทศ
- สนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกให้กับ กฟภ. และประเทศไทย

Customer Strategic Objective วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า

CSO 1

พัฒนาการบริการ และสร้างความผูกพันลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

เป้าหมาย

สร้างความพึงพอใจลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล

ลดต้นทุนการให้บริการจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้

CSO 2

ยกระดับมาตรฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมาย

สร้างความเชื่อมั่น ยอมรับ จากลูกค้า

เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

CSO 3

รักษาลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)

เป้าหมาย

สร้างความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายใหญ่และกลุ่มลูกค้าภาครัฐ

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายใหญ่

การรักษาลูกค้ารายสำคัญ

CSO 4

พัฒนาต่อยอดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

เป้าหมาย

สร้างความมั่นคงทางการเงิน

เพื่อให้สามารถใช้ความเชี่ยวชาญขององค์กรมาให้บริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร

เพื่อรองรับการเปิดไฟฟ้าเสรี

การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด

ส่วนตลาดจำหน่ายไฟฟ้า



กลุ่มลูกค้ารายย่อย

BUSINESS TO CONSUMER

CSO1

CSO2



กลุ่มลูกค้ารายใหญ่

BUSINESS TO BUSINESS

CSO2

CSO3



กลุ่มลูกค้าภาครัฐ

BUSINESS TO GOVERNMENT

CSO2

CSO3

ส่วนตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง



ครอบคลุมทุกธุรกิจ
ในส่วนตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

CSO4

แผนแม่บทบริการลูกค้าและการตลาด พ.ศ. 2564 - 2568 (ทบทวนครั้งที่ 3 พ.ศ. 2567)

C1

ยุทธศาสตร์ที่ 1

พัฒนาการบริการเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าผ่านระบบดิจิทัล



ลูกค้ารายย่อย

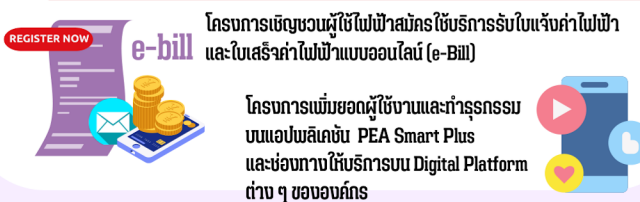
DS1 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการผ่านช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับลูกค้ารายย่อย



DS2 สร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการแบบดิจิทัล



DS3 ส่งเสริมการใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล



C2

ยุทธศาสตร์ที่ 2

รักษาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการ



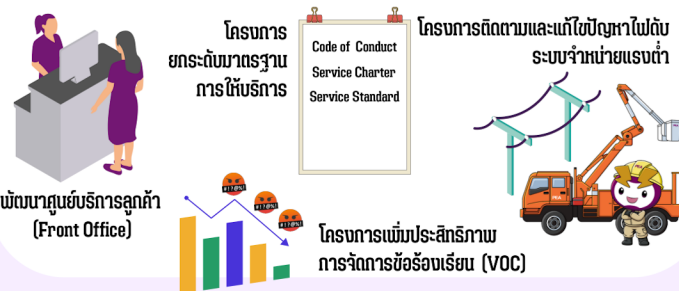
ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า

SS1 วิเคราะห์ลูกค้าเชิงลึก (Customer Insight)



แผนงานการศึกษาโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อการเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร

SS2 ยกระดับมาตรฐานการให้บริการ



C3

ยุทธศาสตร์ที่ 3

มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและรักษาลูกค้ารายสำคัญ

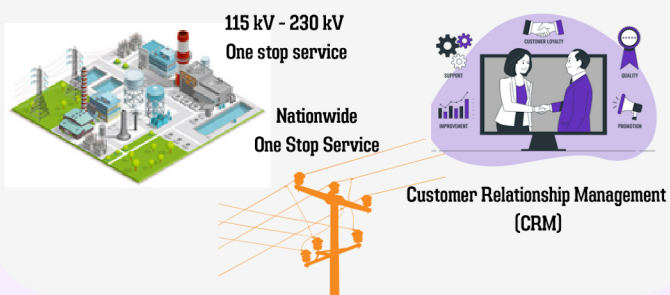


ลูกค้ารายใหญ่ ลูกค้าภาครัฐ

CM1 พัฒนาระบบการให้บริการรองรับลูกค้ารายสำคัญ



CM2 เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้ารายใหญ่



C4

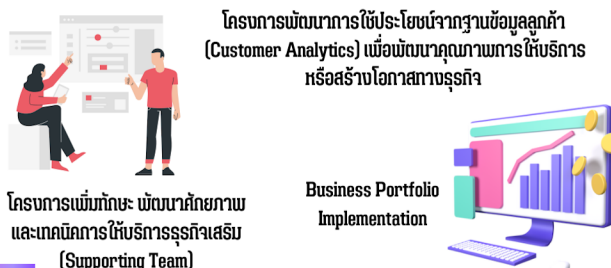
ยุทธศาสตร์ที่ 4

พัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่องเพื่อยกระดับผลประกอบการขององค์กร



ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า

RB1 ยกระดับผลประกอบการขององค์กรจากธุรกิจเกี่ยวเนื่อง



RB2 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจใหม่



ฝ่ายกลยุทธ์การตลาด
สายงานธุรกิจและการตลาด

ร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอแนะ
การพัฒนาการให้บริการเพิ่มเติม

