



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


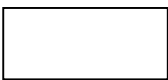
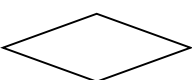
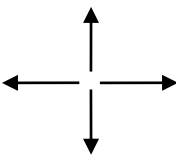



3.10 ความคาดหวังของลูกค้า (Customers' Expectation) หมายถึง ความต้องการของลูกค้าที่ถูกพัฒนาขึ้นจากการเรียนรู้และประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงข้อมูลที่ได้รับรู้

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<br>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 พิจารณาอนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ คำสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของหน่วยงานในสังกัด
- 4.3.2 สนับสนุนทรัพยากร บุคลากร วัสดุ อุปกรณ์ และงบประมาณ ในการแก้ไขปัญหา ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- 4.3.3 กำกับดูแลและติดตามประสิทธิผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัด
- 4.3.4 ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกให้การบริหารลูกค้ารายสำคัญของหน่วยงานในสังกัดเกิดประสิทธิผลสูงสุด
- 4.3.5 ประเมินประสิทธิผลการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี พร้อมทั้งนำเสนอประเด็นปัญหา ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงกระบวนการต่อไป

#### 4.4 ผู้อำนวยการฝ่ายวิศวกรรมและบริการ (อฝ.วบ.)

- 4.4.1 พิจารณารายชื่อลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้าเขต และแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ เพื่อนำเสนอขออนุมัติ อข.
- 4.4.2 พิจารณากลับกรองการขอรับการสนับสนุนทรัพยากร บุคลากร วัสดุ อุปกรณ์ และงบประมาณ ในการแก้ไขปัญหา ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อนำเสนอขออนุมัติ อข.
- 4.4.3 กำกับดูแล ติดตาม และประเมินผลการบริหารลูกค้ารายสำคัญโดยรวมของการไฟฟ้าเขตทุกไตรมาส พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป
- 4.4.4 ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และอำนวยความสะดวก ให้การบริหารลูกค้ารายสำคัญของหน่วยงานในสังกัดเกิดประสิทธิผลสูงสุด
- 4.4.5 สรุปรายงานผลการดำเนินงานการบริหารลูกค้ารายสำคัญนำเสนอ รผก.(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. ฟวธ.(ภ1-4) และ ฟบว.

#### 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 ไฟขัดข้อง 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"> <li>- หลักเกณฑ์การคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>- หลักเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>- หลักเกณฑ์การกำหนดสิทธิ์ประโยชน์สำหรับลูกค้ารายสำคัญ</li> </ul> <p>แผนยุทธศาสตร์ กฟภ. - แผนดำเนินการ กฟภ. - นโยบายผู้บริหาร</p> <p>- แผนแม่บทบริการลูกค้า</p>	<p>เริ่มต้น</p> <p>1. จัดทำแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 ทบทวนและคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>1.2 ทบทวนและคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>1.3 กำหนดสิทธิ์ประโยชน์ของลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>1.4 กำหนดเป้าหมายและแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</li> </ol> <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"> <li>- รายชื่อลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>- รายชื่อพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>- สิทธิประโยชน์เป้าหมาย และแผนการดำเนินงาน (CRM-KAM-001, CRM-KAM-002)</li> </ul> <p>Customer Integration DB</p> <p>CRM plus (BIC_SAP)</p> <p>กรณีเสี่ยงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน รายงานสรุปประเด็นเสี่ยงลูกค้า และติดตามผลการตอบสนองลูกค้า (CRM-KAM-003)</p>	<p>- คณะทำงาน SEPA หมวด 3</p> <p>แจ้งเวียนทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กฟข.</li> <li>- ผวธ.(ภ1-4)</li> <li>- สรภ.(ย)</li> <li>- ผบว.</li> </ul> <p>กระบวนการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง</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"> <li>- ความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงาน</li> <li>- ความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ (สำรวจโดย 1129 PEA Call Center)</li> <li>- ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (สำรวจโดยที่ปรึกษา)</li> <li>- สารสนเทศจากเสียงลูกค้า</li> </ul>	<p style="text-align: center;">(A)</p> <p>5. บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ลงในระบบสารสนเทศ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำ กฟฟ. / กพล.ฝพท.</p> <p>6. ติดตามผลการดำเนินงาน และสรุปรายงานความเสี่ยงลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล., ฝวธ., ฝบว.</p> <p>7. สรุปรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ 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>รายงานสรุปรายชื่อลูกค้า (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"> <li>- ฝวธ.(ภ1-4)</li> <li>- สรภ.(ย)</li> <li>- คณะทำงาน SEPA หมวด 3</li> <li>- คณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสียงลูกค้า</li> <li>- คณะทำงาน SEPA หมวด 3</li> <li>- กบท.ฝวส.</li> <li>- กบล.</li> <li>- ฝวธ.(ภ1-4)</li> <li>- ฝบว.</li> <li>- ฝบว. / กฟฟ.</li> <li>- ฝวธ.(ภ1-4)</li> <li>- สรภ.(ย)</li> <li>- คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>- คณะทำงาน SEPA หมวด 3</li> <li>- กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน</li> <li>- คณะทำงาน SEPA หมวด 3</li> </ul>	<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.</p> <p>ประจำปี ม.ค. (ปีถัดไป)</p> <p>ร.ค.</p>



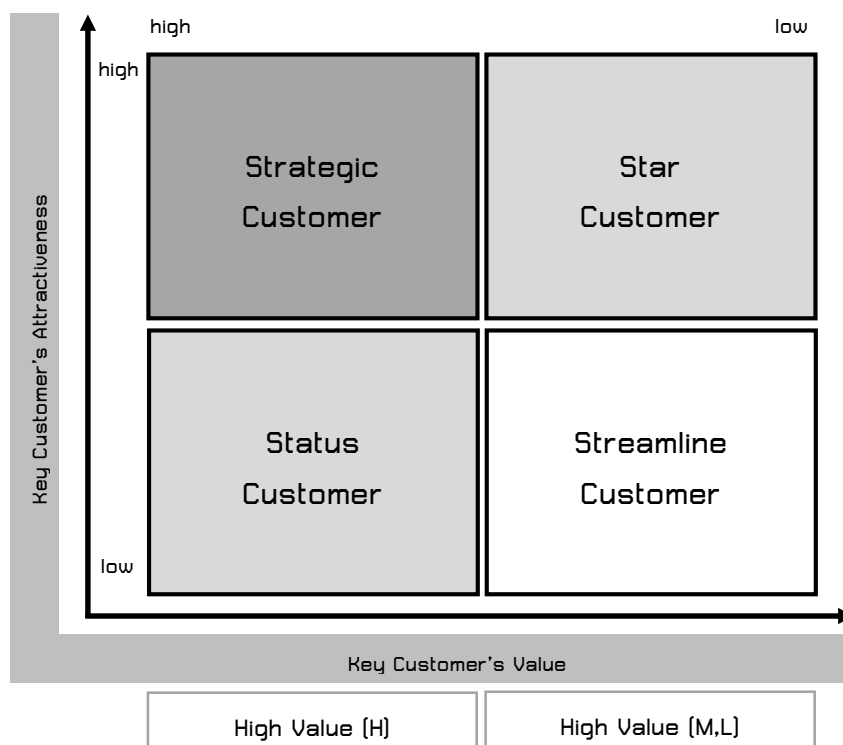
## 6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

### 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 <sup>1</sup>	- กลุ่มลูกค้ามูลค่าสูง ที่มีคุณสมบัติไม่สอดคล้องตามกลุ่มหลัก กรณีไม่อยู่ในกลุ่มลูกค้ามูลค่าสูง สามารถเสนอเพื่อพิจารณาคัดเลือกเป็นกรณีพิเศษในกลุ่ม Status/Streamline จากคุณสมบัติ ดังนี้ <sup>2</sup> ก. กลุ่มตอบสนองต่อภาพลักษณ์องค์กร เช่น โรงพยาบาล ส่วนราชการ ผู้แทนกลุ่มอุตสาหกรรม เป็นต้น ข. ลูกค้าที่มีมูลค่าความเสียหายสูงจากปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง/ปัญหาคุณภาพไฟฟ้า ค. ลูกค้ารายสำคัญรายเดิม ง. พิจารณาตามความเหมาะสม (ระบุเหตุผล)
Strategic / Star	Status / Streamline

<sup>1</sup> พิจารณาและรับพิชิตชอบการดูแลลูกค้าโดย ฝบว./KAMR ประจำสำนักงานใหญ่

<sup>2</sup> 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., ฝบว.) 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 ฝบพ. 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

6.1.2.2 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้าเขต มีคุณสมบัติ สอดคล้องตามข้อ 6.1.2.1 โดยกำหนดให้เขตละไม่เกิน 4 คน ประกอบด้วย

- 1) ฝวบ. ไม่เกิน 2 คน
- 2) ฝปบ. ไม่เกิน 1 คน
- 3) ฝบพ. ไม่เกิน 1 คน

6.1.2.3 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญอาวุโสประจำการไฟฟ้า (Senior KAMR) กำหนดตามตำแหน่งผู้บริหารการไฟฟ้าดังนี้

- 1) กฟฟ. ชั้น 1 เป็น รองผู้จัดการ (บริการลูกค้า)
- 2) กฟฟ. ชั้น 2,3 เป็น รองผู้จัดการ (เทคนิค) หรือ ผู้ช่วยผู้จัดการ (เทคนิค)

6.1.3 กำหนดสิทธิ์ประโยชน์สำหรับลูกค้ารายสำคัญ

การกำหนดสิทธิ์ประโยชน์สำหรับลูกค้ารายสำคัญ พิจารณาแตกต่างกันตาม ระดับของลูกค้ารายสำคัญใน 3 ประเภท ดังนี้

6.1.3.1 การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free Maintenance Service: FMS)

Strategic Customer (4 บริการขึ้นไป/รายปี)	Star Customer (3 บริการขึ้นไป/รายปี)
<u>FMS1</u> ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol)	<u>FMS1</u> ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol)
<u>FMS2</u> ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile)	<u>FMS2</u> ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile)
<u>FMS3</u> ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ	<u>FMS3</u> ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ
<u>FMS4</u> ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)	<u>FMS4</u> ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)
<u>FMS5</u> สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม	<u>FMS5</u> สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม
<u>FMS6</u> การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า)	<u>FMS6</u> การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า)
<u>FMS7</u> บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย	

Status Customer (3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี)	Streamline Customer
<u>FMS1</u> ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol)	-
<u>FMS2</u> ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile)	
<u>FMS3</u> ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการ โหลดอย่างมีประสิทธิภาพ	
<u>FMS4</u> ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)	
<u>FMS5</u> สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม	

6.1.3.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Relation Building Activity:

RBA)

Strategic Customer (3 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี)	Star Customer (2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี)
<u>RBA1</u> การเยี่ยมเยือนลูกค้า	<u>RBA1</u> การเยี่ยมเยือนลูกค้า
<u>RBA2</u> สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน	<u>RBA2</u> สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน
<u>RBA3</u> มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ	<u>RBA3</u> มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ
<u>RBA4</u> กิจกรรมนันทนาการ เช่น การเลี้ยงรับรอง การแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ กฟภ. เป็นต้น	<u>RBA4</u> กิจกรรมนันทนาการ เช่น การเลี้ยงรับรอง การแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ กฟภ. เป็นต้น
Status Customer (2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี)	Streamline Customer (1 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี)
<u>RBA1</u> การเยี่ยมเยือนลูกค้า	<u>RBA1</u> การเยี่ยมเยือนลูกค้า
<u>RBA2</u> สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน	<u>RBA2</u> สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน
<u>RBA3</u> มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ	

6.1.3.3 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication: COM)

Strategic Customer (1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส)	Star Customer (1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส)
<p><u>COM1.1</u> การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายบุคคล)</p> <p>1.1 การแจ้ง/รับแจ้งไฟฟ้าขัดข้อง</p> <p>1.2 การตอบสนองความต้องการ/ข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน</p> <p>1.3 การประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการ</p> <p>1.4 การแจ้งเตือนบริการ เช่น การดับไฟเพื่อปฏิบัติงาน ครอบคลุมการบำรุงรักษา</p> <p><u>COM2</u> การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบโดยตรงกับลูกค้า เช่น แผนการดับไฟเพื่อปฏิบัติงาน เป็นต้น</p>	<p><u>COM1.1</u> การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายบุคคล)</p> <p>1.1 การแจ้ง/รับแจ้งไฟฟ้าขัดข้อง</p> <p>1.2 การตอบสนองความต้องการ/ข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน</p> <p>1.3 การประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการ</p> <p>1.4 การแจ้งเตือนบริการ เช่น การดับไฟเพื่อปฏิบัติงาน ครอบคลุมการบำรุงรักษา</p>
Status Customer (1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส)	Streamline Customer (1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน)
<p><u>COM1.1</u> การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายบุคคล)</p> <p>1.1 การแจ้ง/รับแจ้งไฟฟ้าขัดข้อง</p> <p>1.2 การตอบสนองความต้องการ/ข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน</p> <p>1.3 การประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการ</p> <p>1.4 การแจ้งเตือนบริการ เช่น การดับไฟเพื่อปฏิบัติงาน ครอบคลุมการบำรุงรักษา</p>	<p><u>COM1.2</u> การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายกลุ่ม)</p> <p>1.1 การแจ้ง/รับแจ้งไฟฟ้าขัดข้อง</p> <p>1.2 การตอบสนองความต้องการ/ข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน</p> <p>1.3 การประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการ</p>

#### 6.1.4 กำหนดเป้าหมายและแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดเป้าหมายการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้ารายสำคัญ ดังนี้

การจัดการความสัมพันธ์	ร้อยละจำนวนลูกค้า ที่ดำเนินการตามแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ			
	Strategic	Star	Status	Streamline
6.1.4.1 การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	-
6.1.4.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
6.1.4.3 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (COM)				
<u>COM1</u> การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกเดือน (รายกลุ่ม)
<u>COM2</u> การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบต่อลูกค้า	ทุกปี (แผนงานที่เกี่ยวข้อง)	-	-	-

โดยกำหนดแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญตามแบบฟอร์ม CRM-KAM-002

#### 6.2 พิจารณาแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล., ฝบว.) นำเสนอแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำหน่วยงาน ดังนี้

6.2.1 หน่วยงานในส่วนภูมิภาค (กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล.) นำเสนอ อ.ฝ.บ. เพื่อรวบรวมและพิจารณาในขั้นต้น และขออนุมัติ อ.ข. ต่อไป

6.2.2 สำนักงานใหญ่ (ฝบว.) นำเสนอและขออนุมัติ รพค.(ข)

ผู้มีอำนาจอนุมัติแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำหน่วยงาน ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงอัตรากำลังที่มีอยู่ และงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร พิจารณานุมัติและแจ้งส่วนเกี่ยวข้อง ให้แล้วเสร็จภายในเดือนธันวาคม ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน



### 6.3 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า พนักงาน และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศฯ

พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำหน่วยงาน ดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า พนักงาน และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด เพื่อใช้ในการจัดการความสัมพันธ์และติดตามผลการดำเนินงาน โดยกำหนดดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนมกราคม ของทุกปี

### 6.4 จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำหน่วยงาน ดำเนินงานจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ตามแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญที่กำหนด ได้แก่ การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS) กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA) และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (COM)

กรณีมีประเด็นเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน ให้พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำหน่วยงาน รายงานสรุปประเด็นเสียงลูกค้า และติดตามผลการตอบสนองลูกค้า โดยนำเสนอผู้มีอำนาจตัดสินใจ สั่งการภายใน 1 วันทำการ โดยใช้แบบฟอร์มรายงานผลการติดตามการตอบสนองเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน (แบบฟอร์ม CRM-KAM-003) ส่วนที่ 1 แล้วติดตามผู้ที่ได้รับมอบหมายในการแก้ไขปัญหา ตามรายละเอียดส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เพื่อนำข้อมูลมาตอบชี้แจงลูกค้า โดยกำหนดแล้วเสร็จภายใน 5 วันทำการ

### 6.5 บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ลงในระบบสารสนเทศ

พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำหน่วยงาน บันทึกข้อมูลและรายละเอียดการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ จากข้อ 6.4 ลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่ กฟภ. กำหนด ทุกครั้งเมื่อดำเนินงานให้บริการ มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ หรือติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อใช้ในการบริหารและติดตามผลการดำเนินงาน ภายใน 7 วันหลังจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า แต่ครั้ง/เหตุการณ์

## 6.6 ติดตามผลการดำเนินงาน และสรุปสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

ผู้บังคับบัญชาประจำหน่วยงาน ติดตามประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยสรุปวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และสรุปสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าเป็นประจำ ดังนี้

- ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3 ติดตามและประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกเดือน กำหนดเป็นวาระการประชุม กฟฟ. ประจำเดือน โดย ผวต./ผบค. สรุปรายงานผลจากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ระดับบุคคล และระดับหน่วยงาน (แบบฟอร์ม CRM-KAM-004) นำเสนอผ่าน Senior KAMR พร้อมทั้งนำปัญหาของลูกค้าไปสู่กระบวนการแก้ไขต่อไป

- อฝ.วบ. ติดตามและประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกไตรมาส โดย กบล. สรุปรายงานผลจากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ระดับหน่วยงาน (แบบฟอร์ม CRM-KAM-004/1) และรายงานสารสนเทศจากการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (แบบฟอร์ม VOC-60-001) พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป รวมถึงจัดส่งรายงานผลดำเนินงานข้างต้น แจ้ง ผวธ.(ภ1-4) เป็นประจำทุกไตรมาส (ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส) เพื่อให้ ผวธ.(ภ1-4) รวบรวมและสรุปผลดำเนินงานของ กฟข. ในสังกัดแจ้งคณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสี่ยงลูกค้า และคณะทำงาน SEPA หมวด 3 ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส ต่อไป

- อฝ.บว. ติดตามและประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกไตรมาส โดยสรุปรายงานผลจากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ระดับบุคคล และระดับหน่วยงาน (แบบฟอร์ม CRM-KAM-004) และรายงานสารสนเทศจากการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (แบบฟอร์ม VOC-60-001) พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป รวมถึงจัดส่งรายงานผลดำเนินงานข้างต้น แจ้งคณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสี่ยงลูกค้า และคณะทำงาน SEPA หมวด 3 ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส ต่อไป

## 6.7 สรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ

กบล. และ ผบว. สรุปรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และข้อมูลผู้ประสานงานของลูกค้าทุกรายตามแบบฟอร์ม CRM-KAM-005 ส่วนที่ 1 แจ้ง กบท.ผวส. ภายในวันที่ 15 กรกฎาคม ของทุกปี เพื่อดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญประจำปี

## 6.8 ตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ

กบท. ฝวส. โดย 1129 PEA Call Center ดำเนินการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญประจำปี ตามรายละเอียดหัวข้อการประเมิน ตามแบบฟอร์ม CRM-KAM-005 แล้วสรุปและรายงานผลการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญประจำปี จัดส่งให้ กบล. ฝวธ.(ภ1-4) และ ฝบว. ภายในวันที่ 15 กันยายน ของทุกปี

## 6.9 สรุปรายงานประเมินประสิทธิผล และวิเคราะห์ผลการตรวจสอบความพึงพอใจการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี

กบล. และ ฝบว. นำข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในระบบสารสนเทศ มาสรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์ประเมินประสิทธิผลของกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ และสรุปสารสนเทศจากการสื่อสารกับลูกค้า พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการตรวจสอบความพึงพอใจสถานะไตรมาสที่ 1-3 ภายในวันที่ 15 ตุลาคม ของทุกปี และสรุปผลดำเนินงานประจำปีภายในเดือนมกราคม ของปีถัดไป โดยนำเสนอผู้บังคับบัญชา ดังนี้

- กบล. นำเสนอ อช. ผ่าน อฝ.วบ. พร้อมทั้งแจ้ง ฝวธ.(ภ1-4)
- ฝบว. นำเสนอ รผก.(ข)

นอกจากนั้น ให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำสรุปการประเมินประสิทธิผลการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญแต่ละคน

## 6.10 ประเมินบทบาทนกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประเมินบทบาทนกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญภายในเดือนธันวาคม ของทุกปี โดยพิจารณาจากประสิทธิผลของกระบวนการ รวมถึงความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจากสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า

## 7. มาตรฐานงาน

### 7.1 มาตรฐานงานของแต่ละกิจกรรม

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
1. จัดทำแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	- ความสอดคล้องและครบถ้วนถูกต้องกับแนวทางหรือหลักเกณฑ์ที่กำหนด - ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายในเดือน พ.ย. ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน) โดยมีหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้
1.1 ทบทวนและคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ	- ความสอดคล้องและครบถ้วนถูกต้องกับหลักเกณฑ์การคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ
1.2 ทบทวนและคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ	- ความสอดคล้องและครบถ้วนถูกต้องกับหลักเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ - ความสอดคล้องของจำนวนลูกค้ารายสำคัญที่พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญได้รับการมอบหมาย
1.3 กำหนดสิทธิ์ประโยชน์สำหรับลูกค้ารายสำคัญ	- ความถูกต้องครบถ้วนของการกำหนดสิทธิ์ประโยชน์สำหรับลูกค้ารายสำคัญแต่ละประเภทและแต่ละราย ประกอบด้วย การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
1.4 กำหนดเป้าหมายและแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	- ความสอดคล้องและครบถ้วนถูกต้องตามแนวทางกำหนดเป้าหมายและแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประกอบด้วย การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
2. พิจารณาแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสอดคล้องและครบถ้วนถูกต้องกับแนวทางหรือหลักเกณฑ์ที่กำหนด รวมถึงนโยบายและทิศทางการดำเนินงานขององค์กร</li> <li>- ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน)</li> </ul>
3. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า พนักงาน และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศฯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความครบถ้วนถูกต้องและเป็นปัจจุบันของรายละเอียดข้อมูล ทั้งในส่วนข้อมูลลูกค้า พนักงาน และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ ที่กำหนดในระบบสารสนเทศฯ</li> <li>- ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายในเดือน ม.ค.)</li> </ul>
4. จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความครบถ้วนถูกต้องของการดำเนินงาน และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแผนงาน</li> <li>- ในกรณีเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน สรุประเด็น ประสานงาน ติดตามผล และตอบชี้แจงลูกค้าภายใน 5 วันทำการ นับจากรับเรื่องจากลูกค้า</li> </ul>
5. บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ลงในระบบสารสนเทศฯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความครบถ้วนถูกต้องและเป็นปัจจุบันของรายละเอียดข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ที่กำหนดในระบบสารสนเทศฯ</li> <li>- ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายใน 7 วัน หลังจากจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า)</li> </ul>
6. ติดตามผลการดำเนินงาน และสรุปรายงานความเสี่ยงลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความครบถ้วนถูกต้องและเป็นปัจจุบันของการติดตามผลดำเนินการตามแผนงาน รวมถึงการวิเคราะห์สารสนเทศจากเสียงของลูกค้า เพื่อการตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวังของ</li> </ul>

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
	<p>ลูกค้าต่อไป</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ดังนี้                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ กฟฟ. ทุกเดือน</li> <li>○ กฟข. ทุกไตรมาส (ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส)</li> <li>○ ผวธ.(ภ1-4)/ผบว. ทุกไตรมาส (ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส)</li> </ul> </li> </ul>
<p>7. สรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความครบถ้วนถูกต้องและเป็นปัจจุบันของรายละเอียดข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ</li> <li>- ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายในเดือน ก.ค.)</li> </ul>
<p>8. สํารวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความครบถ้วนถูกต้องของดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ตามรายละเอียดรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญที่กำหนด</li> <li>- ความสอดคล้องตามหลักวิชาการ และความแม่นยำของผลการประเมินความพึงพอใจ</li> <li>- ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายในเดือน ต.ค.)</li> </ul>
<p>9. สรุปรายงานประเมินประสิทธิผล และวิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความครบถ้วนถูกต้องและเป็นปัจจุบันของการติดตามผลดำเนินการตามแผนงานประจำปี รวมถึงการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ สรุปสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า เพื่อการปรับปรุงประสิทธิผลของกระบวนการต่อไป</li> <li>- ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ดังนี้</li> </ul>

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ สรุปผลขั้นต้น (สถานะไตรมาส 1-3) ภายในวันที่ 15 ต.ค.</li> <li>○ สรุปผลประจำปี ภายในเดือน ม.ค. ของปีถัดไป</li> </ul>
<p>10. ประเมินทบทวนกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความครบถ้วนถูกต้อง และการนำข้อมูลจริงของปัจจัยนำเข้า ได้แก่ สรุปการติดตามผลดำเนินงาน ประสิทธิภาพของกระบวนการ ผลสำรวจรวมความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ มาใช้ในการประเมินทบทวนกระบวนการ</li> <li>- ผลการประเมินทบทวนกระบวนการ สามารถปรับปรุงหรือนวัตกรรมกระบวนการได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>- ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายในเดือน ธ.ค.)</li> </ul>

## 7.2 มาตรฐานงานในภาพรวมของกิจกรรม

- 7.2.1 มีแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญที่สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด รวมถึงนโยบายและทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน
- 7.2.2 สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญประจำปี ภายในวันที่ 15 ก.ย. ของทุกปี
- 7.2.3 สรุปการติดตามผลดำเนินงานตามระยะเวลาที่กำหนด ได้แก่ กพพ. ทุกเดือน กพข./ฟวธ.(ภ1-4)/ฟบว. ทุกไตรมาส และการสรุปรายงานประเมินประสิทธิภาพประจำปี (ขั้นต้นภายใน 15 ต.ค. และประจำปีภายในเดือน ม.ค. ของปีถัดไป)

8. ระบบติดตามประเมินผล

รายการตรวจสอบติดตาม	ผู้ตรวจติดตาม	ผู้รับการตรวจติดตาม	กรอบเวลาในการประเมินผล
1. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)	คณะทำงาน/ ทีมงานของ หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	ฝวบ. กฟข. ฝวธ.(ภ1-4) ฝว.	อย่างน้อยปีละ ภายในเดือน ธ.ค.
2. มาตรฐานงาน			
3. แบบฟอร์มที่ใช้			
4. ระบบ SAP/ระบบ Software/ โปรแกรมสำเร็จรูปอื่นๆ/ เครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้ในการ ปฏิบัติงาน			
5. การปรับปรุงแก้ไข ตามผลการตรวจติดตาม			
6. อื่น ๆ - ควบคุมภายใน - SLA			



## 9. เอกสารอ้างอิง

- 9.1 แผนยุทธศาสตร์ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2557 - 2566 (ทบทวนครั้งที่ 4 พ.ศ. 2561)
- 9.2 แผนแม่บทการบริการลูกค้า พ.ศ. 2560 - 2564 (มกราคม พ.ศ. 2561)
- 9.3 คู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (มกราคม 2558)
- 9.4 การจัดกลุ่มลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customers) ปี 2560 (หนังสือเลขที่ กศพ.(วฟ) 1308/2560 ลว. 17 ต.ค. 2560)

## 10. แบบฟอร์มที่ใช้

- 10.1 CRM-KAM-001 ข้อมูลลูกค้าและพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ
- 10.2 CRM-KAM-002 แผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
- 10.3 CRM-KAM-003 การติดตามเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน
- 10.4 CRM-KAM-004 รายงานสรุปผลการดำเนินงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ
- 10.5 CRM-KAM-005 การประเมินความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ
- 10.6 VOC-60-001 รายงานสรุปสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า

## 11. ระบบ SAP/ระบบ Software/โปรแกรมสำเร็จรูปอื่น ๆ/เครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

- 11.1 โปรแกรม Customer Integration DB
- 11.2 โปรแกรม BIC\_SAP / CRM Plus
- 11.3 โปรแกรม Microsoft Word และ Microsoft Excel

## ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**อนุมัติปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้า**  
**รายสำคัญ (Key Account Management)**  
**ประจำปี 2561**



## คำนวณ

### การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

จาก คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ ถึง ประธานคณะทำงานด้านบริการลูกค้า  
การบริหารลูกค้ารายสำคัญ

เลขที่ ก.๓ ฝวบ. ๑๓ /๒๕๖๑ วันที่ 19 ก.พ. 2561

เรื่อง ขออนุมัติปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management)  
ประจำปี ๒๕๖๑

เรียน รพก.(ภ๓) ประธานคณะทำงานด้านบริการลูกค้า

#### ๑. เรื่องเดิม

๑.๑ ตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๗ ม.ค. ๒๕๕๗ ต่อท้ายหนังสือที่ ก.๒ กบล.(๕ต) ๔๖/๒๕๕๗ ลว. ๓ ม.ค. ๒๕๕๗ อนุมัติปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) และคู่มือการปฏิบัติงานฯ ฉบับปรับปรุงปี ๒๕๕๗ (เอกสารแนบ ๑) และตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๑๖ ต.ค. ๒๕๕๑ ต่อท้ายหนังสือที่ ก.๒-บล(๕ต) ๒๕๔๗/๒๕๕๑ ลว. ๗ ต.ค. ๒๕๕๑ อนุมัติขยายผลโครงการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ให้พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ๑ คน รับผิดชอบลูกค้ารายสำคัญ ๕-๑๐ ราย โดยได้รับค่าโทรศัพท์สำหรับติดต่อกับลูกค้ารายสำคัญแบบเหมาจ่ายคนละ ๕๐๐.- บาทต่อเดือน มอบหมายให้ รพก.(จ๑-จ๔) เป็นผู้อนุมัติ และมีค่าใช้จ่ายในการแจ้งเหตุไฟฟ้าขัดข้องของศูนย์ควบคุมการจ่ายไฟแต่ละเขตไม่เกิน ๓,๕๐๐ บาทต่อเดือน มอบหมายให้ ผชก.(ป๑-ป๔) เป็นผู้อนุมัติ (เอกสารแนบ ๒)

๑.๒ ตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๖ ก.พ. ๒๕๔๖ ต่อท้ายหนังสือที่ ศพ.(ส๓) ๑๓๖/๔๖ ลว. ๒๙ ม.ค. ๒๕๔๖ อนุมัติหลักการให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายสำหรับลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้าต่อเดือนตั้งแต่ ๒๐ ล้านบาทขึ้นไป (เอกสารแนบ ๓)

๑.๓ ตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๕ ต.ค. ๒๕๔๒ อนุมัติหลักการจัดประชุมผู้ใช้ไฟ สำหรับ กฟพ. ที่มีรายได้มากกว่าเดือนละ ๑๐๐ ล้านบาทขึ้นไป อย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง โดยกำหนดวงเงินไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท/ครั้ง ครอบคลุมค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ค่าเครื่องดื่ม-ของว่าง, ค่าเลี้ยงอาหาร, ค่าเอกสารแจกลูกค้า, ค่าสถานที่จัดสัมมนา และค่าของที่ระลึก (เอกสารแนบ ๔)

๑.๔ ตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๕ ม.ค. ๒๕๕๘ ต่อท้ายหนังสือที่ ฝวธ.(จ๓) ๓๔๘/๒๕๕๗ ลว. ๓๐ ธ.ค. ๒๕๕๗ อนุมัติคู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี ๒๕๕๘ (เอกสารแนบ ๕) โดยมีการพิจารณาปรับปรุงหลักเกณฑ์และคู่มือที่เกี่ยวข้องตามข้อ ๑.๑ - ๑.๓ ดังนี้

๑.๔.๑ คู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ โดยพิจารณาเพิ่มตัววัดกิจกรรมในเรื่อง “ปริมาณและความสม่ำเสมอในการสื่อสารกับลูกค้า” และปรับปรุงรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานให้สอดคล้องรูปแบบคู่มือการปฏิบัติงาน ที่มีมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร

๑.๔.๒ คู่มือการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยพิจารณาปรับปรุงรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานให้สอดคล้องรูปแบบคู่มือการปฏิบัติงาน ที่มีมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร

๑.๔.๓ คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ โดยอนุมัติให้ อช. มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าตอบแทนวิทยากรเพิ่มเติม สำหรับการสัมมนาในรูปแบบที่มีวิทยากรภายนอก นอกเหนือจากวงเงินตามข้อ ๑.๓ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๒๕ พ.ค. ๒๕๔๗ เรื่องปรับปรุงหลักเกณฑ์การจัดประชุม

ฝึกอบรมสัมมนา จากบททำการของ กฟฟ. ที่จัดประชุม และปรับปรุงรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานให้สอดคล้องรูปแบบคู่มือการปฏิบัติงาน ที่มีมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร

๑.๕ ตามคำสั่งที่ พ.(ก) ๖๓/๒๕๖๐ ลว. ๖ มี.ค. ๒๕๖๐ ผวก. แต่งตั้งคณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริการลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) เพื่อยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ กฟผ. และแผนแม่บทบริการลูกค้า โดยกำหนดหน้าที่รับผิดชอบในการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ารายสำคัญ กำหนดแผนงานและกิจกรรมในการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพตลอดจนติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (เอกสารแนบ ๖)

## ๒. ข้อเท็จจริง

๒.๑ แผนแม่บทการบริการลูกค้า (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) (ทบทวนครั้งที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว แผนงานสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าด้วย Key Account Management กำหนดให้คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริการลูกค้ารายสำคัญ ร่วมกับ ผวธ.(ภ๑-๔) และ ผพท. ประเมินผลโครงการฯ ที่ผ่านมา และปรับปรุงแนวทางการดำเนินการในช่วงไตรมาส ๑ ของทุกปี (เอกสารแนบ ๗)

๒.๒ แผนดำเนินงาน กฟผ. ประจำปี ๒๕๖๑ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO๓ มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า กลยุทธ์ CR๒ การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว แผนงาน CR๒.๓ แผนงานพัฒนาสนับสนุนพนักงานที่ดูแลลูกค้ารายใหญ่ (Key Account) กำหนดให้ ผวธ.(ภ๓) ทบทวนการสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดูแลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ให้เหมาะสมและขออนุมัติ ในช่วงไตรมาส ๑-๒ ปี ๒๕๖๑ และ ผพบ. พัฒนาศักยภาพพนักงานที่ดูแลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ภายในไตรมาส ๒ ปี ๒๕๖๑ (เอกสารแนบ ๘)

๒.๓ ผลดำเนินการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี ๒๕๖๐ สรุปได้ดังนี้

ภาค	จำนวนพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (คน)		จำนวนลูกค้ารายสำคัญ (ราย)	สัดส่วนจำนวนลูกค้าต่อพนักงาน (ราย/คน)	จำนวนการติดต่อเฉลี่ย (ครั้ง/ราย)	ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าต่อการบริการลูกค้ารายสำคัญ (สำรวจโดย PEA Call Center)
	ประจำ กฟฟ.	ประจำ กฟข.				
เหนือ	๑๑๙	๕	๘๐๑	๖.๗๓	๑๓.๓๕	๔.๓๖๙
ตะวันออกเฉียงเหนือ	๑๑๔	๑๒	๘๙๐	๗.๘๑	๕.๐๔	๔.๓๖๙
กลาง	๒๖๖	๘	๒,๐๖๐	๗.๗๔	๕.๖๒	๔.๓๑๐
ใต้	๑๓๔	๘	๙๒๒	๖.๘๘	๗.๖๓	๔.๓๒๙
รวม	๖๓๓	๓๓	๔,๖๗๓	๗.๓๘	๗.๒๓	๔.๓๓๓

๒.๔ คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริการลูกค้ารายสำคัญ ได้จัดประชุมเพื่อทบทวนและปรับปรุงกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ รวมจำนวน ๖ ครั้ง ซึ่งมีปัจจัยนำเข้าได้แก่ Fact Based จากประสิทธิผลของกระบวนการในปีที่ผ่านมา แผนแม่บทบริการลูกค้า แผนงานการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า การเปรียบเทียบกับ Good/Best Practice เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ รวมถึงการบูรณาการหลักเกณฑ์การสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

## ๓. ข้อพิจารณา

คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริการลูกค้ารายสำคัญ พิจารณาแล้ว เพื่อการเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญของ กฟผ. จึงเห็นควรพิจารณาปรับปรุงหลักเกณฑ์และคู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ดังนี้

๓.๑ ปรับปรุงแนวทางการกำหนดลูกค้าเป้าหมายการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สำหรับลูกค้ารายสำคัญตามหลักการ Key Account Selection Matrix (KASM) จากมูลค่าความเป็นลูกค้า (High Value Customer) และคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ของลูกค้า (Key Customer's Attractiveness) โดยแบ่งลูกค้ารายสำคัญเป็น ๔ ระดับ ได้แก่ ๑) Strategic ๒) Star ๓) Status และ ๔) Streamline

๓.๒ ปรับปรุงหลักเกณฑ์การกำหนดจำนวนลูกค้ารายสำคัญที่ต้องรับผิดชอบ สำหรับพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟผ. และประจำสำนักงานใหญ่ (Key Account Manager: KAMR) แต่ละคน จากการคำนวณผลรวมแบบถ่วงน้ำหนัก ไม่น้อยกว่า ๖ ราย แต่ไม่เกิน ๑๒ ราย

๓.๓ กำหนดให้มีพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญอาวุโสประจำการไฟฟ้า (Senior KAMR) เพื่อทำหน้าที่ประสานงาน สนับสนุน ให้คำปรึกษา กำกับดูแล และติดตามผลการปฏิบัติงานพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า นำเสนอ ผจก. ทุกเดือน

๓.๔ กำหนดให้มีการบริหารลูกค้ารายสำคัญสำหรับสำนักงานใหญ่ โดยให้ ผบว. เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการ

๓.๕ ปรับปรุงการกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับลูกค้ารายสำคัญ รวมถึงเป้าหมายและแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ โดยพิจารณาตามระดับของลูกค้ารายสำคัญใน ๓ ประเภท ได้แก่ การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย กิจกรรมการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

๓.๖ ปรับปรุงขั้นตอน และกรอบเวลาในผังการไหลของกระบวนการฯ เพื่อให้สอดคล้องตามแนวทางการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการฯ

ทั้งนี้ รายละเอียดการปรับปรุงแก้ไขหลักเกณฑ์และคู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ แสดงตั้งเอกสารแนบ ๙

#### ๔. ข้อเสนอ

เพื่อให้การดำเนินการบริหารลูกค้ารายสำคัญ มีกระบวนการที่สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร และมีประสิทธิผล สามารถติดตามประเมินผล รวบรวม และรายงานผลได้ในระดับองค์กร ตลอดจนมีแนวทางการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการอย่างเป็นระบบ และเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดกระบวนการให้ส่วนที่เกี่ยวข้อง จึงเห็นควรอนุมัติดำเนินการ ดังนี้

##### ๔.๑ ยกเลิกคู่มือปฏิบัติงาน และอนุมัติที่เกี่ยวข้องดังนี้

๔.๑.๑ ยกเลิกคู่มือการปฏิบัติงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ฉบับปรับปรุงปี ๒๕๕๗ ตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๗ ม.ค. ๒๕๕๗ (ข้อ ๑.๑)

๔.๑.๒ ยกเลิกอนุมัติขยายผลโครงการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๑๖ ต.ค. ๒๕๕๑ (ข้อ ๑.๑)

๔.๑.๓ ยกเลิกคู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ปี ๒๕๕๘ (ตามข้อ ๑.๔.๑) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี ๒๕๕๘ ตามอนุมัติ ผวก. ลว. ๕ ม.ค. ๒๕๕๘

๔.๒ อนุมัติคู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual) กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management: KAMT) ปี ๒๕๖๑ (เอกสารแนบ ๑๐) ทั้งนี้ ให้เริ่มปฏิบัติงานตามคู่มือดังกล่าว ภายใน ๓๐ วัน หลังจากได้รับอนุมัติจาก ผวก.

๔.๓ อนุมัติคำสั่งสนับสนุนการปฏิบัติงานสำหรับการติดต่อลูกค้ารายสำคัญแบบเหมาจ่ายของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำสำนักงานใหญ่ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำเขต และพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า คนละ ๕๐๐.- บาทต่อเดือน

##### ๔.๔ อนุมัติหลักการให้บริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ประกอบด้วย

๔.๔.๑ ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol)

๔.๔.๒ ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile)

๔.๔.๓ ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๔.๔ ตรวจสอบหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)

๔.๔.๕ สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม

๔.๔.๖ การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า)

๔.๔.๗ บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย

ทั้งนี้การกำหนดประเภทบริการ เป้าหมาย และแผนงานการให้บริการ แตกต่างกันตามระดับของลูกค้ารายสำคัญ ดังแนวทางตามคู่มือการปฏิบัติงานฯ (ข้อ ๔.๒)

๔.๕ ปรับปรุงหลักเกณฑ์การจัดสรรบุคลากรรายใหญ่ (ตามข้อ ๑.๓ และ ๑.๔.๓) โดยอนุมัติหลักการให้การสรรมนาลูกค้า ครอบคลุมการจัดศึกษาดูงาน และการดำเนินกิจกรรมนันทนาการ เช่น การเลี้ยงรับรอง และการแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ กฟภ. เป็นต้น ดังนี้

๔.๕.๑ กรณี กฟภ. ขออนุมัติให้ อช. มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ กรอบวงเงินงบประมาณให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การจัดสรรบุคลากรรายใหญ่ตามข้อ ๑.๓ และ ๑.๔.๓

๔.๕.๒ กรณีสำนักงานใหญ่ ขออนุมัติให้ รพภ.(ย) มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ในกรอบวงเงินงบประมาณไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท/ปี รวมถึงค่าสมนาคุณ/ค่าตอบแทนวิทยากรเพิ่มเติม สำหรับการสรรมนาในรูปแบบที่มีวิทยากร นอกเหนือจากวงเงินข้างต้น โดยในปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๒ ให้ขอจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมจาก กปง.

๔.๕.๓ หลักเกณฑ์การคิดค่าใช้จ่ายในการจัดสรรบุคลากรรายใหญ่ ให้อ้างอิงตามระเบียบ กฟภ. ว่าด้วยการฝึกอบรมและสรรมนา พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยค่าใช้จ่ายในส่วนลูกค้าให้แบ่งเป็น ๒ ระดับ คือ ๑) ระดับบริหาร เทียบเท่าพนักงานระดับ ๘ ขึ้นไป ๒) ระดับปฏิบัติ เทียบเท่าพนักงานระดับ ๑-๗ ทั้งนี้ เพื่อประสิทธิผลการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หากมีรายการค่าใช้จ่ายเกินกว่าที่ระเบียบกำหนด ให้เสนอผู้มีอำนาจอนุมัติตามข้อ ๔.๕.๑ และ ๔.๕.๒ พิจารณาเป็นกรณี ๆ ไป

ทั้งนี้การกำหนดประเภทกิจกรรม เป้าหมาย และแผนงานการดำเนินกิจกรรม แตกต่างกันตามระดับของลูกค้ารายสำคัญ ดังแนวทางตามคู่มือการปฏิบัติงานข้อ ๔.๒

๔.๖ ให้ รพภ.(ย) เป็นผู้มีอำนาจอนุมัติรายชื่อบริการลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ค่าสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของสำนักงานใหญ่ และ อช. เป็นผู้มีอำนาจอนุมัติรายชื่อบริการลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของหน่วยงานในสังกัด ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงอัตรากำลังที่มีอยู่ และงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร

๔.๗ ให้ ฝพบ. ร่วมกับ ฝวธ.(ภ๑-๔) และ ฝบว. กำหนดหลักสูตรฝึกอบรม และเกณฑ์การทดสอบพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ พร้อมทั้งดำเนินการจัดฝึกอบรมและทดสอบพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกปี

๔.๘ ให้ ฝพท. พัฒนาระบบสารสนเทศด้านบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ในการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ ข้อมูลพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ แผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ การบันทึกผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และการรายงานผลดำเนินการ ให้แล้วเสร็จภายในเดือน มิ.ย. ๒๕๖๑

๔.๙ ให้ ฝนศ. วิเคราะห์และสรุปรายชื่อบริการลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer) จัดส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในเดือน ต.ค. ของทุกปี

๔.๑๐ ให้ ฝวส. ประสานงาน ๑๑๒๙ PEA Call Center สืบค้นและประเมินความพึงพอใจลูกค้ารายสำคัญ และสรุปรายงานส่ง ฝบว., ฝวธ.(ภ๑-๔) และ กฟข. ภายใน ๑๕ ก.ย. ของทุกปี

๔.๑๑ ให้ กพม. จัดพิมพ์คู่มือตามข้อ ๔.๒ จำนวน ๒,๕๐๐ เล่ม (กฟข. ละ ๒๐๐ เล่ม และ ฝวธ.(ภ๑-๔), ฝบว. หน่วยงานละ ๒๐ เล่ม) จัดส่งให้ กฟข. ๑๒ เขต ฝวธ.(ภ๑-๔) และ ฝบว.

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบโปรดนำเสนอขออนุมัติ ผวก. ตามข้อเสนอที่ ๔.๑-๔.๑๑ ต่อไป



(นายวิเชียร ปัญญาวานิชกุล)

อ.ฝ.ว.บ.(ก๓)

ประธานคณะกรรมการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ  
การบริการลูกค้ารายสำคัญ



(นายวิชอบ เนียมสอน)

ผชช.๑๒(ภ๔)

คณะทำงานฯ



(นายสุวิษา เสียงประเสริฐ)

ร.ฝ.ว.ธ.(ภ๒)

คณะทำงานฯ



(นางสาวอภินันท์ พิมพ์พันธุ์)

ร.ฝ.ว.ธ.(ภ๑)

คณะทำงานฯ



(คุณธีรพันธุ์ จันทร์จินดา)

ร.ฝ.ว.ธ.(ภ๓)

คณะทำงานฯ



(นายอนรรธ สงกุล)

ร.ฝ.พท.

คณะทำงานฯ

- ตติรการ -

(นายเนเรศน์ พรหมประกอบ)

อก.บล.(น๑)

คณะทำงานฯ



(นายพิชัย ธานีวรรณ)

อก.บล.(ฉ๑)

คณะทำงานฯ



(นายสุชาติ พิพัฒน์อนุสรณ์)

รก.บล.(๓๑)

คณะทำงานฯ



(นางสาวชญชญา ชอชื่นชม)

รก.บพ.

คณะทำงานฯ



(นายมนัญญู ใจชื่อ)

ร.ฝ.ว.ธ.(ภ๔)

คณะทำงานฯ และเลขานุการ

เรียน ผวก.

เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ  
ตามเสนอต่อไป



(นายทรงศักดิ์ สุกตนิยมพร)

ชก.รป.

ผู้ช่วยเลขานุการ

อนนท์



(นายเสริมสกุล คล้ายแก้ว)

ผวก.

๒๕ มี.ค. ๒๕๖๑



(นายประกายจรณ์ วงศ์พุดมี)

ร.ผก.(ภ3)

ประธานคณะกรรมการลูกค้า



## ภาคผนวก ข

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ  
การบริหารลูกค้ารายสำคัญ



ฝ่ายวางแผนธุรกิจ ภาค 3  
วันที่ 9 สิงหาคม 2560  
เลขที่ 1616

ผู้ว่าการ  
ลงวันที่ ๑๓ มิ.ค. ๒๕๖๑  
ร.ศ. ๓ มิ.ค. ๒๕๖๑  
เวลา ๑๕.๑๓ น.

## การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

จาก รพท.(ภ3)/ประธานคณะกรรมการ

ถึง ผวก.

เลขที่ สรท.(ภ3) 178 /2560

วันที่

เรื่อง ขออนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ(Key Account Management)

เรียน ผวก.

### 1. เรื่องเดิม

ตามคำสั่ง พ.(ก) 55/2556 ลงวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2556 ได้แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ(Key Account Management) โดยมี ฝ.บ.ก.2 เป็นประธานคณะกรรมการ โดยมีหน้าที่ในการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ รวมถึงการติดตามประเมินผลความคืบหน้าอย่างเป็นระบบ นั้น

### 2. ข้อมูล

2.1. ตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 7 มกราคม 2557 ได้อนุมัติปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ(Key Account Management) และ อนุมัติให้ใช้งานคู่มือการปฏิบัติงานการบริหารลูกค้ารายสำคัญ(Key Account Management) ที่ปรับปรุงใหม่ ปี 2557

2.2 ตามคำสั่ง พ.(ก) 15/2557 ลงวันที่ 26 กันยายน 2557 เรื่อง โครงสร้างการบริหารงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างหน่วยงาน ตั้งแต่ 1 ม.ค. 2558 ทำให้คณะกรรมการฯ มีการโยกย้ายเปลี่ยนแปลงตำแหน่ง หน้าที่รับผิดชอบ

2.3 ตามแผนยุทธศาสตร์ กฟภ. ปี 2557-2566 ยุทธศาสตร์ที่ 9 มุ่งเน้นการบริการลูกค้าที่เป็นเลิศและครบวงจร กลยุทธ์ที่ 10 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน(CR2) ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการที่สำคัญในส่วนของพัฒนาระบบการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า คือ การปรับปรุงระบบ Key Account และระบบสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพ โดยมีการนำกระบวนการในการดูแลลูกค้ารายสำคัญ การกำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน การทบทวนและสื่อสารคู่มือให้แก่พนักงานองค์กร รวมถึงติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

2.4 ตามแผนแม่บทบริการลูกค้า (พ.ศ. 2560-2564) แผนงานที่ 8 งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วย Key Account Management ได้กำหนดให้ คณะทำงาน KAM ร่วมกับ ฝวธ.(ภ1-4),ฝพท. ประเมินผลโครงการ KAM ที่ผ่านมาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 1 ของทุกปี

### 3. ข้อพิจารณา

เพื่อให้ การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ กฟภ. ปี 2557-2566 ยุทธศาสตร์ที่ 9 มุ่งเน้นการบริการลูกค้าที่เป็นเลิศและครบวงจร กลยุทธ์ที่ 10 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน(CR 2) และ ตามแผนแม่บทบริการลูกค้า (พ.ศ. 2560-2564) แผนงานที่ 8 งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วย Key Account Management เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด จึงเห็นควรขออนุมัติดำเนินการ

3.1 ยกเลิกคำสั่ง พ.(ก) 55/2556 ลงวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2556 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ(Key Account Management)

3.2 แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ(Key Account Management) โดยมีองค์ประกอบและหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

3.2.1 องค์ประกอบ ประกอบด้วย

1) นายวิเชียร	ปัญญาวานิชกุล	อ.ฝ.ว.บ.ก.3	ประธานคณะกรรมการ
2) นายสุวิชา	เสียงประเสริฐ	ร.ฝ.ว.ธ.(ภ2)	คณะกรรมการ
3) นายธีรพันธุ์	จันทร์จินดา	ร.ฝ.ว.ธ.(ภ3)	คณะกรรมการ
4) นายวิชอบ	เนียมสอน	ร.ฝ.ว.ธ.(ภ4)	คณะกรรมการ
5) นายอนรรธ	สงขกุล	อก.พล	คณะกรรมการ
6) นางสาวอภินันท์	พิมพ์พันธุ์	อก.บว.(ภ1)	คณะกรรมการ
7) นายนเรศน์	พรหมประกอบ	อก.บล.(น.1)	คณะกรรมการ
8) นายพิชัย	ธานีวรรณ	อก.บล.(ฉ.1)	คณะกรรมการ
9) นายสุชาติ	พิพัฒน์อนุสรณ์	ร.ก.บล.(ต.1)	คณะกรรมการ
10) น.ส.ขวัญชิตา	ชอบชื่นชม	ร.ก.บท	คณะกรรมการ
11) นายมณูญ	ใจชื่อ	อก.บล.(ก3)	คณะกรรมการและเลขานุการ
12) นายทรงศักดิ์	สกุลนิยมพร	ท.ผ.ล.ส.(ก.3)	ผู้ช่วยเลขานุการ

3.2.2 อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) ศึกษา วิเคราะห์ ทหาความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้ารายสำคัญ และกำหนดแผนงาน กิจกรรม ในการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์องค์กร
- 2) ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ(Key Account Management)
- 3) ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) ของ กฟผ.
- 4) ให้ ประธานคณะกรรมการฯ สามารถเชิญผู้แทนที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมหารือได้ตามความเหมาะสม

4. ข้อเสนอ

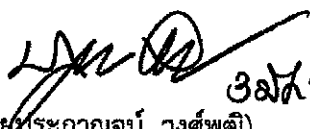
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา อนุมัติ ตามข้อ 3.1-3.2 และลงนามในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการฯ ต่อไป

อนุมัติ-ลงนามแล้ว



(นายเสริมสกุล ต้ายแก้ว)  
ผ.ก.

๒ มี.ค. ๒๕๖๐



3 มี.ค. ๒๕๖๐  
(นายประภาญจน์ วงศ์พุฒิ)  
ร.ผ.ก.(ภ3)

ประธานคณะกรรมการด้านบริการลูกค้า



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค  
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

## คำสั่งการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

ที่ พ.ก) 63 /2560

เรื่อง คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ายสำคัญ(Key Account Management)

เพื่อให้ การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ กฟภ. ปี 2557-2566 ยุทธศาสตร์ที่ 9 มุ่งเน้นการบริการลูกค้าที่เป็นเลิศและครบวงจร กลยุทธ์ที่ 10 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน(CR 2) และ ตามแผนแม่บทบริการลูกค้า (พ.ศ. 2560-2564) แผนงานที่ 8 งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วย Key Account Management เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด จึงเห็นควรแต่งตั้งคณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ายสำคัญ(Key Account Management) โดยมีองค์ประกอบและหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. องค์ประกอบ ประกอบด้วย

1) นายวิเชียร	ปัญญาวาณิชกุล	อ.ฝ.ว.บ.ก.3	ประธานคณะทำงาน
2) นายสุวิชา	เสียงประเสริฐ	ร.ฝ.ว.ธ.(ภ2)	คณะทำงาน
3) นายธีรพันธ์	จันทร์จินดา	ร.ฝ.ว.ธ.(ภ3)	คณะทำงาน
4) นายวิชอบ	นิยมสอน	ร.ฝ.ว.ธ.(ภ4)	คณะทำงาน
5) นายอนวรรธ	สงขกุล	อก.พล	คณะทำงาน
6) นางสาวอภิพันธ์	พิมพ์พันธ์	อก.บว.(ภ1)	คณะทำงาน
7) นายนเรศน์	พรหมประกอบ	อก.บล.(น.1)	คณะทำงาน
8) นายพิชัย	ธานีวรรณ	อก.บล.(ฉ.1)	คณะทำงาน
9) นายสุชาติ	พิพัฒน์อนุสรณ์	รก.บล.(ต.1)	คณะทำงาน
10) นางสาวชนัญชิตา	ชอบชื่นชม	รก.บท	คณะทำงาน
11) นายมณูญ	ใจชื่อ	อก.บล.(ภ3)	คณะทำงานและเลขานุการ
12) นายทรงศักดิ์	สกุลนิยมพร	ทพ.ลส.(ภ.3)	ผู้ช่วยเลขานุการ

2. อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) ศึกษา วิเคราะห์ หาความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้ารายสำคัญ และ กำหนดแผนงาน กิจกรรม ในการบริหารลูกค้ายสำคัญ ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์องค์กร
- 2) ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการบริหารลูกค้ายสำคัญ(Key Account Management)
- 3) ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน กระบวนการบริหารลูกค้ายสำคัญ (Key Account Management) ของ กฟภ.
- 4) ให้ ประธานคณะทำงานฯ สามารถเชิญผู้แทนที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมหารือได้ตามความเหมาะสม

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2560

(นายเสริมสกุล คล้ายแก้ว)

ผู้ว่าการ

## ภาคผนวก ก

### รายละเอียดแบบฟอร์ม

CRM-KAM-001	ข้อมูลลูกค้าและพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ
CRM-KAM-001/1	สรุป
CRM-KAM-001/2	สำหรับ Strategic, Star, Status
CRM-KAM-001/3	สำหรับ Streamline
CRM-KAM-002	แผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
CRM-KAM-002/1	สรุป
CRM-KAM-002/2	สำหรับ Strategic, Star, Status
CRM-KAM-002/3	สำหรับ Streamline
CRM-KAM-003	การติดตามเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน
CRM-KAM-004	รายงานสรุปผลการดำเนินงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ
CRM-KAM-004/1	สรุป
CRM-KAM-004/2	สำหรับ Strategic, Star, Status
CRM-KAM-004/3	สำหรับ Streamline
CRM-KAM-005	การประเมินความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ
VOC-60-001	รายงานสรุปสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า

ข้อมูลลูกค้าและพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี .....  
 หน่วยงาน .....(กฟฟ./กฟข./สำนักงานใหญ่)..... รหัสหน่วยงาน .....

ที่	พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR)							จำนวนลูกค้ารายสำคัญ (ราย)					หมายเหตุ	
	รหัสพนักงาน	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	สังกัด			ตำแหน่ง KAMR	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม (ราย)		รวมแบบ ถ่วงน้ำหนัก
				แผนก/กอง	กฟฟ./กฟข./สนญ.	รหัสหน่วยงาน		(1.0)	(0.8)	(0.6)	(0.0)			
รวมทั้งหมด						Senior KAMR ประจำปี กฟฟ.								
						KAMR ประจำปี กฟฟ.								
						KAMR ประจำปี กฟข.								
						KAMR ประจำปี สนญ.								
						พนักงานดูแลลูกค้าประจำปี ผวต./ผบด.								

ข้อมูลลูกค้าและพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี .....

หน่วยงาน .....(กฟฟ./กฟข./สำนักงานใหญ่)..... รหัสหน่วยงาน .....

ที่ (1)	ข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ	เกณฑ์พิจารณาคณะเชิงกลยุทธ์ของลูกค้า		ระดับลูกค้า รายสำคัญ (25)	ข้อมูลพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR)
	หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA) (2)	กลุ่มหลัก/กลุ่มรอง	กลุ่มรอง (เพิ่มเติม)		รหัสพนักงาน (26)
	ชื่อกิจการ (3)	ก.ระดับแรงดัน (12) kV	ก. ตอบสนองต่อภาพลักษณ์ (19)		ชื่อ-สกุล (27)
	ชื่อ-สกุล (ผู้ติดต่อ) (4)	ข.ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือน (13) บาท/เดือน	ข. มูลค่าความเสียหายสูง (20)		ตำแหน่ง (28)
	ตำแหน่ง (ผู้ติดต่อ) (5)	ค.เสียง SPP (14)	ค. ลูกค้ารายสำคัญรายเดิม (21)		สังกัด (แผนก/กอง) (29)
	โทรศัพท์ (สำนักงาน) (6)	ง.เสียงผลิตไฟใช้เอง (15)	ง. อื่นๆ (ระบุเหตุผล) (22)		โทรศัพท์ (สำนักงาน) (30)
	โทรศัพท์ (มือถือ) (7)	จ.ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง/เสริม (16)	รายละเอียดเพิ่มเติม ข้อ (14) - ข้อ (22)   (23)		โทรศัพท์ (มือถือ) (31)
	Email (8)	ฉ.ยุทธศาสตร์ประเทศ (17)			Email (32)
	อื่นๆ เช่น Line ID (9)	ช.เครือข่ายทั่วประเทศ (18)			อื่นๆ เช่น Line ID (33)
	กลุ่มลูกค้า (10)	สรุปคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ (24)			ตำแหน่ง KAMR (34)
	High Value (11)	หมายเหตุ (35)			
	หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA) (2)	กลุ่มหลัก/กลุ่มรอง	กลุ่มรอง (เพิ่มเติม)		รหัสพนักงาน (26)
	ชื่อกิจการ (3)	ก.ระดับแรงดัน (12) kV	ก. ตอบสนองต่อภาพลักษณ์ (19)		ชื่อ-สกุล (27)
	ชื่อ-สกุล (ผู้ติดต่อ) (4)	ข.ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือน (13) บาท/เดือน	ข. มูลค่าความเสียหายสูง (20)		ตำแหน่ง (28)
	ตำแหน่ง (ผู้ติดต่อ) (5)	ค.เสียง SPP (14)	ค. ลูกค้ารายสำคัญรายเดิม (21)		สังกัด (แผนก/กอง) (29)
	โทรศัพท์ (สำนักงาน) (6)	ง.เสียงผลิตไฟใช้เอง (15)	ง. อื่นๆ (ระบุเหตุผล) (22)		โทรศัพท์ (สำนักงาน) (30)
	โทรศัพท์ (มือถือ) (7)	จ.ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง/เสริม (16)	รายละเอียดเพิ่มเติม ข้อ (14) - ข้อ (22)   (23)		โทรศัพท์ (มือถือ) (31)
	Email (8)	ฉ.ยุทธศาสตร์ประเทศ (17)			Email (32)
	อื่นๆ เช่น Line ID (9)	ช.เครือข่ายทั่วประเทศ (18)			อื่นๆ เช่น Line ID (33)
	กลุ่มลูกค้า (10)	สรุปคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ (24)			ตำแหน่ง KAMR (34)
	High Value (11)	หมายเหตุ (35)			
	หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA) (2)	กลุ่มหลัก/กลุ่มรอง	กลุ่มรอง (เพิ่มเติม)		รหัสพนักงาน (26)
	ชื่อกิจการ (3)	ก.ระดับแรงดัน (12) kV	ก. ตอบสนองต่อภาพลักษณ์ (19)		ชื่อ-สกุล (27)
	ชื่อ-สกุล (ผู้ติดต่อ) (4)	ข.ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือน (13) บาท/เดือน	ข. มูลค่าความเสียหายสูง (20)		ตำแหน่ง (28)
	ตำแหน่ง (ผู้ติดต่อ) (5)	ค.เสียง SPP (14)	ค. ลูกค้ารายสำคัญรายเดิม (21)		สังกัด (แผนก/กอง) (29)
	โทรศัพท์ (สำนักงาน) (6)	ง.เสียงผลิตไฟใช้เอง (15)	ง. อื่นๆ (ระบุเหตุผล) (22)		โทรศัพท์ (สำนักงาน) (30)
	โทรศัพท์ (มือถือ) (7)	จ.ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง/เสริม (16)	รายละเอียดเพิ่มเติม ข้อ (14) - ข้อ (22)   (23)		โทรศัพท์ (มือถือ) (31)
	Email (8)	ฉ.ยุทธศาสตร์ประเทศ (17)			Email (32)
	อื่นๆ เช่น Line ID (9)	ช.เครือข่ายทั่วประเทศ (18)			อื่นๆ เช่น Line ID (33)
	กลุ่มลูกค้า (10)	สรุปคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ (24)			ตำแหน่ง KAMR (34)
	High Value (11)	หมายเหตุ (35)			

**หมายเหตุ** (10) กลุ่มลูกค้า - ระบุกลุ่ม **อุตสาหกรรม, พาณิชย์, บ้านอยู่อาศัย, อื่นๆ**  
 (11) High Value - ระบุกลุ่ม H, M, L, หรือ **NA** กรณีไม่เป็น High Value  
 (12) ระดับแรงดัน - ระบุระดับแรงดันที่ลูกค้าซื้อไฟฟ้า **22, 33, 69, 115, 230 kV**

(13) ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือน - ค่าไฟเฉลี่ยรอบ 1 ปีที่ผ่านมา  
 (14) - (22) ระบุ **Y** กรณีสอดคล้องเงื่อนไข / ระบุ **N** กรณีไม่สอดคล้องเงื่อนไข  
 (23) ให้รายละเอียดเพิ่มเติม กรณีข้อ (14) - (22) สอดคล้อง

(24) สรุปคุณลักษณะของลูกค้า **หลัก / รอง** ตามเงื่อนไขที่กำหนด  
 (34) ตำแหน่ง KAMR - ระบุ **Senior, ฎพฟ., ฎพข., สมญ., ผวช.,** หรือ **ผมค.**





## แผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี .....

หน่วยงาน .....(กฟฟ./กฟข./สำนักงานใหญ่)..... รหัสหน่วยงาน .....

กิจกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	ไตรมาส 1					ไตรมาส 2					ไตรมาส 3					ไตรมาส 4					รวม					
	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	
การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS) (ครั้ง)																										
FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol)				NA					NA					NA					NA						NA	
FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile)				NA					NA					NA					NA						NA	
FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ				NA					NA					NA					NA						NA	
FMS4 ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)				NA					NA					NA					NA						NA	
FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม				NA					NA					NA					NA						NA	
FMS6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า)			NA	NA				NA	NA				NA	NA				NA	NA				NA	NA		
FMS7 บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย		NA	NA	NA			NA	NA	NA			NA	NA	NA			NA	NA	NA			NA	NA	NA		
รวมจำนวนบริการทั้งหมด (ครั้ง)																										
รวมจำนวนลูกค้าที่ได้รับการครบตามแผน (ราย)																										
กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA) (ครั้ง)																										
RBA1 การเยี่ยมเยือนลูกค้า																										
RBA2 สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน																										
RBA3 มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ				NA					NA					NA					NA					NA		
RBA4 กิจกรรมนันทนาการ			NA	NA				NA	NA				NA	NA				NA	NA				NA	NA		
รวมจำนวนกิจกรรมทั้งหมด (ครั้ง)																										
รวมจำนวนลูกค้าที่ดำเนินกิจกรรมครบตามแผน (ราย)																										
การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication: COM) (ครั้ง)																										
COM1.1 การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายบุคคล)				NA					NA					NA					NA						NA	
COM2 การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบต่อลูกค้า				NA					NA					NA					NA						NA	
รวมจำนวนการติดต่อลูกค้าทั้งหมด (ครั้ง)																										
รวมจำนวนลูกค้าที่ติดต่อ (ไม่นับซ้ำลูกค้ารายเดิมในไตรมาสเดียวกัน) (ราย)																										
COM1.2 การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายกลุ่ม)	จำนวนการติดต่อ (ครั้ง)	NA	NA	NA		NA	NA	NA		NA	NA	NA		NA	NA	NA		NA	NA	NA		NA	NA	NA		
	จำนวนกลุ่มที่ติดต่อ (กลุ่ม)	NA	NA	NA		NA	NA	NA		NA	NA	NA		NA	NA	NA		NA	NA	NA		NA	NA	NA		

## หมายเหตุ

## ระดับลูกค้า

Strategic

Star

Status

Streamline

## การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

FMS1-7 จำนวน 4 บริการขึ้นไป/ราย/ปี

FMS1-6 จำนวน 3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี

FMS1-5 จำนวน 3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี

-

## กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

RBA1-4 จำนวน 3 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี

RBA1-4 จำนวน 2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี

RBA1-3 จำนวน 2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี

RBA1-2 จำนวน 1 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี

## การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส

1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส

1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส

1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน

## แผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี .....

หน่วยงาน .....(กฟฟ./กฟช./สำนักงานใหญ่)..... รหัสหน่วยงาน .....

ที่	ข้อมูลลูกค้าและพนักงานบริหารรายสำคัญ	การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS)		การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA) / การติดต่อสื่อสาร (COM)		หมายเหตุ
		ประเภทบริการ	แผนการให้บริการ (วัน/เดือน/ปี)	ประเภทกิจกรรม	แผนการให้บริการ (วัน/เดือน/ปี)	
	ข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA) ชื่อกิจการ ระดับลูกค้ารายสำคัญ	FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol) FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ FMS4 ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)		RBA1 การเยี่ยมเยือนลูกค้า RBA2 สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน RBA3 มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ RBA4 กิจกรรมนันทนาการ		
	ข้อมูลพนักงานบริหารรายสำคัญ รหัสพนักงาน ชื่อ-สกุล สังกัด (แผนก/กอง)	FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม FMS6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า) FMS7 บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย		สรุปจำนวนกิจกรรม (ครั้ง) สรุปจำนวนการติดต่อ (ครั้ง/ปี) สรุปจำนวนการติดต่อ (ครั้ง/ปี)		
	ข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA) ชื่อกิจการ ระดับลูกค้ารายสำคัญ	FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol) FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ FMS4 ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)		RBA1 การเยี่ยมเยือนลูกค้า RBA2 สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน RBA3 มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ RBA4 กิจกรรมนันทนาการ		
	ข้อมูลพนักงานบริหารรายสำคัญ รหัสพนักงาน ชื่อ-สกุล สังกัด (แผนก/กอง)	FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม FMS6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า) FMS7 บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย		สรุปจำนวนกิจกรรม (ครั้ง) สรุปจำนวนการติดต่อ (ครั้ง/ปี) สรุปจำนวนการติดต่อ (ครั้ง/ปี)		
	ข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA) ชื่อกิจการ ระดับลูกค้ารายสำคัญ	FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol) FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ FMS4 ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)		RBA1 การเยี่ยมเยือนลูกค้า RBA2 สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน RBA3 มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ RBA4 กิจกรรมนันทนาการ		
	ข้อมูลพนักงานบริหารรายสำคัญ รหัสพนักงาน ชื่อ-สกุล สังกัด (แผนก/กอง)	FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม FMS6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า) FMS7 บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย		สรุปจำนวนกิจกรรม (ครั้ง) สรุปจำนวนการติดต่อ (ครั้ง/ปี) สรุปจำนวนการติดต่อ (ครั้ง/ปี)		

หมายเหตุ	ระดับลูกค้า	การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
	Strategic	FMS1-7 จำนวน 4 บริการขึ้นไป/ราย/ปี	RBA1-4 จำนวน 3 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี	1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส
	Star	FMS1-6 จำนวน 3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี	RBA1-4 จำนวน 2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี	1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส
	Status	FMS1-5 จำนวน 3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี	RBA1-3 จำนวน 2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี	1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส
	Streamline	-	RBA1-2 จำนวน 1 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี	1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน





## การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

จาก พนักงาน Key Account Manager

ถึง ผจก. กฟฟ./อก.

เลขที่

วันที่

เรื่อง การติดตามผลการตอบสนองลูกค้ารายสำคัญ

เรียน ผจก.กฟฟ./อก.....

ขอรายงานประเด็นเสียงของลูกค้ารายสำคัญ ที่ต้องการให้ กฟผ. ดำเนินการตอบสนอง หรือปรับปรุงแก้ไข มีรายละเอียดดังนี้

### ๑. ข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ

หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA)

ชื่อกิจการ

ชื่อ-สกุล (ผู้ติดต่อ)

ตำแหน่ง (ผู้ติดต่อ)

โทรศัพท์ (สำนักงาน/มือถือ)

หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA)	
ชื่อกิจการ	
ชื่อ-สกุล (ผู้ติดต่อ)	
ตำแหน่ง (ผู้ติดต่อ)	
โทรศัพท์ (สำนักงาน/มือถือ)	

### ๒. รายละเอียดการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และข้อเสนอแนะ

วันที่รับข้อมูล

ช่องทางการรับข้อมูล

ประเภทเสียง

รายละเอียด

ข้อเสนอแนะของ Key

Account Manager

วันที่รับข้อมูล	
ช่องทางการรับข้อมูล	(เยี่ยมเยียน/โทรศัพท์/โทรสาร/อีเมลล์/อื่นๆ เช่น ไลน์)
ประเภทเสียง	(ความต้องการ/ความคาดหวัง/ข้อร้องเรียน/ร้องขอ/ข้อเสนอแนะ/แจ้งเหตุ)
รายละเอียด	
ข้อเสนอแนะของ Key Account Manager	

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาแจ้งส่วนที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป

(ลงชื่อ)

(.....)

ตำแหน่ง.....

เรียน รจก./ชจก./รจก./ชก....., ทผ.....

เพื่อทราบ และ มอบหมายให้แผนก.....ดำเนินการ

แล้วแจ้งพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญทราบด้วย

(ลงชื่อ)

(.....)

ผจก.กฟฟ./อก.....

ส่วนที่ ๒

เรียน ผจก.กฟฟ./อก.....

แผนก.....ได้ตรวจสอบรายละเอียดแล้วสรุปได้ดังนี้

1. ประเด็นปัญหาและสาเหตุ

.....  
.....  
.....

2. แนวทางการแก้ไขปัญหาและป้องกันการเกิดซ้ำ

.....  
.....  
.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ

(ลงชื่อ)

( ..... )

ตำแหน่ง.....

**อนุมัติตามเสนอ**

เรียน Key Account Manager

เพื่อโปรดทราบ และประสานงานแจ้งลูกค้าต่อไป

(ลงชื่อ)

( ..... )

ผจก.กฟฟ./อก.....

(ลงชื่อ)

( ..... )

ตำแหน่ง.....

เรียน ทผ.....

เพื่อโปรดดำเนินการตามแผนการแก้ไข และป้องกัน พร้อมรายงานผลให้ทราบด้วย

(ลงชื่อ)

( ..... )

ตำแหน่ง.....

ส่วนที่ 3

เรียน ผจก.กฟฟ./อก.....

แผนก.....ขอรายงาน ผลการติดตามการดำเนินงานตามแผนการแก้ไขและป้องกัน

.....  
.....

(ลงชื่อ)

( ..... )

ตำแหน่ง.....

รายงานสรุปผลการดำเนินงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (หน่วยงาน) ประจำ (เดือน/ไตรมาส)..... ปี .....  
 หน่วยงาน .....(กฟฟ./กฟข./สำนักงานใหญ่)..... รหัสหน่วยงาน .....

กิจกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	ประจำ (เดือน/ไตรมาส).....										สะสม (เดือน/ไตรมาส)..... - (เดือน/ไตรมาส).....												
	แผนการให้บริการ					ผลการให้บริการ					แผนการให้บริการ					ผลการให้บริการ							
	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	Strategic	Star	Status	Streamline	รวม			
การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS) (ครั้ง)																							
FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol)				NA					NA					NA					NA				
FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile)				NA					NA					NA					NA				
FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ				NA					NA					NA					NA				
FMS4 ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)				NA					NA					NA					NA				
FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม				NA					NA					NA					NA				
FMS6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า)			NA	NA				NA	NA				NA	NA				NA	NA				
FMS7 บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย		NA	NA	NA				NA	NA				NA	NA				NA	NA				
รวมจำนวนบริการทั้งหมด (ครั้ง)																							
รวมจำนวนลูกค้าที่ให้บริการครบตามแผน (ราย)																							
กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA) (ครั้ง)																							
RBA1 การเยี่ยมเยือนลูกค้า																							
RBA2 สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน																							
RBA3 มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ				NA					NA					NA					NA				
RBA4 กิจกรรมนันทนาการ			NA	NA				NA	NA				NA	NA				NA	NA				
รวมจำนวนกิจกรรมทั้งหมด (ครั้ง)																							
รวมจำนวนลูกค้าที่ดำเนินกิจกรรมครบตามแผน (ราย)																							
การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication: COM) (ครั้ง)																							
COM1.1 การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายบุคคล)				NA					NA					NA					NA				
COM2 การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบต่อลูกค้า				NA					NA					NA					NA				
รวมจำนวนการติดต่อลูกค้าทั้งหมด (ครั้ง)																							
รวมจำนวนลูกค้าที่ติดต่อ (ไม่นับซ้ำลูกค้ารายเดิมในไตรมาสเดียวกัน) (ราย)																							
COM1.2 การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายกลุ่ม) จำนวนการติดต่อ (ครั้ง)	NA	NA	NA			NA	NA	NA			NA	NA	NA			NA	NA	NA					
จำนวนกลุ่มที่ติดต่อ (กลุ่ม)	NA	NA	NA			NA	NA	NA			NA	NA	NA			NA	NA	NA					

## หมายเหตุ

## ระดับลูกค้า

การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย  
 Strategic FMS1-7 จำนวน 4 บริการขึ้นไป/ราย/ปี  
 Star FMS1-6 จำนวน 3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี  
 Status FMS1-5 จำนวน 3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี  
 Streamline -

## กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

RBA1-4 จำนวน 3 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี  
 RBA1-4 จำนวน 2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี  
 RBA1-3 จำนวน 2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี  
 RBA1-2 จำนวน 1 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี

## การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส  
 1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส  
 1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส  
 1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน

รายงานสรุปผลการดำเนินงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (บุคคล) ประจำ (เดือน/ไตรมาส)..... ปี .....  
 หน่วยงาน .....(กฟฟ./กฟข./สำนักงานใหญ่)..... รหัสหน่วยงาน .....

รหัสพนักงาน		หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (CA)	
ชื่อ-สกุล		ชื่อกิจการ	
สังกัด (แผนก/กอง)		ระดับลูกค้ารายสำคัญ	

กิจกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	แผนการให้บริการ (วัน/เดือน/ปี)	ผลการให้บริการ (วัน/เดือน/ปี)	รายละเอียดข้อมูล	สถานะดำเนินการ
<b>การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS)</b>				
FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol)				
FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile)				
FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ				
FMS4 ตรวจสอบหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)				
FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม				
FMS6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า)				
FMS7 บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย				
<b>กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA)</b>				
RBA1 การเยี่ยมเยือนลูกค้า				
RBA2 สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และศึกษาดูงาน				
RBA3 มอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ				
RBA4 กิจกรรมนันทนาการ				

กิจกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	ประจำ (เดือน/ไตรมาส).....		สะสม (เดือน/ไตรมาส)..... - (เดือน/ไตรมาส).....	
	แผนการการติดต่อกับลูกค้า	ผลการการติดต่อกับลูกค้า	แผนการการติดต่อกับลูกค้า	ผลการการติดต่อกับลูกค้า
<b>การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication: COM)</b>				
COM1.1 การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (แบบรายบุคคล)	(ครั้ง)	(ครั้ง)	(ครั้ง)	(ครั้ง)
COM2 การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบต่อตรงกับลูกค้า	(วัน/เดือน/ปี)	(วัน/เดือน/ปี)	(ครั้ง)	(ครั้ง)

หมายเหตุ	ระดับลูกค้า	การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
	Strategic	FMS1-7 จำนวน 4 บริการขึ้นไป/ราย/ปี	RBA1-4 จำนวน 3 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี	1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส
	Star	FMS1-6 จำนวน 3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี	RBA1-4 จำนวน 2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี	1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส
	Status	FMS1-5 จำนวน 3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี	RBA1-3 จำนวน 2 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี	1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส
	Streamline	-	RBA1-2 จำนวน 1 กิจกรรมขึ้นไป/ราย/ปี	1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน









รายงานสรุปผลข้อมูลสารสนเทศ  
ไตรมาส..... ปี .....

หน่วยงาน .....

กฎระเบียบช่องทางการรับฟังเสียง (แบบฟอร์ม 1 ชุด สำหรับการรับฟังเสียง 1 ช่องทาง)	
<input type="checkbox"/> การรับฟังเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์ (Voice based) <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> 1129 PEA Call Center</li> <li><input type="radio"/> โทรศัพท์สำนักงาน</li> </ul>	<input type="checkbox"/> การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์ (Interaction based) <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> ติดต่อโดยตรงที่สำนักงาน</li> <li><input type="radio"/> การสานเสวนา</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> การเยี่ยมเยือนลูกค้า</li> <li><input type="checkbox"/> การบริหารลูกค้ารายสำคัญ</li> <li><input type="checkbox"/> การสัมมนาลูกค้ารายใหญ่</li> <li><input type="checkbox"/> อื่นๆ .....</li> </ul> </li> </ul>
<input type="checkbox"/> การรับข้อมูลทางเอกสาร (Document based) <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> เอกสาร,จดหมาย,โทรสาร</li> <li><input type="radio"/> ผู้บริหาร/ผู้กำกับดูแล</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> การรับฟังลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media and Social Network based) <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, IG, YouTube เป็นต้น</li> <li><input type="radio"/> สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ เป็นต้น</li> <li><input type="radio"/> Website PEA /email</li> <li><input type="radio"/> Mobile App</li> <li><input type="radio"/> Website หน่วยงานอื่น เช่น Web Portal สปน. (www.1111.go.th)</li> </ul>	<input type="checkbox"/> การสำรวจข้อมูลลูกค้า (Survey based) <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> การสำรวจข้อมูลลูกค้าธุรกิจจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า</li> <li><input type="radio"/> การสำรวจข้อมูลลูกค้าธุรกิจเสริม</li> <li><input type="radio"/> โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจภายหลังการใช้บริการ 15 วัน</li> </ul>

กลุ่มลูกค้า	ความต้องการ					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						

กลุ่มลูกค้า	ความคาดหวัง					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						
กลุ่มลูกค้า	ประเด็นที่ไม่พึงพอใจ/ข้อร้องเรียน					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						
กลุ่มลูกค้า	ข้อร้องขอ					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						

กลุ่มลูกค้า	ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						
กลุ่มลูกค้า	ข้อเสนอแนะ					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						

## ภาคผนวก ง

### ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

### ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	ปี พ.ศ. (ที่ปรับปรุง)	หน่วยงาน (ที่ปรับปรุง)
1	2555	สรก.(จ2)
2	2557	คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารลูกค้ารายสำคัญ (อฝ.บก.(ก2) ประธานคณะทำงานฯ)
3	2558	คณะทำงานเพิ่มประสิทธิภาพการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า (อฝ.วธ.(จ3) ประธานคณะทำงานฯ)
4	2561	คณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารลูกค้ารายสำคัญ (อฝ.วบ.(ก3) ประธานคณะทำงานฯ)

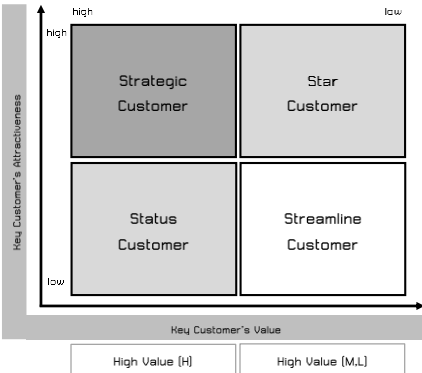
รายละเอียดการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ  
(ครั้งที่ 4)

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 1 ข้อที่ 2 ขอบเขต	ไม่มี	...ครอบคลุมลูกค้ารายสำคัญทั้งในระดับพื้นที่และสำนักงานใหญ่...
	...พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นผู้ดูแลลูกค้าและรับผิดชอบการติดต่อสื่อสารทุกกิจกรรมระหว่าง PEA กับลูกค้า...	...พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นผู้ดูแลลูกค้า รับผิดชอบการรับฟังเสียงลูกค้า ประสานงานการให้บริการ การให้สิทธิประโยชน์สำหรับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตอบสนองต่อความต้องการและทำให้เหนือความคาดหวัง ตลอดจนเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารระหว่าง กฟภ. กับลูกค้า...
หน้าที่ 4-11 ข้อที่ 4 หน้าที่ รับผิดชอบ	กำหนดหน้าที่รับผิดชอบตามโครงสร้างคณะกรรมการ คณะทำงานหน่วยงาน และพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ดังนี้ 1) คณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ของการไฟฟ้าเขต 2) คณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำการไฟฟ้าเขต 3) คณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำการไฟฟ้า 4) พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำการไฟฟ้าเขต 5) พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำการไฟฟ้า	กำหนดหน้าที่รับผิดชอบตามโครงสร้างหน่วยงาน และพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ดังนี้ 1) รองผู้ว่าการการไฟฟ้าภาค 1-4 2) รองผู้ว่าการยุทธศาสตร์ 3) ผู้อำนวยการไฟฟ้าเขต (อข.) 4) ผู้อำนวยการฝ่ายวิศวกรรมและบริการ (อฝ.วบ.) 5) ผู้อำนวยการฝ่ายบริการวิศวกรรม (อฝ.บว.) 6) ผู้อำนวยการกองบริการลูกค้า (อก.บล.) 7) ผู้อำนวยการกองพัฒนาบุคลากร (อก.พค.)



หน้าที่... / ชื่อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	6) กพล.ฟพท.	8) ผู้อำนวยการกองพัฒนาระบบสารสนเทศด้านบริการลูกค้า (อก.พล.) 9) ผู้อำนวยการกองบริการสารสนเทศและสื่อสาร (อก.บท.) 10) ผู้จัดการการไฟฟ้าชั้น 1-3 (ผจก.) 11) พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) ประจำสำนักงานใหญ่ 12) พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) ประจำเขต 13) พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญอาวุโส (Senior KAMR) ประจำการไฟฟ้า 14) พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) ประจำการไฟฟ้า 15) หัวหน้าแผนกวิศวกรรมและการตลาด (หรือหัวหน้าแผนกบริการลูกค้า)
	...ในการพิจารณาหลักเกณฑ์คัดเลือกการไฟฟ้าที่จะดำเนินการการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ลูกค้ารายสำคัญ และพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ให้ผู้อำนวยการการไฟฟ้าเขต เป็นผู้มีอำนาจพิจารณาอนุมัติ...	4.2.4 รองผู้อำนวยการยุทธศาสตร์ รพค.(ย) มีหน้าที่รับผิดชอบพิจารณาอนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ค่าสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของสำนักงานใหญ่ 4.3.1 ผู้อำนวยการไฟฟ้าเขต (อข.) มีหน้าที่รับผิดชอบพิจารณาอนุมัติรายชื่อ

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		<p>ลูกค้ายรายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ค่าสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของหน่วยงานในสังกัด</p>
<p>หน้าที่ 12-13 ข้อที่ 5 ผัง การไหลของ กระบวนการ (Work Flow Chart)</p>	<p>2.1 วิธีการให้บริการลูกค้ารายสำคัญ (Work Flow Chart)</p> <p>2.1 วิธีการให้บริการลูกค้ารายสำคัญ (Work Flow Chart) (แก้ไข)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มเติมนำสรุปผลประจำปีส่งไปยังกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน</li> <li>- เพิ่มขั้นตอนการประเมินทบทวนกระบวนการฯ โดยคณะทำงานปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ</li> </ul>

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 14 ข้อที่ 6.1 จัดทำ แผนการ บริหารลูกค้า รายสำคัญ	ไม่มี	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล., ฟบว.) จัดทำแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี ให้แล้วเสร็จภายในเดือนพฤศจิกายน ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน โดยการพิจารณาจากแผนยุทธศาสตร์ แผนดำเนินการ กฟก. นโยบายผู้บริหาร แผนแม่บทบริการลูกค้า ลูกค้าเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว และสอดคล้องตามหลักเกณฑ์
หน้าที่ 14-16 ข้อที่ 6.1.1 ทบทวนและ คัดเลือก ลูกค้าราย สำคัญ (Key Account)	การพิจารณาคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ต้องเข้าหลักเกณฑ์อย่างน้อยข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้ 1) ลูกค้าที่ใช้ระดับแรงดันไฟฟ้า ตั้งแต่ 69 kV ขึ้นไป ทุกราย 2) ลูกค้ารายสำคัญของ PEA ที่มีอยู่เดิม 3) ลูกค้ากลุ่มมูลค่าสูง (High Value) ตามหลักเกณฑ์ของ กศฟ. โดยให้พิจารณาคัดเลือก ลูกค้าประเภท High เป็นลำดับแรก ตามด้วยประเภท Medium และประเภท Low ตามลำดับ 4) ลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้นำ หรือผู้ประสานกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรม	พิจารณาคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญในพื้นที่รับผิดชอบ ตามแนวทางการกำหนดลูกค้าเป้าหมายการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า สำหรับลูกค้ารายสำคัญตามหลักการ Key Account Selection Matrix (KASM) ดังรูป  <p>มิติที่ 1 มูลค่าความเป็นลูกค้า (High Value Customer) - พิจารณาจากข้อมูลลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer) ตามที่ ฝนศ. กำหนด</p>

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่										
		<p>มิติที่ 2 คุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ของลูกค้า (Key Customer's Attractiveness) - พิจารณาจากคุณลักษณะของลูกค้า ที่สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ หรือ แนวทางการพัฒนาธุรกิจ ตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด</p>										
<p>หน้าที่ 17 ข้อที่ 6.1.2.1 ทบทวนและ คัดเลือก พนักงาน บริหารลูกค้า รายสำคัญ ประจำการ ไฟฟ้า และ ประจำ สำนักงาน ใหญ่</p>	<p>การพิจารณาคัดเลือกพนักงานบริหาร ลูกค้ารายสำคัญ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) พนักงานในตำแหน่ง วศก., นบช., นทน., นกต., ศรูก., พชง., และ พบช.</li> <li>2) มีทักษะด้านการติดต่อสื่อสาร และ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า</li> <li>3) ทำงานกับ PEA มาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี</li> <li>4) หากพนักงานขาดคุณสมบัติตามข้อใดข้อหนึ่ง ตามข้อ 1)-3) ให้ ผู้บังคับบัญชาพิจารณาคัดเลือก พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญที่เห็นว่าเหมาะสม</li> </ol>	<p>- ปรับปรุงเพิ่มเติม “มีทักษะด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และสามารถติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน”</p> <p>- เพิ่มเติม “ผ่านการฝึกอบรมและทดสอบตามหลักสูตรที่ สฟพ. กำหนด”</p>										
	<p>พนักงานบริหารลูกค้า รายสำคัญ 1 คน รับผิดชอบลูกค้ารายสำคัญไม่น้อยกว่า 5 ราย แต่ไม่เกิน 10 ราย</p>	<p>พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำการไฟฟ้า และประจำสำนักงาน ใหญ่ 1 คน รับผิดชอบลูกค้ารายสำคัญ จากการคำนวณผลรวมแบบถ่วงน้ำหนัก ไม่น้อยกว่า 6 ราย (ถ่วงน้ำหนัก) แต่ไม่ เกิน 12 ราย (ถ่วงน้ำหนัก)</p> <table border="1" data-bbox="944 1845 1401 1957"> <thead> <tr> <th>ระดับลูกค้า รายสำคัญ</th> <th>Strategic</th> <th>Star</th> <th>Status</th> <th>Stream line</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ค่าถ่วงน้ำหนัก</td> <td>1.0</td> <td>0.8</td> <td>0.6</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	ระดับลูกค้า รายสำคัญ	Strategic	Star	Status	Stream line	ค่าถ่วงน้ำหนัก	1.0	0.8	0.6	-
ระดับลูกค้า รายสำคัญ	Strategic	Star	Status	Stream line								
ค่าถ่วงน้ำหนัก	1.0	0.8	0.6	-								

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 18 ข้อที่ 6.1.2.2 ทบทวนและ คัดเลือก พนักงาน บริหารลูกค้า รายสำคัญ ประจำการ ไฟฟ้าเขต	ไม่มี	มีคุณสมบัติสอดคล้องตามข้อ 6.1.2.1 โดยกำหนดให้เขตละไม่เกิน 4 คน ประกอบด้วย 1) ฝวบ. ไม่เกิน 2 คน 2) ฝปป. ไม่เกิน 1 คน 3) ฝบพ. ไม่เกิน 1 คน
หน้าที่ 18 ข้อที่ 6.1.2.3 ทบทวนและ คัดเลือก พนักงาน บริหารลูกค้า รายสำคัญ อาวุโส ประจำการ ไฟฟ้า (Senior KAMR)	ไม่มี	กำหนดตามตำแหน่งผู้บริหารการไฟฟ้า ดังนี้ 1) กฟฟ. ชั้น 1 เป็น รองผู้จัดการบริการ ลูกค้า 2) กฟฟ. ชั้น 2,3 เป็น รองผู้จัดการ (เทคนิค) หรือผู้ช่วยผู้จัดการ (เทคนิค)
หน้าที่ 18-20 ข้อที่ 6.1.3 กำหนดสิทธิ์ ประโยชน์ สำหรับลูกค้า รายสำคัญ	พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ. และพนักงานบริหารลูกค้าราย สำคัญประจำ กฟข. ดำเนินงานบริหาร ความสัมพันธ์กับลูกค้า ตามคู่มือ ปฏิบัติงาน เรื่อง การบริหารลูกค้าราย สำคัญ (ฉบับปรับปรุงปี 2557) ได้แก่	การกำหนดสิทธิ์ประโยชน์สำหรับลูกค้า รายสำคัญ พิจารณาแตกต่างกันตาม ระดับของลูกค้ารายสำคัญใน 3 ประเภท ดังนี้ 6.1.3.1 การบริการเสริมโดยไม่คิด ค่าใช้จ่าย (Free Maintenance Service:

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่																																		
	การเยี่ยมชม, การติดต่อสื่อสารด้านข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์, การประสานงานแก้ไขปัญหา ความต้องการของลูกค้า เป็นต้น	FMS) 6.1.3.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Relation Building Activity: RBA) 6.1.3.3 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication: COM)																																		
หน้าที่ 21 ข้อที่ 6.1.4 กำหนด เป้าหมายและ แผนการ บริหารลูกค้า รายสำคัญ	ไม่มี	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดเป้าหมายการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้ารายสำคัญ ดังนี้</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">การจัดการความสัมพันธ์</th> <th colspan="4">ร้อยละจำนวนลูกค้าที่ดำเนินการตามแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ</th> </tr> <tr> <th>Strategic</th> <th>Star</th> <th>Status</th> <th>Streamline</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6.1.4.1 การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS)</td> <td>ร้อยละ 100</td> <td>ร้อยละ 100</td> <td>ร้อยละ 100</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>6.1.4.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA)</td> <td>ร้อยละ 100</td> <td>ร้อยละ 100</td> <td>ร้อยละ 100</td> <td>ร้อยละ 40</td> </tr> <tr> <td colspan="5">6.1.4.3 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (COM)</td> </tr> <tr> <td>COM1 การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ</td> <td>ทุกไตรมาส (รายบุคคล)</td> <td>ทุกไตรมาส (รายบุคคล)</td> <td>ทุกไตรมาส (รายบุคคล)</td> <td>ทุกเดือน (รายกลุ่ม)</td> </tr> <tr> <td>COM2 การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบต่อโดยตรงกับลูกค้า</td> <td>ทุกปี (แผนงานที่เกี่ยวข้อง)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	การจัดการความสัมพันธ์	ร้อยละจำนวนลูกค้าที่ดำเนินการตามแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ				Strategic	Star	Status	Streamline	6.1.4.1 การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	-	6.1.4.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 40	6.1.4.3 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (COM)					COM1 การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกเดือน (รายกลุ่ม)	COM2 การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบต่อโดยตรงกับลูกค้า	ทุกปี (แผนงานที่เกี่ยวข้อง)	-	-	-
การจัดการความสัมพันธ์	ร้อยละจำนวนลูกค้าที่ดำเนินการตามแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ																																			
	Strategic	Star	Status	Streamline																																
6.1.4.1 การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	-																																
6.1.4.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 40																																
6.1.4.3 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (COM)																																				
COM1 การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกไตรมาส (รายบุคคล)	ทุกเดือน (รายกลุ่ม)																																
COM2 การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบต่อโดยตรงกับลูกค้า	ทุกปี (แผนงานที่เกี่ยวข้อง)	-	-	-																																
หน้าที่ 21 ข้อที่ 6.2 พิจารณา	ไม่มี	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กฟฟ.ชั้น 1-3, กบล., ฝบว.) นำเสนอแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำหน่วยงาน ดังนี้																																		

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
แผนการ บริหารลูกค้า รายสำคัญ		<p>6.2.1 หน่วยงานในส่วนภูมิภาค (กฟฟ. ชั้น 1-3, กบล.) นำเสนอ อฝ.วบ. เพื่อรวบรวมและพิจารณาในขั้นต้น และขออนุมัติ อข. ต่อไป</p> <p>6.2.2 สำนักงานใหญ่ (ฝบว.) นำเสนอและขออนุมัติ รผก.(ย)</p> <p>ผู้มีอำนาจอนุมัติแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำหน่วยงาน ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงอัตราค่าจ้างที่มีอยู่ และงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร พิจารณาอนุมัติและแจ้งส่วนเกี่ยวข้อง ให้แล้วเสร็จภายในเดือนธันวาคม ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน</p>
หน้าที่ 22 ข้อที่ 6.3 จัดทำ ฐานข้อมูลฯ	...ดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือน มีนาคม	...ดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือน มกราคม ของทุกปี
หน้าที่ 22 ข้อที่ 6.4 จัดการ ความสัมพันธ์ กับลูกค้าตาม แผนการ บริหารลูกค้า รายสำคัญ	พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ. และพนักงานบริหารลูกค้าราย สำคัญประจำ กฟข. ดำเนินงานบริหาร ความสัมพันธ์กับลูกค้า ตามคู่มือ ปฏิบัติงาน เรื่อง การบริหารลูกค้าราย สำคัญ (ฉบับปรับปรุงปี 2557) ได้แก่ การเยี่ยมชม, การติดต่อสื่อสารด้าน ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์, การ ประสานงานแก้ไขปัญหา ความ ต้องการของลูกค้า เป็นต้น	พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ หน่วยงาน ดำเนินงานจัดการ ความสัมพันธ์กับลูกค้า ตามแผนการ บริหารลูกค้ารายสำคัญที่กำหนด ได้แก่ การบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย (FMS) กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA) และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (COM)

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
<p>หน้าที่ 23 ข้อที่ 6.6 ติดตามผลการดำเนินงานและสรุปลงสารสนเทศความเสี่ยงลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า</p>	<p>- คณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกเดือน จากรายงานในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ พร้อมทั้งนำปัญหาของลูกค้าไปสู่กระบวนการแก้ไขต่อไป</p> <p>- คณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟข. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกไตรมาส จากรายงานในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป และจัดส่งรายงานผลการดำเนินงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และรายงานสารสนเทศจากการบริหารลูกค้ารายสำคัญ แจ้ง ผวธ.(ภ1-4) เป็นประจำทุกไตรมาส ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส เพื่อให้ ผวธ.(ภ1-4) รวบรวมและสรุปผลดังกล่าวของ กฟข. ในสังกัด แจ้งคณะกรรมการพัฒนางานด้านลูกค้าภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส ต่อไป</p>	<p>- ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3 ติดตามและประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกเดือน กำหนดเป็นวาระการประชุม กฟฟ. ประจำเดือน โดย ผวต./ผบค. สรุปลงรายงานผลจากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ระดับบุคคล และหน่วยงานนำเสนอผ่าน Senior KAMR พร้อมทั้งนำปัญหาของลูกค้าไปสู่กระบวนการแก้ไขต่อไป</p> <p>- อฝ.วบ. ติดตามและประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกไตรมาส โดย กบค. สรุปลงรายงานผลจากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ระดับหน่วยงาน และรายงานสารสนเทศจากการบริหารลูกค้ารายสำคัญ พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป รวมถึงจัดส่งรายงานผลดำเนินงานข้างต้น แจ้ง ผวธ.(ภ1-4) เป็นประจำทุกไตรมาส (ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส) เพื่อให้ ผวธ.(ภ1-4) รวบรวมและสรุปผลดำเนินงานของ กฟข. ในสังกัด แจ้งคณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสี่ยงลูกค้า และคณะทำงาน SEPA หมวด 3 ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส ต่อไป</p>



หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		<p>- อ.บ.ว. ติดตามและประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกไตรมาส โดยสรุปรายงานผลการระบบฐานข้อมูลสารสนเทศระดับบุคคล และหน่วยงาน และรายงานสารสนเทศจากการบริหารลูกค้ารายสำคัญ พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปสู่กระบวนการปรับปรุงแก้ไขต่อไป รวมถึงจัดส่งรายงานผลดำเนินงานข้างต้น แจ้งคณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสียงลูกค้า และคณะทำงาน SEPA หมวด 3 ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส ต่อไป</p>
<p>หน้าที่ 23 ข้อที่ 6.7 สรุปข้อมูลรายชื่อและคู่ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ</p>	<p>คณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำ ประจำ กฟข. สรุปรายชื่อลูกค้ารายสำคัญทุกรายตามแบบฟอร์ม CRM-KAM-005 ส่วนที่ 1 แจ้ง กบท.ฟวส. ภายในเดือนกรกฎาคม เพื่อดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญประจำปี</p>	<p>กบล. และ ฟบว. สรุปรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และข้อมูลผู้ประสานงานของลูกค้าทุกรายตามแบบฟอร์ม CRM-KAM-005 ส่วนที่ 1 แจ้ง กบท.ฟวส. ภายในวันที่ 15 กรกฎาคม ของทุกปี เพื่อดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญประจำปี</p>
<p>หน้าที่ 24 ข้อที่ 6.8 สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ</p>	<p>...สรุปและรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญประจำปี จัดส่งให้ กฟข. และ ฟวธ.(ภ1-4) ภายในเดือนตุลาคม</p>	<p>...สรุปและรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญประจำปี จัดส่งให้ กบล. ฟวธ.(ภ1-4) และ ฟบว. ภายในวันที่ 15 กันยายน ของทุกปี</p>

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
<p>หน้าที่ 24 ข้อที่ 6.9 สรุปรายงาน ประเมิน ประสิทธิผล และวิเคราะห์ ผลการสำรวจ ความพึง พอใจการ บริหารลูกค้า รายสำคัญ ประจำปี</p>	<p>คณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประจำ กฟข. นำผลการสำรวจความพึง พอใจและข้อมูลการติดต่อสื่อสารกับ ลูกค้าในระบบสารสนเทศ มาสรุป รายงานสถิติ และวิเคราะห์ ประสิทธิภาพของกระบวนการบริหาร ลูกค้ารายสำคัญ และสรุปสารสนเทศ จากการสื่อสารกับลูกค้า นำเสนอ คณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ กฟข. และ ฝวช.(ภ1-4) ภายในเดือน <u>พฤศจิกายน</u></p>	<p>กบล. และ ฝว. นำข้อมูลการจัดการ ความสัมพันธ์กับลูกค้าในระบบ สารสนเทศ มาสรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์ประเมินประสิทธิผลของ กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ และสรุปสารสนเทศจากการสื่อสารกับ ลูกค้า พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการสำรวจ ความพึงพอใจสถานะใดไตรมาสที่ 1-3 ภายในวันที่ <u>15 ตุลาคม</u> ของทุกปี และ สรุปผลดำเนินงานประจำปีภายในเดือน <u>มกราคม</u> ของปีถัดไป โดยนำเสนอ ผู้บังคับบัญชา ดังนี้ - กบล. นำเสนอ อช. ผ่าน อฝ.ว. พร้อม ทั้งแจ้ง ฝวช.(ภ1-4) - ฝว. นำเสนอ รผก.(ย)</p>
	<p>ไม่มี</p>	<p>ให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำสรุปการ ประเมินประสิทธิผลการบริหารลูกค้า รายสำคัญ ไปใช้เป็นส่วนหนึ่งใน ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริหารลูกค้ารายสำคัญแต่ละคน</p>
<p>หน้าที่ 24 ข้อที่ 6.10 ประเมิน ทบทวน กระบวนการ บริหารลูกค้า รายสำคัญ</p>	<p>ไม่มี</p>	<p>คณะกรรมการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารลูกค้ารายสำคัญ ประเมิน ทบทวนกระบวนการบริหารลูกค้าราย สำคัญภายในเดือน<u>ธันวาคม</u> ของทุกปี ...</p>

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 25-28 ข้อที่ 7.1 มาตรฐาน งานของแต่ละ กิจกรรม	-	ปรับปรุงให้สอดคล้องตามการเพิ่ม ประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
หน้าที่ 28 ข้อที่ 7.2 มาตรฐาน งานใน ภาพรวมของ กิจกรรม	ไม่มี	<p>7.2.1 มีแผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญที่ สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด รวมถึงนโยบายและทิศทางการ ดำเนินงานขององค์กร ภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน</p> <p>7.2.2 สํารวจความพึงพอใจของลูกค้าราย สำคัญประจำปี ภายในวันที่ 15 ก.ย. ของ ทุกปี</p> <p>7.2.3 สรุปการติดตามผลดำเนินงานตาม ระยะเวลาที่กำหนด ได้แก่ กพฟ. ทุก เดือน กฟข./ฟวธ.(ภ1-4)/ฟบว. ทุกไตร มาส และการสรุปรายงานประเมิน ประสิทธิผลประจำปี (ขึ้นต้นภายใน 15 ต.ค. และประจำปีภายในเดือน ม.ค. ของ ปีถัดไป)</p>

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่			
หน้าที่ 29 ข้อที่ 8 ระบบ ติดตาม ประเมินผล	ไม่มี	รายการ ตรวจสอบ ติดตาม	ผู้ตรวจ ติดตาม	ผู้รับ การ ตรวจ ติดตาม	กรอบเวลา ในการ ประเมินผล
		1. ผังการไหลของ กระบวนการ (Work Flow Chart) 2. มาตรฐานงาน 3. แบบฟอร์มที่ใช้ 4. ระบบ SAP/ ระบบ Software/ โปรแกรมสำเร็จรูป อื่นๆ/เครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้ในการ ปฏิบัติงาน 5. การปรับปรุง แก้ไข ตามผลการตรวจ ติดตาม 6. อื่น ๆ - ควบคุมภายใน - SLA	คณะทำงาน/ ทีมงานของ หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	ฟว. กฟข. ฟวธ.(ก 1-4) ฟว. ฟว.	อย่าง น้อยปีละ ภายใน เดือน ธ.ค.
หน้าที่ 30 ข้อที่ 9 เอกสารอ้างอิง	ไม่มี	<p>9.1 แผนยุทธศาสตร์ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2557 - 2566 (ทบทวนครั้งที่ 4 พ.ศ. 2561)</p> <p>9.2 แผนแม่บทการบริการลูกค้า พ.ศ. 2560 - 2564 (มกราคม พ.ศ. 2561)</p> <p>9.3 คู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (มกราคม 2558)</p> <p>9.4 การจัดกลุ่มลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customers) ปี 2560 (หนังสือเลขที่ กศฟ.(วฟ) 1308/2560 ลว. 17 ต.ค. 2560)</p>			

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
<p>หน้าที่ 30 ข้อที่ 10 แบบฟอร์มที่ ใช้</p>	<p>CRM-KAM-001 รายงานผลการ ติดต่อสื่อสารกับลูกค้ารายสำคัญ ที่ต้องการให้ PEA ประสานงาน ปรับปรุงแก้ไข</p> <p>CRM-KAM-002 รายงานผลการ ดำเนินงาน โครงการบริหารลูกค้า รายสำคัญ – รายละเอียดการ ติดต่อลูกค้ารายสำคัญ ของ พนักงาน Key Account Manager รายบุคคล</p> <p>CRM-KAM-003 รายงานผลการ ดำเนินงาน โครงการบริหารลูกค้า รายสำคัญ – สรุปผลการติดต่อ ลูกค้ารายสำคัญ ของพนักงาน Key Account Manager รายบุคคล</p> <p>CRM-KAM-004 รายงานผลการ ดำเนินงาน โครงการบริหารลูกค้า รายสำคัญ – สรุปภาพรวมผลการ ติดต่อลูกค้ารายสำคัญ</p> <p>CRM-KAM-005 แบบประเมินการ บริหารลูกค้ารายสำคัญ</p>	<p>CRM-KAM-001 ข้อมูลลูกค้าและ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ</p> <p>CRM-KAM-002 แผนการบริหารลูกค้า รายสำคัญ</p> <p>CRM-KAM-003 การติดตามเสียงของ ลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน</p> <p>CRM-KAM-004 รายงาน สรุปผลการดำเนินงานบริหาร ลูกค้ารายสำคัญ</p> <p>CRM-KAM-005 การประเมินความพึง พอใจของลูกค้ารายสำคัญ</p>

หน้าที่... / ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	VOC-CRM-001 รายงานสารสนเทศ เสี่ยงจากการสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า	VOC-60-001 รายงานสรุปสารสนเทศ จากเสียงของลูกค้า
หน้าที่ 30 ข้อที่ 11 ระบบ SAP/ระบบ Software/ โปรแกรม สำเร็จรูปอื่น ๆ/เครื่องมือ อื่นๆ ที่ใช้ใน การปฏิบัติงาน	ไม่มี	11.1 โปรแกรม Customer Integration DB 11.2 โปรแกรม BIC_SAP / CRM Plus 11.3 โปรแกรม Microsoft Word และ Microsoft Excel

## ภาคผนวก จ

### รายชื่อผู้จัดทำ

## รายชื่อผู้จัดทำ

- |                    |                |  |
|--------------------|----------------|--|
| 1. นายวิเชียร      | ปัญญาวานิชกุล  | ผู้อำนวยการฝ่ายวิศวกรรมและบริการ<br>การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม              |
| 2. นายวิชอบ        | นิยมสอน        | ผู้เชี่ยวชาญระดับ 12 สายงานการไฟฟ้าภาค 4   |
| 3. นางสาวอภินันท์  | พิมพ์พันธุ์    | รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนธุรกิจ สายงานการไฟฟ้าภาค 1   |
| 4. นายสุวิชา       | เสียงประเสริฐ  | รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนธุรกิจ สายงานการไฟฟ้าภาค 2   |
| 5. คุณธีรพันธุ์    | จันทร์จินดา    | รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนธุรกิจ สายงานการไฟฟ้าภาค 3   |
| 6. นายมนูญ         | ใจชื่อ         | รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนธุรกิจ สายงานการไฟฟ้าภาค 4   |
| 7. นายอนรรธ        | สงขกุล         | รองผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาและสนับสนุนระบบสารสนเทศ   |
| 8. นายนเรศน์       | พรหมประกอบ     | ผู้อำนวยการกองบริการลูกค้า<br>การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคเหนือ) จ.เชียงใหม่                |
| 9. นายพิชัย        | ธานีวรรณ       | ผู้อำนวยการกองบริการลูกค้า<br>การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)<br>จ.อุดรธานี |
| 10. นายสุชาติ      | พิพัฒน์อนุสรณ์ | รองผู้อำนวยการกองบริการลูกค้า<br>การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จ.เพชรบุรี                |
| 11. นางสาวชนัญชิตา | ชอบชื่นชม      | รองผู้อำนวยการกองบริการสารสนเทศและสื่อสาร<br>ฝ่ายวางแผนสารสนเทศและสื่อสาร                    |
| 12. นายทรงศักดิ์   | สกุลนิยมพร     | ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองความร่วมมือธุรกิจระหว่างประเทศ<br>ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ                       |