



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์

สายงานกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม
ฝ่ายประชาสัมพันธ์
กองสื่อสารองค์กร

อนุมัติ

(ลงชื่อ).....
(นายสมภพ เต็งทับทิม)
ส.ก. (ส)
ตำแหน่ง.....
28 ต.ค. 2558

A-WM-01

คำนำ

กองสื่อสารองค์กรมีภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ (Job Description) ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (PEA) ทางสื่อสังคมออนไลน์ ตามแผนปฏิบัติการสาขางานกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย พนักงาน กฟภ. สื่อมวลชน ผู้ใช้ไฟฟ้า ประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบการธุรกิจ อุตสาหกรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนบุคลากรในหน่วยงานต่างๆ ภายนอกองค์กรตระหนักรู้และมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในการกิจของ PEA รวมถึงการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการ กิจกรรมและผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล กระทรวงมหาดไทยและ PEA เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

คู่มือการรับฟังเสียงลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์นี้ จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ใช้เป็นแนวทางในการทำงานอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

อนึ่ง หากมีข้อเสนอแนะหรือข้อสงสัยประการใดกรุณาติดต่อสอบถามที่กองสื่อสารองค์กร (กสอ.) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (ฟปส.) โทร. 9556

กองสื่อสารองค์กร
ฝ่ายประชาสัมพันธ์
สาขางานกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม
ตุลาคม 2558

สารบัญ

	หน้า
1. วัตถุประสงค์	1
2. ขอบเขต	1
3. คำจำกัดความ	1
4. หน้าที่ความรับผิดชอบ	2
5. ผังการไหลของกระบวนการงาน (Work Flow Chart)	3
6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	4
7. มาตรฐานงาน	5
8. ระบบติดตามประเมินผล	6
9. เอกสารอ้างอิง	7
10. แบบฟอร์มที่ใช้	7
11. ระบบ Software/ โปรแกรมสำเร็จรูปอื่นๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	7
12. ภาคผนวก	8
-ตัวอย่างแบบฟอร์ม	
-กฎระเบียบ/คำสั่งที่เกี่ยวข้อง	
-รายชื่อผู้จัดทำ	

1. วัตถุประสงค์

เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานรับฟังและรวบรวมเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อกำหนดของเกณฑ์ SEPA หมวดที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ทำให้รับทราบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนางานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ขอบเขต

คู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่ขั้นตอนของการรับฟังเสียงลูกค้า ประสานงานและแจ้งผู้ที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อเท็จจริง นำเสนอขอความเห็นชอบ ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อสังคมออนไลน์ สรุปผลการชี้แจงข้อเท็จจริงและสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

3. คำจำกัดความ

3.1 รับฟังเสียงของลูกค้า หมายถึง รวบรวมเสียงของลูกค้า โดยหมายความว่าถึงเรื่องดังต่อไปนี้ ร้องขอ แจ้งเหตุ/เบาะแส ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็น ร้องเรียนการทุจริต ประพฤติมิชอบ การกระทำละเมิดและร้องเรียนงานด้านบริการต่างๆ

3.2 สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ดังนี้

3.2.1 PEA Facebook www.pea.co.th/facebook



3.2.2 PEA Twitter www.pea.co.th/twitter



3.2.3 PEA Instagram www.pea.co.th/instagram



4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

4.1 ผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กรทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติให้แผนกฐานข้อมูลประชาสัมพันธ์ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อสังคมออนไลน์

4.2 รองผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร นักประชาสัมพันธ์ระดับ 10 และระดับ 9 ทำหน้าที่พิจารณากลับกรองตามลำดับ ก่อนนำเสนอผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กรพิจารณาอนุมัติให้ความเห็นชอบ

4.3 หัวหน้าแผนก ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก นักประชาสัมพันธ์ระดับ 6 และนักบริหารงานทั่วไประดับ 6 แผนกฐานข้อมูลประชาสัมพันธ์ กองสื่อสารองค์กร ทำหน้าที่รวบรวมเสียงลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ จัดทำบันทึกแจ้งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อเท็จจริงและนำเสนอเพื่อพิจารณาตามลำดับ

5. ผังการไหลของกระบวนการงาน (Work Flow Chart)

ชื่อกระบวนการ : การรับฟังเสียงลูกค้า ทางสื่อสังคมออนไลน์		ผู้รับผิดชอบ : กองสื่อสารองค์กร		ตัวชี้วัดของกระบวนการ :	
ผู้ส่งมอบ/ กระบวนการ ก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอนและผู้รับผิดชอบ	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ลูกค้า/ผู้นำไปใช้ กระบวนการถัดไป	กรอบเวลา/ ตัวชี้วัด
Suppliers	Inputs	Processes	Outputs	Customers	Time/Indicators
- ลูกค้า - ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	PEA Facebook		บันทึกแจ้งไปยัง กฟข. เพื่อแจ้ง กฟฟ. ในสังกัด	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	1 วัน
	PEA Twitter		รายงานข้อเท็จจริงจาก กฟข./กฟฟ.	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	1-2 วัน
	PEA Instagram		บันทึกรายงานข้อเท็จจริง	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	1 วัน
			ความต้องการและความ คาดหวังของลูกค้า	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	1 วัน
			ฐานข้อมูลขององค์กร	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	เดือนละ 1 ครั้ง

6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. ผอ.ป. กสอ. รับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ (PEA Facebook PEA Twitter PEA Instagram)
2. ผอ.ป. กสอ. นำเรียนผู้บังคับบัญชาตามลำดับ ประสานงานและแจ้งผู้เกี่ยวข้อง โดยจัดทำบันทึกแจ้งไปยัง กฟข. เพื่อแจ้ง กฟฟ. ในสังกัด
3. ผอ.ป. กสอ. รวบรวมข้อเท็จจริงจาก กฟข. และ กฟฟ. ในสังกัด
4. ผอ.ป. กสอ. จัดทำบันทึกรวบรวมข้อเท็จจริง นำเสนอผู้บังคับบัญชาตามลำดับเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบและลงนามอนุมัติให้ ผอ.ป. ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อสังคมออนไลน์
 - 4.1 กรณีไม่ผ่านความเห็นชอบ ส่งบันทึกกลับ ผอ.ป. เพื่อปรับปรุงแก้ไข
 - 4.2 กรณีผ่านความเห็นชอบ ส่งบันทึกกลับ ผอ.ป. เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป
5. ผอ.ป. กสอ. ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อสังคมออนไลน์
6. ผอ.ป. กสอ. ติดตามและประเมินผลการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์
 - 6.1 สรุปรายงานผลการดำเนินงานเสนอผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นทุกเดือน
 - 6.2 เก็บรวบรวมสถิติการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ นำมาวิเคราะห์การเข้าถึงข้อมูลที่ถูกคำใช้เป็นช่องทางในการสื่อสาร เพื่อใช้ในการวางแผนและกำหนดทิศทางการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อไป

7. มาตรฐานงาน

7.1 มาตรฐานงานของแต่ละกิจกรรม

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
1. รับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ (PEA Facebook PEA Twitter PEA Instagram)	1. ความครบถ้วนของข้อมูลที่ได้รับจากการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์
2. นำเรียนผู้บังคับบัญชาตามลำดับ ประสานงานและแจ้งผู้เกี่ยวข้อง โดยจัดทำบันทึกแจ้งไปยัง กฟข. เพื่อแจ้ง กฟฟ. ในสังกัด	2.1 ความครบถ้วนของข้อมูลในประสานงานและจัดทำบันทึกแจ้งผู้เกี่ยวข้อง 2.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1 วัน)
3. รวบรวมข้อเท็จจริงจาก กฟข. และ กฟฟ. ในสังกัด	3.1 ความครบถ้วน ของรายงานข้อเท็จจริงที่รวบรวมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1-2 วัน)
4. จัดทำบันทึกรวบรวมข้อเท็จจริง นำเสนอผู้บังคับบัญชาตามลำดับเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบและลงนามอนุมัติให้ ผอ.บ. ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อสังคมออนไลน์	4.1 ความครบถ้วน ถูกต้องของข้อมูลและเอกสารประกอบการพิจารณา 4.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1 วัน)
5. ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อสังคมออนไลน์	5.1 ความครบถ้วน ถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ 5.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1 วัน)
6. การติดตามและประเมินผลการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์	6.1 ความครบถ้วน ถูกต้องของรายงานผลการติดตามและประเมินผลการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ 6.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (เดือนละ 1 ครั้ง)

7.2 มาตรฐานงานในภาพรวมของกิจกรรม

7.2.1 การดำเนินการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ และมีมาตรฐานชัดเจน

7.2.2 มีกระบวนการและคู่มือปฏิบัติงานการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีมาตรฐาน สามารถใช้เป็นแนวทางในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานสำหรับผู้ปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

8. ระบบติดตามประเมินผล

รายการตรวจสอบติดตาม	ผู้ตรวจติดตาม	ผู้รับการตรวจติดตาม	กรอบเวลาในการประเมินผล
1. ผังการไหลของกระบวนการงาน (Work Flow Chart)	1. คณะทำงานจัดทำคู่มือปฏิบัติงานของ กสอ.	1. หพ.ฐป. 2. ขพ.ฐป. 3. นปส. 6 4. นบท. 6	ปีละ 1 ครั้ง
2. มาตรฐานงาน	2. เลขานุการคณะทำงานฯ (นปส.9)		
3. แบบฟอร์มที่ใช้			
4. ระบบ Software / โปรแกรมสำเร็จรูป			
5. การปรับปรุงแก้ไขตามผลการตรวจติดตาม			
6. อื่น ๆ - ควบคุมภายใน - SLA			

9. เอกสารอ้างอิง

9.1 อนุมัติ พวก. ลว. 11 พ.ค. 2558 เรื่องสรุปสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า ปี 2557 และข้อเสนอการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ

9.2 บันทึกคณะกรรมการ SEPA หมวด 3 รพค.(ก3) ลว. 1 ก.ย. 2558 เห็นชอบผลการทบทวนกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าและช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า ปี 2558

10. แบบฟอร์มที่ใช้

10.1 แบบฟอร์มบันทึกแจ้งเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

10.2 แบบฟอร์มรายงานผลการติดตามประเมินผลคู่มือการปฏิบัติงาน

11. ระบบ Software/โปรแกรมสำเร็จรูปอื่น ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

โปรแกรม Microsoft Word โปรแกรม Photoshop รวมทั้งระบบ Upload ข้อมูลทาง Facebook Twitter และ Instagram

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบฟอร์ม

บันทึกแจ้งเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์

วัน เดือน ปี

เลขที่ กสอ.(รูป)

เรียน

ตามที่ได้มีข้อความใน (สื่อสังคมออนไลน์ของ PEA) ได้ภาพข่าว..... เมื่อวันที่.....
รายละเอียดตามเอกสารแนบ นั้น

ในการนี้ กสอ. ขอความอนุเคราะห์ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง) ตรวจสอบข้อเท็จจริงและแจ้งให้
กสอ. ทราบ เพื่อเป็นข้อมูลในการตอบลูกค้าทาง (สื่อสังคมออนไลน์ของ PEA) ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง

()

อก.สอ.

Capture ภาพและข้อความในสื่อสังคมออนไลน์
(PEA Facebook PEA Twitter PEA Instagram)

ตัวอย่างแบบฟอร์ม รายงานผลการติดตามประเมินผล คู่มือการปฏิบัติงาน

แบบฟอร์มรายงานผลการติดตามประเมินผลคู่มือการปฏิบัติงาน ครั้งที่.....

ชื่อหน่วยงาน ชื่อกระบวนการงาน

รายการตรวจสอบ และติดตาม	ผลการตรวจสอบ และติดตาม	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ /การแก้ไขปรับปรุง
1. พังการไหลของ กระบวนการ (Work Flow Chart)		
2. มาตรฐานงาน		
3. แบบฟอร์มที่ใช้		
4. ระบบ SAP/ ระบบ Software/ โปรแกรมสำเร็จรูป		
5. การปรับปรุงแก้ไขตามผล การตรวจติดตาม		
6. อื่นๆ - ควบคุมภายใน - SLA		

ทั้งนี้ เห็นควรดำเนินการ ☐ ปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน ☐ ไม่ปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติ

ผู้ตรวจติดตาม ผู้รับการตรวจติดตาม
(.....) (.....)
...../...../...../...../.....

A-ME-01

กฎระเบียบ/คำสั่งที่เกี่ยวข้อง



บันทึก

ผู้ว่าราชการ
จังหวัด 1999
วันที่ 7 พ.ค. 2558
เวลา 13.52.4

ดำเนินการผู้ว่าการ
การไฟฟ้า ภาค 3
เลขที่รับ 1981
วันที่ 6 พ.ค. 2558

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

จาก เลขานุการคณะทำงาน SEPA หมวด ๓ การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ถึง ประธานคณะทำงาน SEPA หมวด ๓ การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด
เลขที่ ๒๖1.(๓3)/๒7/2558 วันที่ 30 เม.ย. 2558
เรื่อง สรุปสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า ปี ๒๕๕๗ และข้อเสนอการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ

เรียน รพท.(ภาค) ประธานคณะทำงาน SEPA หมวด ๓ การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

๑. เรื่องเดิม

๑.๑ ตามข้อกำหนด SEPA หมวด ๓ การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ข้อ ๓.๑ ก(๒) กำหนดให้มีการรับฟังลูกค้าเพื่อหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า รวมทั้งระดับความสำคัญเชิงเปรียบเทียบในมุมมองของลูกค้า เพื่อให้ได้สารสนเทศที่นำไปดำเนินการต่อได้ และข้อ ๓.๒ ก(๒) การใช้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า เพื่อปรับปรุงระบบงานและกระบวนการทำงาน

๑.๒ ตามอนุวัติ ผวก. ลว. ๒๕๕๖.ค. ๒๕๕๗ อนุมัติกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า และคู่มือการรับฟังเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง โดยกำหนดให้มีการรวบรวมเสียงของลูกค้าจากผู้รับผิดชอบแต่ละช่องทาง จำนวน ๘ ช่องทาง แล้วนำมาวิเคราะห์ / เปรียบเทียบ / จัดลำดับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ได้สารสนเทศความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าที่ได้ลำดับความสำคัญ ส่งต่อไป แผนร.ผวอ.(ภาค-ภาค), กฟผ. และทุกหน่วยงาน ใช้ในกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์, แผนปฏิบัติการ กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมการผลิตภัณฑ์และบริการ และพัฒนางานด้านลูกค้า โดยกำหนดให้ ผวอ.(ภาค), ผสท., กฟผ. ดำเนินการขยายผลและพัฒนางานบริการ ได้แก่

- การขยายผลการจัดส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าอัตโนมัติให้ลูกค้ารายใหญ่ ผ่านนวัตกรรม Smart Invoice
- การขยายสัดส่วนการแจ้งค่าไฟฟ้าและข้อมูลอื่นๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการส่งข้อความสั้น (SMS)
- การพิจารณาปรับปรุงและขยายผลการขอใช้ไฟผ่าน Internet ตามโครงการ Happy Touch ให้ครบทุก กฟผ.
- การพัฒนา Mobile Application เพื่อรองรับงานบริการ/ธุรกรรม

๒. ข้อมูล

๒.๑ คณะทำงาน SEPA ได้ทำการรวบรวมและใช้เสียงของลูกค้า จากผู้รับผิดชอบแต่ละช่องทาง และ ประชุมหารือ เพื่อสรุปความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้า จากกระบวนการเสียงของลูกค้าจากหน่วยงานต่าง ๆ ของ PEA ในทุช่องทางที่ได้กำหนดไว้ทั้งสิ้น ๘ ช่องทาง ดังนี้

- การสำรวจข้อมูลลูกค้า
- การจัดการข้อร้องเรียน
- การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า
- การสนทนากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มลูกค้า

หน้า ๑ จาก ๕

- การจัดการเสียงจากลูกค้าและองค์การกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า
- การรวบรวมข้อเสนอแนะจากลูกค้า ๑๑๒๙ PEA Call Center
- กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- เทคโนโลยีบนเว็บ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น PEA Web Site, E-mail, Facebook และ SMS เป็นต้น

จากการประเมินสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าที่ได้จากช่องทางต่างๆ สามารถสรุปความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าแยกกลุ่มลูกค้าต่างๆ เรียงตามลำดับความสำคัญ (รายการเรียงตามเอกสารแนบ) ซึ่งสามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

๒.๓.๑ ความต้องการ/ความคาดหวัง ยังมีความแตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้า ๕ กลุ่ม ที่จำแนกกลุ่มไว้เดิม
๒.๓.๒ ประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้าทั่ว ๕ กลุ่ม ส่วนหนึ่งยังมีรายละเอียดพื้นฐานไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา แต่มีการยกระดับจากความคาดหวังเป็นความต้องการ และมีประเด็นปลีกย่อยที่ได้จากการจำแนกความต้องการความคาดหวังของลูกค้า จากการสำรวจความพึงพอใจ โดยใช้ Kang Model เพิ่มเติม เช่น ความหลากหลายและความง่ายในการเข้าถึงช่องทางต่างๆ การแนะนำและสร้างเครื่องมือช่วยในการคำนวณค่าไฟฟ้า พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ไฟฟ้าที่เหมาะสม วิศวกรรมและเจ้าหน้าที่ F. ในอนาคต ดยบนแจ้งสาเหตุและแนวทางป้องกันเมื่อมีเหตุการณ์ไฟฟ้าขัดข้องทุกครั้ง เคา่นโดยรับบริการสะดวก มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ เป็นต้น

๒.๒ ตามอนุมัติ ผวก. ส. ๒๕.๖.ค. ๒๕๕๗ กำหนดให้ ผวอ.(ก๑-ก๔) , ผสท. กฟช. ดำเนินการขยายผลและพัฒนาบริการตามข้อ ๓.๒ ปัจจุบันดำเนินการยังไม่ครบถ้วน โดยมีผลการดำเนินการดังนี้

- การขยายผลการจัดส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าอัตโนมัติให้ลูกค้ารายใหญ่ ผ่านนวัตกรรม Smart Invoice ปัจจุบันดำเนินการได้ ๘๗ การไฟฟ้าจุฬารามงาน คิดเป็น ๔๓.๘๔% ของจำนวนการไฟฟ้าจุฬารามงานทั้งหมด
- การขยายสัดส่วนการแจ้งค่าไฟฟ้าและข้อมูลอื่นๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการส่งข้อความสั้น (SMS) ปัจจุบันมีผู้สมัครใช้บริการ ๓,๗๐๓,๗๐๒ ราย คิดเป็น ๒๖.๗๓% ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งหมด
- การพิจารณาปรับปรุงและขยายผลการขอใช้ไฟผ่าน Internet ตามโครงการ Happy Touch ให้ครบทุก กฟช. ดำเนินการไปแล้ว ๘ กฟช.นำร่อง ในเขตภาคกลาง ปัจจุบันอยู่ระหว่างการประเมินโครงการเพื่อเตรียมปรับปรุงและขยายผล
- การพัฒนา Mobile Application เพื่อรองรับงานบริการ/ธุรกรรม อยู่ระหว่างพิจารณาดำเนินการ

๓. ข้อพิจารณา

คณะทำงานได้พิจารณาแล้ว เพื่อลดความไม่พึงพอใจ และเพิ่มความพึงพอใจ ได้คัดกรองความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้า ที่มีนัยสำคัญ จำเป็นต้องดำเนินการต่อเนื่อง หรือพัฒนากิจกรรม/แผนงาน/โครงการ เพิ่มเติม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้า ดังนี้

ประเด็นความต้องการ/ความ คาดหวัง ที่มีนัยสำคัญ	กิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่รองรับ	กลุ่มลูกค้าที่ ตอบสนอง	ผู้รับผิดชอบ
- ไฟไม่ดับ /ไฟไม่ตก - ระบบไฟฟ้ามีมาตรฐาน มี ความปลอดภัย - มีไฟฟ้าใช้ครอบคลุมทุกพื้นที่	แผนพัฒนาระบบไฟฟ้าในทั้งแผนพัฒนา ฉบับที่ ๑๐,๑๑ เช่น คพท,คพม, ศทพ,ศพท,สปจ เป็นต้น	ทุกกลุ่ม	ฝ่าย กพท.
การลดหน่วยและใบแจ้งค่าไฟฟ้ามี ความถูกต้อง ตรงเวลา	การขยายผลการจัดส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าอัตโนมัติ ให้ลูกค้ารายใหญ่ ผ่านนวัตกรรม Smart Invoice*	พาณิชย์/ อุตสาหกรรม	กพท.
เพิ่มช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้า/แจ้ง เดือนก่อนลดจ่ายไฟฟ้า	การขยายสัดส่วนการแจ้งค่าไฟฟ้าและข้อมูล อื่นๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการส่ง ข้อความสั้น (SMS)	ทุกกลุ่ม	กพท.
- อำนวยความสะดวก ในการให้บริการลูกค้า เช่น เพิ่มช่องทางการชำระเงินค่า ไฟฟ้า ,การใช้ไฟฟ้าผ่าน แอปพลิเคชัน PEA Call Center - มีช่องทางการชำระค่าไฟ หลากหลาย - จุดให้บริการของสำนักงาน กพท. เข้าถึงได้ง่าย	- การใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet ตามโครงการ Happy Touch** - PEA Shop** - PEA Mobile Shop** - ปรับปรุง Front Office* - One Touch Service - การพัฒนา Mobile Application เพื่อ รองรับงานบริการ/ธุรกรรม***	ทุกกลุ่ม	- ผอ.กพท. - กพท. - กพท. - กพท. - กพท. - ผสท.
มีระบบคิว	Smart Queue & Smile Box **	ทุกกลุ่ม	ผสท.
- วิเคราะห์และแจ้งแนวโน้มค่า ไฟ. ในอนาคต - แนะนำและสร้างเครื่องมือช่วย ในการคำนวณค่าไฟฟ้า พร้อม ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ ไฟฟ้าที่เหมาะสม - เจ้าหน้าที่ หรือ จุด ประชาสัมพันธ์ แนะนำ ให้ ข้อมูลครบถ้วนเพียงพอ - ตอบแจ้งสาเหตุการไม่ดับ/ไฟ ตก/ไฟกระพริบ	- ปรับปรุง website ขององค์กรให้สามารถ สนับสนุนข้อมูลลูกค้าให้ครอบคลุมความ ต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า เช่น การ คำนวณอัตราค่าไฟฟ้าข้อมูลการขอใช้บริการ สนับสนุน และบริการอื่นๆ ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการสนับสนุนที่ สามารถทำธุรกรรมผ่าน website ได้*** - การพัฒนา Mobile Application เพื่อ รองรับงานบริการ/ธุรกรรม***	ทุกกลุ่ม	ผสท.,ผบสท. ,ผบส.

หน้า ๑๖ จาก ๕๕

ประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง ที่มีนัยสำคัญ	กิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่รองรับ	กลุ่มลูกค้าที่ตอบสนอง	ผู้รับผิดชอบ
- มีเจ้าหน้าที่ หรือ จุดประชาสัมพันธ์ แนะนำ ให้ข้อมูลครบถ้วนเพียงพอ - เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ กระตือรือร้น - ความฉับไวในการตอบสนองต่อการขอใช้บริการต่างๆ - ให้บริการด้วยความเป็นมิตร สุภาพ กระตือรือร้น โปร่งใส และให้ข้อมูลถูกต้อง - พนักงานมีความรู้ สามารถตอบข้อซักถามได้ชัดเจน	จัดให้มี พนักงานบริการความคาดหวังของ ลูกค้าที่มาใช้บริการ (Lobby Manager) รวมถึงบริหารจัดการปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการได้ตามกระบวนการ และ สถานการณ์ เพื่อสร้างให้เกิด Customer Experience ที่ดี ***	ทุกกลุ่ม	ฝ่าย
- จัดทำข้อมูลพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าในแต่ละช่วงเวลา แบบ เข้าใจง่าย พร้อมเสนอแนะแนวทางการใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัด - ติดตั้งมิเตอร์ AMR	- โครงการ AMR - โครงการ AMI*** - พัฒนา Website /App โครงการ AMR ***	พาณิชย์/อุตสาหกรรม	ฝ่าย
- ช่องทางร้องเรียนติดต่อง่าย - เจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนสุภาพและเต็มใจช่วยเหลือ - ปัญหาที่ร้องเรียนได้รับการแก้ไข/บรรเทา	- number PEA Call Center - E-One Portal*** - กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน**	ทุกกลุ่ม	- ฝ่าย - ฝ่าย - ฝ่าย

หมายเหตุ

* ต้องขยายผลเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกหน่วยงาน

** ทบทวนกิจกรรม/แผนงาน/โครงการ ให้สอดคล้องตามความต้องการ/ความคาดหวัง และนโยบาย PEA

*** กิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่ต้องพัฒนาขึ้นใหม่

๔. ข้อเสนอ

จากสรุปผลความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้า และการประเมิน/ทบทวน/ช่องทาง และวิธีการรับฟังลูกค้า ข้างต้น คณะทำงานฯ ได้พิจารณาแล้ว เพื่อให้การนำเสนอเหตุผลจากลูกค้าไปใช้ในการพัฒนางานด้านลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ จึงเห็นควรขออนุมัติ ผอ. ผ่าน คณะทำงาน SEPA หมวด ๓ เพื่อยกยอผลและพัฒนางานบริการให้ครอบคลุมความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ดังนี้

๔.๑ ให้ส่วนเกี่ยวข้อง (ฝ่าย , ฝ่าย , ฝ่าย (ก๑-ก๓) , กฟช. และทุกหน่วยงาน) ใช้ข้อมูลความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า ในการทบทวนและจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาระบบไฟฟ้า และแผนปฏิบัติการ ให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ตามรายละเอียดแผนงาน

๔.๒ ให้ส่วนเกี่ยวข้อง (ผวธ.(ภ๓-ภ๔), ผสท., กฟช.) ดำเนินการขยายผลและพัฒนางานบริการ
ต่อเนื่อง ตามอนุมัติ ผวท. ลว. ๒๕ ธ.ค. ๒๕๕๗ (ตามข้อ ๑.๒) โดยให้รายงานผลการดำเนินงานให้คณะทำงาน
SEPA หมวด ๓ ทราบภายในไตรมาส ๒ ปี ๒๕๕๘

๔.๓ ให้ส่วนเกี่ยวข้อง พิจารณาดำเนินการ ทบทวน ปรับปรุง และพัฒนากิจกรรม/แผนงาน/
โครงการ ตามที่ระบุในตารางข้อ ๓ เพื่อพัฒนาการดำเนินงานให้ครอบคลุมความต้องการ/ความคาดหวัง ที่สำคัญ
ของลูกค้า

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบโปรดนำเสนอขออนุมัติ ผวท. ตามข้อเสนอต่อไป



(นายเชมรัตน์ ศาสตรปรีชา)

อ.ผวธ.(ภ๓)

เลขานุการคณะทำงาน SEPA หมวด ๓ การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

๑
15 ธ.ค. ๕๗

เมื่อโปรดพิจารณาอนุมัติตามข้อ ๓

๑. ข้อความในข้อ ๔.๑ - ๔.๓ ส่งไปให้

ดำเนินการต่อไป


๗ ม.๕๘

(นายจิตกมล บุณยะภาณุจณ์)
รพท.(ภ๓)

ผวธ.(ภ๓) 147/255๘

เรียน ท่านผวธ.ภ๓

เมื่อโปรดพิจารณาอนุมัติดำเนินการ

ในส่วนนี้เรียบร้อยแล้วไป



(นายจิตกมล บุณยะภาณุจณ์)
รพท.(ภ๓)

15 พ.ค. 2558

หน้า ๕ จาก ๕

๑
อนุมัติตามเสนอ



(นายสำจิต จุ่งจิรณานนท์)
รพท.(ส) รักษาการแทน ผวท.

11 พ.ค. 2558

เอกสารแนบ 1 หน้า 4

กลุ่มลูกค้า	ความต้องการ			ความคาดหวัง		
	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน
อื่นๆ ความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของไฟฟ้า • ความต้องการไฟฟ้าไม่สม่ำเสมอ	1. ไฟไม่ดับ 2. ไฟไม่ชด 3. ราคามีไฟฟ้ามีมาตรฐานมีความปลอดภัย	1. การซ่อมบำรุงและโยกย้ายไฟฟ้ามีความถูกต้อง รวดเร็ว 2. มีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือ 3. ความถี่ในการซ่อมบำรุงการไฟฟ้า 4. มีการให้บริการอย่างสุภาพ โปร่งใส และใช้ข้อมูลถูกต้อง	1. ด้านความปลอดภัย 2. ด้านการให้บริการ 3. ด้านการให้บริการ 4. ด้านการให้บริการ 5. ด้านการให้บริการ	1. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 2. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 3. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 4. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 5. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า	1. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 2. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 3. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 4. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 5. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า	1. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 2. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 3. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 4. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า 5. บริการซ่อมบำรุงไฟฟ้า

หมายเหตุ * ความต้องการที่เปลี่ยนจากความคาดหวังในปี 2557

** ความต้องการ/ความคาดหวัง ที่เพิ่มขึ้นใหม่

เอกสารแนบ 1 หน้า 5

2. ตารางความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ แยกตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	ความพึงพอใจ			ความไม่พึงพอใจ		
	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน
บ้านอยู่อาศัย	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง คุณภาพไฟฟ้า (๒๔.๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - บริการซ่อมมิเตอร์ (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)
	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)	ผลิตภัณฑ์ บริการไม่มาไม่ถึง - การซ่อมสายไฟฟ้า (๒๒.๒๒%)

เพกสลาฉบับ 1 หน้า 7

กลุ่มลูกค้า	ความพึงพอใจ			ความไม่พึงพอใจ		
	ผลิตภัณฑ์	บริการ	พนักงาน	ผลิตภัณฑ์	บริการ	พนักงาน
อื่นๆ	ผลิตภัณฑ์ - บริการไฟฟ้า (80.1%) - การแจ้งข้อบกพร่อง (78.9%) - การแจ้งข้อบกพร่อง (76.7%)	บริการ - บริการด้านติดตั้ง (84.3%)	พนักงาน - การดำเนินงาน บริการด้านไฟฟ้า (86.7%) - บริการด้าน การดำเนินงาน (82.1%) - การดำเนินงาน (81.4%) - การดำเนินงาน (80.9%) - การดำเนินงาน (80.9%) - การดำเนินงาน (79.1%) - การดำเนินงาน (77.7%)	ผลิตภัณฑ์ - บริการด้าน การดำเนินงาน (82.1%) - การดำเนินงาน (81.4%) - การดำเนินงาน (80.9%) - การดำเนินงาน (80.9%) - การดำเนินงาน (79.1%) - การดำเนินงาน (77.7%)	บริการ - บริการด้าน การดำเนินงาน (84.3%)	พนักงาน - การดำเนินงาน บริการด้านไฟฟ้า (86.7%) - การดำเนินงาน (82.1%) - การดำเนินงาน (81.4%) - การดำเนินงาน (80.9%) - การดำเนินงาน (80.9%) - การดำเนินงาน (79.1%) - การดำเนินงาน (77.7%)

เอกสารแนบ 1 หน้า 8

3. ตารางความถี่และข้อเสนอนะยะ แยกตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	ความถี่			ข้อเสนอแนะ		
	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน
บ้านอยู่อาศัย	ความถี่ในการให้บริการในระดับภาคที่สูงสุด (๑๑.๖%)			1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า	1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า	1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า
พาณิชย์	ความถี่ในการให้บริการในระดับภาคที่สูงสุด (๑๑.๖%)			1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า	1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า	1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า
อุตสาหกรรม	ความถี่ในการให้บริการในระดับภาคที่สูงสุด (๑๑.๖%)			1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า	1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า	1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า
อื่นๆ	ความถี่ในการให้บริการในระดับภาคที่สูงสุด (๑๑.๖%)			1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า	1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า	1. บริการแจ้งข้อบกพร่องไฟฟ้า

หมายเหตุ

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง พลังงานไฟฟ้าและกลไกการส่งมอบ

บริการ หมายถึง บริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และ บริการเสริมอื่นๆ

การสนับสนุน หมายถึง การทำให้ลูกค้าสามารถค้นหาสารสนเทศ และสนับสนุนการทำการรวมของลูกค้านั้น

บันทึก

จาก สถาบันการพัฒนาระบบ SEPA หมวด ๓ ถึง สภ. (ภค)
เลขที่ พ. ๖ (พ.บ.) ๑๖๑๕ วันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๖๕
เรื่อง ผลการทบทวนกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าและช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า ปี ๒๕๖๔
อ้างถึง

เรียน รศก. (ภค) : ประธานคณะทำงานจัดทำรายงานผลการดำเนินงานองค์กร และรายงานการประเมินตนเอง
หมวดที่ ๓ การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

๑. เรื่องเดิม

๓.๑ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สปร) กำหนดให้รัฐวิสาหกิจนำระบบการประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Performance Appraisal : SEPA) มาใช้เพื่อการประเมินผลการดำเนินงานองค์กรอย่างเป็นทางการ ซึ่ง PEA ได้ปรับระบบ SEPA มาใช้ในการพัฒนาและประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรตั้งระดับ ๓๕๘๖ เป็นต้นมา

๓.๒ ตามระบบ SEPA หมวด ๓ การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด กำหนดให้มีการพิจารณาพบพจนกระบวนกรรับ
ฟังเสียงลูกค้า ทุกๆ ปี เพื่อความมีประสิทธิภาพของกระบวนการ การถ่ายทอดไปสู่ปฏิบัติ และการพัฒนาองค์กรอย่าง
ต่อเนื่อง เพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านเป้าหมายที่ PEA กำหนดไว้

๒. การดำเนินการ

๒.๓ คณะทำงาน SEPA หมวด ๓ ได้เชิญประชุมส่วนเกี่ยวข้องเพื่อทบทวนกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าและ
ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า ประกอบด้วย คณะทำงาน SEPA หมวด ๓: คณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการ
เสียงลูกค้า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรับฟังเสียงลูกค้า ได้แก่ ฝ่ายก. ฝ่ายร.(กท-กค), กปส. กฟช., ฝ่ายท., ฝ่ายห., ฝ่ายส., ฝ่ายส.
ฝ่ายส. เมื่อวันที่ ๓๓ ก.ค. ๒๕๕๘ ณ ห้องประชุมอาคาร ๓ ชั้น ๒ กฟภ. ตามบันทึกที่ กบว.(กท) ๓๓๘/๒๕๕๘ ลว. ๗ ก.ค.
๒๕๕๘ และ วันที่ ๒๙ ก.ค. ๒๕๕๘ ณ ห้องประชุม ฝ่ายร.(กท) อาคาร ๒ ชั้น ๔ ตามบันทึกที่ กบว.(กท) ๔๔๖/๒๕๕๘ ลว.
๒๙ ก.ค. ๒๕๕๘

๒.๒ ผลการทบทวนกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า พบว่า

๒.๒.๓ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ไม่สอดคล้องกับการดำเนินงาน จึงได้ปรับเปลี่ยนขั้นตอนให้สอดคล้องกับกรอบเวลาและการดำเนินการในปี ๒๕๖๔ โดยเริ่มจากการรวบรวมเสียงของลูกค้าจากนักขนหน้าตั้งแต่ต้นปี เพื่อให้ทันกับกระบวนการทบทวนยุทธศาสตร์ และเป็นปัจจัยนำเข้าในกระบวนการทบทวนการรับฟังเสียงลูกค้า รวมขั้นตอนในการทบทวนกระบวนการและการทบทวนช่องทาง/วิธีการรับฟังเสียงเข้าด้วยกัน กำหนดแบบฟอร์มในการรวบรวมเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง และกำหนดเวลาการรวบรวมเสียงแต่ละช่องทางให้ชัดเจนโดยกำหนดเป็นค่าเกณฑ์ชี้วัดและรายงานเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพในการรวบรวมเสียงของลูกค้า เพิ่มขั้นตอนการพิจารณาดำเนินการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อให้สามารถตอบสนองลูกค้าได้ทันทั่วทั้ง ดัชนีที่ ๓.๓ ก(๒) - ๓ (เอกสารแนบ ๓)

๒.๒.๒ ยังไม่มีการกำหนดเกณฑ์ในการบูรณาการเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง จึงได้กำหนดเกณฑ์โดยใช้ความถี่ในมุมมองของลูกค้าเป็นเกณฑ์ และใช้ค่า distance ตาม Kano's Model ประกอบในการจัดลำดับ ซึ่งจะเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย ความต้องการ/ความคาดหวัง ตามค่า distance ที่มีค่ามากที่สุดเป็นลำดับแรก และลดหลั่นกันไปตามลำดับ ดังตารางที่ ๓.๑ ก(๒) - ๒ (เอกสารแนบ ๒) และกำหนดกิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่ต้อง

๒

ดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ ดังตารางที่ ๓.๓ ก(๒) - ๓ (เอกสารแนบ ๓)

๒.๓ ผลการทบทวนช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า ปี ๒๕๕๘ พบว่า

๒.๓.๑ ช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้าที่กำหนดไว้เดิม ๘ ช่องทาง ยังคงครอบคลุมความต้องการของลูกค้า แต่ในส่วนช่องทางการติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า ได้เพิ่มเติมวิธีการสำรวจความพึงพอใจผ่านระบบบริหารจัดการคิวและกล่องประเมินความพึงพอใจ (Smile Box) โดยแสดงวิธีการรับฟังลูกค้าที่มีความแตกต่างกันระหว่างลูกค้า กลุ่มลูกค้า หรือส่วนตลาด ตามความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ดังตารางที่ ๓.๓ ก(๒)-๔ (เอกสารแนบ ๔) และจะพิจารณาปรับเปลี่ยนการดำเนินการรับฟังเสียงของลูกค้าบางช่องทางในปี ๒๕๕๙ ดังนี้

- ช่องทางการติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าทางโทรศัพท์ จะขอให้ ๑๑๒๙ Call Center เป็นผู้โทรศัพท์ติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า หรือพิจารณาใช้ระบบ SMS แบบ ๒-ways ในการติดตามข้อมูลป้อนกลับ
- พิจารณาเพิ่มการติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า ตามกระบวนการของระบบประกันคุณภาพ SQA

๒.๓.๒

- พิจารณาเพิ่มช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้าผ่าน Stakeholder ให้ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ใน หมวด ๓.๓ ข(๒) และ ตาราง ๒.๓ ก(๓) - ๓ (ปัจจุบันมีช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้าจาก Stakeholder เฉพาะในส่วนผู้บริหารและองค์กรกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า)

๒.๓.๒ คู่มือปฏิบัติงานไม่ครบทุกช่องทาง จึงได้ปรับปรุงให้มีคู่มือการรับฟังเสียงให้ครบทุกช่องทาง และปรับเปลี่ยนรายละเอียดในคู่มือการรับฟังเสียงแต่ละช่องทาง จากข้อเสนอแนะในการทบทวนกระบวนการจากส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

- ให้ ผปส. จัดทำคู่มือปฏิบัติงานการรับฟังเสียงลูกค้าจากช่องทางเทคโนโลยีบนเว็บและสื่อสังคมออนไลน์ ตามรูปแบบการจัดทำคู่มือฯ ที่ ผสท. กำหนด
- ช่องทางการประสานเสวนามีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า เปลี่ยนผู้รับผิดชอบในการรวบรวมเสียงจาก ผสส. เป็น ผวอ.(ภค-๔) สรุปรายงานสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าส่ง ผสส. เพื่อรวบรวมส่งคณะทำงาน SEPA

หมวด ๓

- ช่องทางการจัดการเสียงจากผู้บริหารและองค์กรกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า แต่เดิมไม่มีผู้รับผิดชอบหลัก กำหนดให้ ผวอ. เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการรวบรวมข้อมูลเสียงของลูกค้า

- ช่องทางการรวบรวมข้อเสนอแนะของลูกค้าจาก ๑๑๒๙ PEA Call Center ในปี ๒๕๕๙ จะเปลี่ยนผู้รับผิดชอบในการรวบรวมเสียงของลูกค้าเป็น ผวอ.(ภค-๔) เริ่มปี ๒๕๕๙

๒.๔ ผลการทบทวนการวัดประสิทธิผลของช่องทางและวิธีการรับฟังเสียงของลูกค้า ปี ๒๕๕๘ โดยใช้ผลการดำเนินการในปี ๒๕๕๗ จาก Feedback Report และข้อคิดเห็นของที่ปรึกษา บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเมินกระบวนการ เห็นควรให้มีการปรับปรุงการวัดประสิทธิผลให้เป็นระบบมากขึ้น ด้วยการจ้างที่ปรึกษานายนอก ดำเนินการกำหนดตัววัด/ตัวชี้วัด วิธีการประเมิน ประสิทธิภาพและความนิยมของช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า ตามตามกลุ่มลูกค้า ประเมินประสิทธิภาพ ความต้องการ และความนิยมของช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า ช่องทางสนับสนุนสารสนเทศและการทำธุรกรรมที่สำคัญ ในปัจจุบัน รวมถึง เปรียบเทียบประสิทธิผลของช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า ที่สำคัญกับคู่แข่ง หรือ Best Practices พร้อมนำเสนอแผนปรับปรุงการพัฒนาช่องทางที่เหมาะสมกับ PEA

๓. ข้อพิจารณาและข้อเสนอ

เพื่อให้การนำไปปฏิบัติ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเข้าใจเป็นแนวทางเดียวกัน คณะทำงาน SEPA หมวด ๓ จึงเห็นควรให้ส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบด้วย สายงานการไฟฟ้าภาค ๓-๔, ผวอ., ผสท., ผพท., ผวส., ผสส., ผปส., ผวร., ผนย. และทุกหน่วยงาน ถ่ายทอด (Deployment) /แจ้งเวียนให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ทราบถึงผลการทบทวนกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าและช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า ปี ๒๕๕๘ เพื่อนำไปดำเนินการในส่วนเกี่ยวข้องด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ให้เกิดผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนี้

๓

- ๓.๓ ดำเนินการรับฟังเสียงลูกค้าตามกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าที่ปรับปรุงตามข้อ ๒.๒.๓
- ๓.๒ ในการนำเสียงของลูกค้าไปใช้ในการพัฒนางานด้านลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามข้อ ๒.๒.๒ ให้ดำเนินการตามอนุวัติ ผวก. ดร. ๓๓ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ต่อท้ายบันทึกที่ ผวธ.(ภ๓) ๓๔๓/๒๕๕๘) และรายงานผลความคืบหน้าในการดำเนินงานให้คณะกรรมการ SEPA หมวด ๓ ทราบภายในไตรมาส ๕ ปี ๒๕๕๘
- ๓.๓ ให้คณะกรรมการ SEPA หมวด ๓ เชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหารือพิจารณาปรับเปลี่ยน/เพิ่มช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้าในปี ๒๕๕๙ ตามข้อ ๒.๓.๓
- ๓.๔ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำคู่มือการรับฟังเสียงให้ครบทุกช่องทาง และปรับเปลี่ยนรายละเอียดในคู่มือการรับฟังเสียงแต่ละช่องทาง ตามข้อ ๒.๓.๒

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และแจ้งส่วนเกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปด้วย จะขอขอบคุณ

(นายเจมส์ คีตทรัพย์วิชา)

อำนวยการ

เลขานุการคณะกรรมการ SEPA หมวด ๓

๑๖ มิ.ย. ๒๕๕๘

๑๖ มิ.ย. ๒๕๕๘

๑๖ มิ.ย. ๒๕๕๘

(นายจิตกร ชูณะกร)

รพท.(ภ3)

ค. น. ๓ (ขพ) - ๑๖ มิ.ย. ๒๕๕๘

เรียน ทุกหน่วยงาน

เพื่อรับทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

(นายเจมส์ คีตทรัพย์วิชา)

อำนวยการ

เลขานุการ อำนวยการ SEPA หมวด 3

ເອກສາກແບບ ໒

ตารางที่ ๓.๑ ก(๒) - ๒ ความต้องการ และความคาดหวังของแต่ละกลุ่มลูกค้า

[illegible]

กลุ่มลูกค้า	ความต้องการ			ความคาดหวัง		
	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน
						ธนาคาร 9. แอปพลิเคชัน ที่มีประสิทธิภาพ คำนวณค่าเงิน พร้อมทั้งแสดง แนวทางการ ใช้ที่คุ้มค่าของ เงิน 10. จัดกิจกรรม เพื่อสร้างความ สัมพันธ์ กับลูกค้า ผ่านช่องทาง ออนไลน์ ทางโซเชียลมีเดีย 11. จัดกิจกรรม ส่งเสริม ความรู้ทางการเงิน ให้กับลูกค้า ผ่านช่องทาง ออนไลน์ 12. เข้าใจและ ตอบสนอง ความต้องการ ของลูกค้า
ผู้ให้บริการ ทางการเงิน ที่มีคุณภาพ และมีความ น่าเชื่อถือ • ความต้องการ ใช้ผลิตภัณฑ์ ทางการเงิน ที่หลากหลาย • ใช้ประโยชน์ จากเทคโนโลยี ทางการเงิน อย่างเต็มที่	1. มีความรวดเร็ว ในการให้บริการ ที่ดี 2. ปลอดภัย 3. ใช้ง่าย 4. มีความน่า เชื่อถือ 5. การบริการ ที่รวดเร็ว 6. ราคา ที่เหมาะสม 7. มีความ ปลอดภัย 8. มีความ น่าเชื่อถือ 9. มีความ รวดเร็ว	1. มีความรวดเร็ว ในการให้บริการ ที่ดี 2. ปลอดภัย 3. ใช้ง่าย 4. มีความน่า เชื่อถือ 5. การบริการ ที่รวดเร็ว 6. ราคา ที่เหมาะสม 7. มีความ ปลอดภัย 8. มีความ น่าเชื่อถือ 9. มีความ รวดเร็ว	1. มีความรวดเร็ว ในการให้บริการ ที่ดี 2. ปลอดภัย 3. ใช้ง่าย 4. มีความน่า เชื่อถือ 5. การบริการ ที่รวดเร็ว 6. ราคา ที่เหมาะสม 7. มีความ ปลอดภัย 8. มีความ น่าเชื่อถือ 9. มีความ รวดเร็ว	1. มีความรวดเร็ว ในการให้บริการ ที่ดี 2. ปลอดภัย 3. ใช้ง่าย 4. มีความน่า เชื่อถือ 5. การบริการ ที่รวดเร็ว 6. ราคา ที่เหมาะสม 7. มีความ ปลอดภัย 8. มีความ น่าเชื่อถือ 9. มีความ รวดเร็ว	1. มีความรวดเร็ว ในการให้บริการ ที่ดี 2. ปลอดภัย 3. ใช้ง่าย 4. มีความน่า เชื่อถือ 5. การบริการ ที่รวดเร็ว 6. ราคา ที่เหมาะสม 7. มีความ ปลอดภัย 8. มีความ น่าเชื่อถือ 9. มีความ รวดเร็ว	1. มีความรวดเร็ว ในการให้บริการ ที่ดี 2. ปลอดภัย 3. ใช้ง่าย 4. มีความน่า เชื่อถือ 5. การบริการ ที่รวดเร็ว 6. ราคา ที่เหมาะสม 7. มีความ ปลอดภัย 8. มีความ น่าเชื่อถือ 9. มีความ รวดเร็ว

๑๖

กลุ่มลูกค้า	ความต้องการ			ความคาดหวัง		
	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน	ผลิตภัณฑ์	บริการ	สนับสนุน
				6. มีระบบไฟฟ้า เพื่อลดการ จ่ายค่าใช้สอย ของกิจการใน อนาคต**		หากการใช้ไฟฟ้า อย่างประหยัด สนับสนุนการให้ ความรู้/คำ ปรึกษาในด้าน ระบบไฟฟ้าและ การอนุรักษ์ พลังงานในโรงงาน อุตสาหกรรม เช่น การประหยัด พลังงาน การปรับปรุง ประสิทธิภาพการ ใช้ไฟฟ้า เป็นต้น**
				7. ปรับปรุงระบบ ไฟฟ้าและสาย สื่อสารให้เป็น ระเบียบ เรียบร้อย**		(1) เข้าร่วมงาน ให้ความรู้ใน กิจกรรมต่างๆ ที่ ลูกค้าจัดขึ้น **
				8. ใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ การช่างและ วัสดุ มาตรฐาน ทันสมัย สอดคล้อง ระเบียบ ฯ ในการ ปฏิบัติงานในการ แก้ไขไฟฟ้า**		11. จัดกิจกรรม ร่วมกับระหว่าง P&A และลูกค้า เพื่อ สร้างความสัมพันธ์ ที่ดี **
						12. แนะนำการ ปรับปรุงค่า PF **
มี ๓ ความต้องการ พื้นฐานและ พฤติกรรมการ ใช้ไฟฟ้า • ความต้องการ ไฟฟ้าใน ส่วนต่อ	1. ไฟไม่ดับ 2. ไฟไม่ตก 3. ระบบไฟฟ้ามี มาตรฐาน มีความ ปลอดภัย	1. การซ่อมแซมและ บำรุงรักษาไฟฟ้ามี ความถูกต้อง ครบ เวลา** 2. มีการแจ้งเตือน ก่อนหยุดจ่ายไฟฟ้า 3. ความสลับไวในการ ตอบสนองต่อการ ขอใช้บริการ ต่างๆ 4. มีการให้บริการ ด้วยความเป็น มิตร สุภาพ โปร่งใส และให้ ข้อมูลถูกต้อง	1. ย้ำความความ สะดวก ในการให้บริการ ลูกค้า เช่น เพิ่มช่อง ทางการแจ้งรับแจ้ง ไฟฟ้า เป็นต้น 2. ปัญหาที่ร้องเรียน ได้ในการแก้ไข/ บรรเทา**	๑. เห็นความรวดเร็ว ในการแก้ไขไฟฟ้า จัดซื้อ** ๒. จ่ายไฟฟ้า หลังดับ ไฟไปปฏิบัติงานตาม กำหนดเวลา** ๓. ราคาเหมาะสม	1. เจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้วยความสุภาพ กระตือรือร้น**	1. มีระบบคิว** 2. มีช่องการรับใบ แจ้งค่าไฟ หลากหลาย** 3. มีช่องทางการ ชำระเงินค่าไฟ หลากหลาย** 4. เจ้าหน้าที่ หรือ จุด บริการสามารถให้ แนะนำ ให้ใช้ถูก ควรด้าน ความปลอดภัย** 5. เจ้าหน้าที่ ให้บริการด้วย ความสุภาพ** กระตือรือร้น 6. เจ้าหน้าที่บริการ หรือเรียกดูภาพ และเห็นใจ ช่วยเหลือ** 7. จุดให้บริการของ สำนักงาน กฟภ เข้าถึงได้ง่าย** 8. สามารถอธิบาย ค่าไฟฟ้าและ ต้นที่รับบริการ ได้อย่างดี**

๘

เอกสารแนบ ๓

ตารางที่ ๓.๑ ก(๒) - ๓ กิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่ต้องดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้า

ประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง ที่มีความสำคัญ	กิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่รองรับ	กลุ่มลูกค้าที่ตอบสนอง	ผู้รับผิดชอบ
• ไฟไม่ดับ / ไฟไม่ตก • ระบบไฟฟ้ามีมาตรฐาน มีความปลอดภัย • มีไฟฟ้าใช้ครอบคลุมทุกพื้นที่	แผนพัฒนาระบบไฟฟ้าในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10,11 เช่น ศพก,ศพม,ศรพ,ศรช,ศบฯ เป็นต้น	ทุกกลุ่ม	ปว.ร.กฟช.
การลดหน่วยและใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง ตรงเวลา	การขยายผลการจัดส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าอัตโนมัติโดยใช้ลูกค้า ผ่านนวัตกรรม Smart Invoice*	พาณิชย์/อุตสาหกรรม	กฟช.
เพิ่มช่องทางบริการแจ้งค่าไฟฟ้าและแจ้งเตือนเรื่องค่าไฟฟ้า	การขยายสัดส่วนการแจ้งค่าไฟฟ้าและข้อมูลอื่นๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการส่งข้อความสั้น (SMS)	ทุกกลุ่ม	กฟช.
• อำนวยความสะดวกในการให้บริการลูกค้า เช่น เพิ่มช่องทางการชำระหนี้ค่าไฟฟ้า , การขอใช้ไฟฟ้าผ่าน 1129 PEA Call Center • มีช่องทางบริการช่วยเหลือลูกค้า • จุดให้บริการของสำนักงาน กฟช. เข้าถึงได้ง่าย	• การขอใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet ตามโครงการ Happy Touch** • PEA Shop** • PEA Mobile Shop** • ปรับปรุง Front Office* • One Touch Service • การพัฒนา Mobile Application เพื่อรองรับงานบริการ/ธุรกรรม***	ทุกกลุ่ม	• ปว.ร. (ก3) • กฟช. • กฟช. • กฟช. • กฟช. • ปสท.
มีระบบคิว	Smart Queue & Smile Box **	ทุกกลุ่ม	ปสท.
• วิศวกรและเจ้าหน้าที่เทคนิค FL ในภูมิภาค • แนะนำและสร้างเสริมความรู้ในการคำนวณค่าไฟฟ้า หรือขอเสนอแนะแนวทางการใช้ไฟฟ้าที่เหมาะสม • เจ้าหน้าที่ หรือ จุดประชาสัมพันธ์ แนะนำ ให้ข้อมูลครบถ้วนเพียงพอ • ตอบแจ้งสาเหตุการไฟฟ้าดับ/ไฟกระชาก	• ปรับปรุง website ขององค์กรให้สามารถสนับสนุนข้อมูลลูกค้าได้ครอบคลุมความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า เช่น การคำนวณอัตราค่าไฟฟ้าข้อมูลการขอใช้บริการสนับสนุน และบริการอื่นๆ ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ หรือการบริการสนับสนุนที่สามารถทำธุรกรรมผ่าน website ได้*** • การพัฒนา Mobile Application เพื่อรองรับงานบริการ/ธุรกรรม***	ทุกกลุ่ม	ปสท. , ปนศ. , ปสท.
• มีเจ้าหน้าที่ หรือ จุดประชาสัมพันธ์ แนะนำ ให้ข้อมูลครบถ้วนเพียงพอ • เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ กระตือรือร้น • ความมั่นใจในการตอบสนองต่อ	จัดให้มี พนักงานบริการความคาดหวังของลูกค้า ที่มาให้บริการ (Lobby Manager) รวมถึงบริหารจัดการปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการได้ตามกระบวนการ และ สถานการณ์ เพื่อสร้างให้เกิด Customer Experience ที่ดี ***	ทุกกลุ่ม	ปทบ

๑

ประเด็นความต้องการ/ความ คาดหวัง ที่มีส่วนสำคัญ	กิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่รองรับ	กลุ่มลูกค้าที่ ตอบสนอง	ผู้รับผิดชอบ
การขอใช้บริการต่างๆ • ให้บริการด้วยความเป็นมิตร สุภาพ กระตือรือร้น โปร่งใส และ ให้ข้อมูลถูกต้อง • พนักงานมีความรู้ สามารถตอบข้อซักถามได้ชัดเจน			
• จัดทำข้อมูลพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าในแต่ละช่วงเวลา แบบเข้าใจง่าย พร้อมเสนอแนะแนวทางการใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัด • คิดค้นมีเดีย AMR	• โครงการ AMR • โครงการ AMI*** • พัฒนา Website /App. โครงการ AMR ***	พาณิชย์/อุตสาหกรรม	แผนก
• ช่องทางร้องเรียนสะดวกง่าย • เจ้าหน้าที่รับแจ้งเรื่องเรียนสุภาพ และเต็มใจช่วยเหลือ • ปัญหาที่ร้องเรียนได้รับการแก้ไขรวดเร็ว	• 1129 PEA Call Center • E-One Portal*** • กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน**	ทุกกลุ่ม	• ผลิต • ผลิต • ผลิต

หมายเหตุ

* ต้องขยายผลเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกหน่วยงาน

** ทบทวนกิจกรรม/แผนงาน/โครงการ ให้สอดคล้องตามความต้องการ/ความคาดหวัง และนโยบาย PEA

*** กิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่ต้องพัฒนาขึ้นใหม่

วิธีการ/ช่องทาง รับฟังข้อมูล	ความถี่/วิธีการ (แบ่งตามกลุ่มลูกค้า)				ข้อมูลที่ได้รับ	นำไปใช้ประโยชน์	ผู้รับผิดชอบ	ประสิทธิผล	
	บ้านอยู่ อาศัย	อุตสาหกรรม	พาณิชย์						อื่นๆ
			ไม่ แข่งขัน	แข่งขัน					
1. การสำรวจข้อมูลลูกค้า (1220) (คู่มือการสำรวจเพื่อหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้าและตลาด)	ปีละ 1 ครั้ง สำรวจโดย ทางสาขา แบบสอบถาม/ ถาม/ สัมภาษณ์	ปีละ 1 ครั้ง สำรวจโดย ทางสาขา แบบสอบถาม/ ถาม/ สัมภาษณ์	ปีละ 1 ครั้ง สำรวจโดย ทางสาขา แบบสอบถาม/ ถาม/ สัมภาษณ์	ปีละ 1 ครั้ง สำรวจโดย ทางสาขา แบบสอบถาม/ ถาม/ สัมภาษณ์	ความพึงพอใจ สาเหตุของความ ไม่พึงพอใจ ข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะ	กำหนดกลยุทธ์ กำหนดแผนการตลาด พัฒนาระบบบริการ การดำเนินงาน การดำเนินงาน การดำเนินงาน	แผนงาน SEPA หมวด 3 ที่ปรึกษาภายนอก	ไม่ลดระดับ ตามระดับเวลา ที่กำหนด	
2. การรับฟังข้อเสนอแนะ (การประชุมแบบ 3 2 1) (11)	ปีละ 24 ครั้ง	ปีละ 24 ครั้ง	ปีละ 24 ครั้ง	ปีละ 24 ครั้ง	ข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะ	นำปัญหาไป หากรรมการ ลูกค้าสัมพันธ์ พิจารณา พิจารณา พิจารณา	แผน การประชุม การประชุม	ตัวชี้วัด ประสิทธิภาพ ของ กระบวนการ จัดการข้อ ร้องเรียน 3.2 3.2.2	
3. การประชุมกับหน่วยงานลูกค้า (11)									
๑. โครงการอบรม ความรู้เชิงเทคนิค ทางวิชาการ 15 วัน (คู่มือการติดตามข้อมูล ป้อนกลับจากลูกค้าทาง โทรศัพท์)	เวลาทำงาน	เวลาทำงาน	เวลาทำงาน	เวลาทำงาน	ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค	นำปัญหาไป หากรรมการ ลูกค้าสัมพันธ์ พิจารณา พิจารณา พิจารณา	แผน (การประชุม) การประชุม	ไม่ลดระดับ ตามระดับเวลา ที่กำหนด	
๑. สำรวจความพึง พอใจผ่านระบบบริหาร จัดการห่วงโซ่อุปทาน ประเมินความพึงพอใจ (Satisfaction Box) (คู่มือการติดตามข้อมูล ป้อนกลับจากลูกค้า ประเมินความพึงพอใจ)	เวลาทำงาน		เวลาทำงาน	เวลาทำงาน	ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค	นำปัญหาไป หากรรมการ ลูกค้าสัมพันธ์ พิจารณา พิจารณา พิจารณา	แผน (การประชุม) การประชุม	ไม่ลดระดับ ตามระดับเวลา ที่กำหนด	
4. การค้นหา (คู่มือการค้นหาข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับลูกค้า) (1220)		ปีละ 1 ครั้ง	ปีละ 1 ครั้ง		ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค	นำปัญหาไป หากรรมการ ลูกค้าสัมพันธ์ พิจารณา พิจารณา พิจารณา	แผน (การประชุม) การประชุม	ไม่ลดระดับ ตามระดับเวลา ที่กำหนด	
5. เก็บรวบรวมข้อมูล จากลูกค้า (คู่มือ การค้นหา ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า ที่ส่งผลกระทบต่อลูกค้า) (1220)					ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เชิงเทคนิค	นำปัญหาไป หากรรมการ ลูกค้าสัมพันธ์ พิจารณา พิจารณา พิจารณา	แผน (การประชุม) การประชุม	ไม่ลดระดับ ตามระดับเวลา ที่กำหนด	

กระบวนการงานการรับฟังเสียงลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองสื่อสารองค์กร

หมายเหตุ: (1) หมายถึง การรวบรวม VOC ของลูกค้าปัจจุบัน, (2) หมายถึง การรวบรวม VOC ของอดีตลูกค้า,
(3) หมายถึง การรวบรวม VOC ของลูกค้าคู่แข่ง, (4) หมายถึง การรวบรวม VOC ของลูกค้าในอนาคต

กระบวนการงานการรับฟังเสียงลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ | ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองสื่อสารองค์กร

ผู้จัดทำ กองสื่อสารองค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์