

แผนปฏิบัติการประจำปี 2561
กฟจ.ลป

ด้านลูกค้า
(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการ
และความคาดหวังของลูกค้า
- CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและ
มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่าง
ยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการ
และความคาดหวังของลูกค้า
- CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและ
มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่าง
ยั่งยืน

8 แผนงาน 33 กิจกรรม

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 1
- ความพึงพอใจของลูกค้า
 - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - กลุ่มพาณิชย์
 - กลุ่มอุตสาหกรรม
 - กลุ่มอื่นๆ
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/
ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับ
การให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 1
- ความพึงพอใจลูกค้า
 - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - กลุ่มพาณิชย์
 - กลุ่มอุตสาหกรรม
 - กลุ่มอื่นๆ
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการการแก้ไขปัญหา
ไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับ
การให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

7. เป้าหมาย

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย ปี 2561	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
3. งานเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ดำเนินการตามบันทึก ผวธ.(ก3) 327/2560 ลว.8 ก.ค. 2560	กฟฟ.1-3 กฟส. กฟจ.ลำปาง		20,000	6,660	1,981	6,660		6,660		6,680	
	3.1 ประเมินผลพนักงานบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการ (Front Manager)	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 1-3 น.1 15 แห่ง (รายงานไตรมาสละ 1 ครั้ง)		4	1		1		1		1	
	3.3 จัดบอร์ดประชาสัมพันธ์พนักงานรับชำระเงินดีเด่น ประจำเดือน โดยมีประเด็นพิจารณา ดังนี้ 1. จำนวนการให้บริการลูกค้าทั้งเดือนมากกว่าค่าเฉลี่ย จำนวนลูกค้าต่อผู้ให้บริการทั้งหมด 2. มีสัดส่วนลูกค้ากด Smile Box มากกว่าร้อยละ ๖๐ ของจำนวนคิวทั้งหมด 3. ระดับคะแนนประเมินความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด	กบล. ผลส. กฟฟ.1-3									
	เป้าหมาย กฟฟ. 1-2-3 เดือนละ 1 ครั้ง น.1 15 แห่ง										
	3.4 ประกาศแผนดับไฟผ่าน PEA Website 100%	กปบ. ผคฟ. กฟฟ.1-3									
(บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย, อุตสาหกรรม, อื่นๆ)	เป้าหมาย (ทุกจุดรวมงาน) น.1 15 แห่ง		100%	100%	100%	100%		100%		100%	
ติดตามข้อมูลจาก http://isu.pea.co.th/registerid	3.6 การเชื่อมโยงข้อมูลผู้ใช้ไฟจากฐานข้อมูลทะเบียนราษฎรโดยเค Smart Card Reader 90% ของลูกค้าที่ยื่นคำร้องติดตั้งใหม่ปกติ, ชั่วคราว,	กทร. ผสบ. กฟฟ.1-3 กฟส.									

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย ปี 2561	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
4. งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (กลุ่มพาณิชย์, อุตสาหกรรม)	เพิ่ม-ลดขนาด, เลิกใช้ไฟฟ้า										
	เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 1-2-3, กฟส., กฟย. น.1 90% ของจำนวนคำร้อง		>=90%	>=90%	>=90%	>=90%		>=90%		>=90%	
	4.1 จัดทำแผนเยี่ยมเยียนลูกค้าในระบบ BIC_SAP										
	4.1.1 ลูกค้ารายใหญ่	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย	กฟฟ.1-3									
	น.1 477 ราย		477 ราย	26		-		-		-	
	กฟจ.ลำปาง		21	21							
	กฟส.แจ้ห่ม		3	3							
	กฟส.จาว		2	2							
	4.1.2 ลูกค้ากลุ่ม High Value	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย	กฟฟ.1-3									
	น.1 73 ราย		73 ราย	5		-		-		-	
(กลุ่มพาณิชย์, อุตสาหกรรม)	กฟจ.ลำปาง		5	5							
	4.2 เยี่ยมเยียนลูกค้าและบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ลงในโปรแกรม BIC_SAP ตาม CRM-VST-002,003										
	4.2.1 ลูกค้ารายใหญ่	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย	กฟฟ.1-3									
	กฟจ.ลำปาง		21			6		6		5	
	กฟส.แจ้ห่ม		3			2		1			
	กฟส.จาว		2			1		1			
	4.2.2 ลูกค้ากลุ่ม High Value	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย	กฟฟ.1-3									
	กฟจ.ลำปาง		5			2		2		1	

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย ปี 2561	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
อข. 3 ราย/ไตรมาส ผจก.1-2-3 6 ราย/ไตรมาส	4.3 เยี่ยมเยียนลูกค้าโดยผู้บริหารระดับสูง และบันทึกผล การเยี่ยมเยียนลูกค้าลงในระบบ BIC_SAP	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย อข.น.1 12 ราย	ลูกค้ามูลค่าสูง	รายใหญ่	#REF!		#REF!		#REF!		#REF!	
	เป้าหมาย ผจก. น.1 360 ราย	High Value	รายใหญ่	6		6		6		6	
	กฟจ.ลำปาง	12	12	6		6		6		6	
	กฟฟ.1-3										
	4.8 เยี่ยมเยียนลูกค้า KAM	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย (ไตรมาสละ 1 ครั้ง)		4 ครั้ง	1		1		1		1	
	4.10 สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ KAM จากผลสำรวจโดย PEA Call Center	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย (KAM ประจำ กฟฟ. ทุกสาย ปีละ 1 ครั้ง)		1 ครั้ง	-		-		-		1	

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย ปี 2561	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
มีแนวทางการจัดสัมมนาดังต่อไปนี้ การสัมมนาบรรยายวิชาการ, การจัดเสวนา, การประชุมแบบ Focus Group, กิจกรรมนันทนาการ ศึกษาดูงาน <											