

แผนปฏิบัติการประจำปี 2562

กฟอ.สันทราย

ด้านลูกค้า

(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 1

- ความพึงพอใจของลูกค้า

กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

กลุ่มพาณิชย์

กลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอื่นๆ

- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 1

- ความพึงพอใจลูกค้า

กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

กลุ่มพาณิชย์

กลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอื่นๆ

- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

7. เป้าหมาย

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
			เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
2. แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service) (เชื่อมโยงกับ SO5 ในแผนงาน DT 1.1) (CR1.2)	2.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download ใช้งาน PEA Smart Plus บน Smart Phone		ครั้ง		ครั้ง		ครั้ง		ครั้ง	
	เป้าหมาย กฟอ.สทร. ไตรมาสละ 1 ครั้ง	ผบป.	3		3		3		3	

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
			เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
	กฟอ.สทร. 12 ครั้ง									
	2.2 ลูกค้า Download PEA Mobile Smart Plus App. (Download & Active)								ราย	
	เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5	ผบป.	-		-		-		15618	
	5.3 เชิญชวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ รายใหม่ทุกราย สมัครรับ Smart Invoice (e-mail หรือ Fax)									
	เป้าหมาย 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่	ผบป.	เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100	
	5.4 รายงานการปฏิบัติงานประจำวันของ Front Manager ผ่าน Application									
	เป้าหมาย กฟอ.สทร. 80% ของวันทำการ	Front Manager	เปอร์เซ็นต์ 80		เปอร์เซ็นต์ 80		เปอร์เซ็นต์ 80		เปอร์เซ็นต์ 80	
	5.5 ติดตามผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Facebook ของ การไฟฟ้าในสังกัด									
	เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง	ผบค.	ครั้ง 1		ครั้ง 1		ครั้ง 1		ครั้ง 1	
เกณฑ์ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า Key Account, High Value										
6. แผนงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (ต่อ)	6.2 รวบรวม/ทบทวน และ พิจารณารายชื่อลูกค้ารายสำคัญ									
	เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง กฟอ.สทร. 1 ครั้ง	KAM	-		-		-		ครั้ง 1	
	6.6 จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามแผนฯ (CRM-KAM-003) - กรณีของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วนรายงานสรุปประเด็นเสี่ยงของลูกค้า - ติดตามผล และสรุปรายงานผลการตอบสนองของลูกค้า									
	เป้าหมาย รายงานผลการตอบสนองของลูกค้าจากการจัดการเสี่ยง ของลูกค้าแล้วเสร็จ ภายใน 5 วันทำการ กฟอ.สทร. 100%	KAM	เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100	
	6.7 บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าลงในระบบ สารสนเทศ ภายใน 7 วันหลังจากจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM Plus (BIC_SAP) , PEA-VOC System)									
	เป้าหมาย มีการบันทึกข้อมูลแล้วเสร็จตามที่กำหนด กฟอ.สทร. 100%	KAM	เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100		เปอร์เซ็นต์ 100	

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
			เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
7. แผนงานสร้างความสัมพันธ์ และรักษฐานลูกค้า High Value	6.9 สรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ									
	เป้าหมาย รายงานสรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้า รายสำคัญ ภายใน ก.ค.2562 (CRM-KAM-005) กพอ.สทร. 1 ครั้ง	KAM	-		-		-		ครั้ง 1	
	7.1 เยี่ยมเยือนลูกค้าและบันทึกผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าลงในโปรแกรม BIC_SAP ตาม CRM-VST-002,003 2.1.1 ลูกค้ารายใหญ่									
	เป้าหมาย กพอ.สทร. 17 ราย	KAM	ราย 11		ราย 6		-		-	
	7.2 เยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหารระดับสูง และบันทึกผลการเยี่ยมเยือน ลูกค้าลงในระบบ BIC_SAP									
	เป้าหมาย ผจก.กพอ.สทร. ไตรมาสละ 6 ราย	KAM	ราย 6		ราย 6		ราย 6		ราย 6	