

แผนปฏิบัติการประจำปี 2563 (บททวนด้านลูกค้า (Customer Value Proposition)
สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการ
และความคาดหวังของลูกค้า

CR 2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและรักษา
ฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

CR 3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการของลูกค้า
โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer service)
- CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและรักษาฐาน
ลูกค้ารายสำคัญ (CRM)
- CR3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
 - กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
 - กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)
 - ภาครัฐและอื่นๆ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ อื่นๆ)
- ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง
- ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ
Potential Customer (Strategic และ Star)
เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

- ความพึงพอใจลูกค้า Key account , High Value

- ความสำเร็จของแผนการพัฒนา PEA Customer journey

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 1
- กลุ่มลูกค้ารายย่อย
(บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
- กลุ่ม
(อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
- ภาครัฐและอื่นๆ
(ราชการ และรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ)
- ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง
- ความพึงพอใจลูกค้า key Account , High Value
- ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมายแผน ฯ กพอ.สท. ปี 2563	ไตรมาสที่ 1		ไตรมาสที่ 2		ไตรมาสที่ 3		ไตรมาสที่ 4		สถานที่	ช่วงเวลา	หน่วยงานหลัก
			เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน			
เกณฑ์ BSC ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง													
2.CR1.2 แผนงานพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร PEA Smart Plus บน Smart Phone	2.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download ใช้งาน												ผบค.
	เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง กพอ.สท. ไตรมาสละ 1 ครั้ง (4 ครั้ง)	4 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กพอ.สท.		
เกณฑ์ BSC สายงานฯ ความพึงพอใจลูกค้า Key Account , High Value													
5. CR2.1 แผนงานสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า Key Account	5.1การให้บริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ลูกค้าที่มีรายได้ค่าไฟฟ้ามากกว่า 20 ล้านบาท) เป้าหมาย												
	5.2 การเยี่ยมเยียนลูกค้าและบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้าลงในโปรแกรม CRM Plus 2.1.1 ลูกค้ารายใหญ่ เป้าหมาย	21 ราย	-								กพอ.สท.	ไตรมาส 1-4	ผบค.

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมายแผน ฯ กฟอ.สทร. ปี 2563	ไตรมาสที่ 1		ไตรมาสที่ 2		ไตรมาสที่ 3		ไตรมาสที่ 4		สถานที่	ช่วงเวลา	หน่วยงานหลัก		
			เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	2.1.2 ลูกค้า High Value (H) เป้าหมาย น.1 73 ราย	2 ราย	2 ราย								กฟอ.สทร.	ไตรมาส 1-4	ผบค.		
	5.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้าโดยผู้บริหารระดับสูง และบันทึกผลการเยี่ยมเยียน ลูกค้าลงในระบบ CRM Plus เป้าหมาย อช.น.1 12 ราย	-	-								กฟอ.สทร.	ไตรมาส 1-4	ผบค.		
	5.4 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ เป้าหมาย (เฉพาะ กฟฟ.ที่มีรายได้เกิน 100 ลบ./เดือน) น.1 8 แห่ง	8 แห่ง	0	0	8	0				กฟอ.สทร.	ภายในไตรมาส 3		ผบค.		
	กฟจ.เชียงใหม่ กฟจ.เชียงใหม่2 กฟจ.ลำปาง กฟจ.ลำพูน กฟจ.เชียงราย กฟจ.พะเยา กฟจ.แม่ฮ่องสอน กฟอ.สันทราย														
	5.5 การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account เป้าหมาย ทบทวนภายในไตรมาส 1/63	1 ครั้ง	1 ครั้ง							กฟอ.สทร.				ไตรมาส 1	ผบค.
										กฟอ.สทร.				ไตรมาส 1-4	
	แผนแม่บทบริการลูกค้าของสายงานฯ														
	9.แผนงานขยายผลการแจ้งค่าไฟฟ้าแบบ Smart Invoice ผ่านระบบ SMS,Email,Auto Fax	9.1 เชิญชวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ รายใหม่ทุกราย สมัครรับ Smart Invoice (e-mail หรือ Fax) ที่เกิดขึ้นในปี 2563 เป้าหมาย 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่ น.1 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่	100%	100%		100%		100%		100%		กฟอ.สทร.	ไตรมาส 1-4	ผบป.	