



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

คู่มือการเยี่ยมชมเยือน ลูกค้า

สายงานธุรกิจและการตลาด
ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ
(ปรับปรุงครั้งที่ 2)

อนุมัติ

(ลงชื่อ)

(นายศุภชัย เอกอุ่น)

ตำแหน่ง
วันที่

ผู้ว่าการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
13 ม.ค. 2566

A-WM-01

คำนำ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ให้ความสำคัญในการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดยตระหนักว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการเติบโตขององค์กร เกิดจากความเชื่อมั่นและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร กฟภ. จึงมีแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับลูกค้าใหม่ ลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าที่ผูกพันต่อองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ สร้างความภักดีของต่อองค์กร ตลอดจนเป็นการต่อยอดรายได้ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่องของ กฟภ. ต่อไป

คู่มือการเยี่ยมเยียนลูกค้า ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์โดยวิธีการพบปะลูกค้า ทั้งในเชิงการสร้างความสัมพันธ์อันดี การแก้ไขผลกระทบจากการดำเนินงานของลูกค้า และรับฟังประเด็นปัญหาอุปสรรค ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า เปิดโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ตลอดจนการนำเสนอแผนงานต่างๆ ของ กฟภ. เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์ อีกทั้งเป็นการกระชับความสัมพันธ์รักษาลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป

หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะ กรุณาติดต่อ กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด โทร 0-2590-9226

กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ
ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
สายงานธุรกิจและการตลาด
เดือน ธันวาคม 2565

สารบัญ

	หน้า
1. วัตถุประสงค์	1
2. ขอบเขต	1
3. คำจำกัดความ	1
4. หน้าที่ความรับผิดชอบ	3
5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)	4
6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6
7. มาตรฐานงาน	9
8. แบบฟอร์มที่ใช้	10
ภาคผนวก ก รายละเอียดแบบฟอร์ม	11
CRM-VST-001	รายชื่อลูกค้าเป้าหมายและแผนงานการเยี่ยมเยือนลูกค้า
CRM-VST-002	รายงานสรุปการเยี่ยมเยือนลูกค้า
CRM-VST-003	สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า
ภาคผนวก ข ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน	17
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้จัดทำ	28

1. วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ารายใหญ่/ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอื่นๆ โดยการพบปะลูกค้า พร้อมรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการและการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์ อีกทั้งยังสามารถต่อยอดทางธุรกิจ และสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป

2. ขอบเขต

คู่มือการเยี่ยมเยือนลูกค้า ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์โดยวิธีการพบปะลูกค้า ทั้งในเชิงการสร้างความสัมพันธ์อันดี การแก้ไขผลกระทบจากการดำเนินงานของลูกค้า รวมถึงการต่อยอดธุรกิจตามเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์เพื่อรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า ตลอดจนการนำเสนอแผนงานต่างๆ ของ กฟภ. ซึ่งครอบคลุมแผนงานเยี่ยมเยือนต่างๆ

3. คำจำกัดความ

3.1 ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กฟภ. ครอบคลุมถึงลูกค้าในปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย

3.2 ลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณา/คัดเลือก เพื่อดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าตามขอบเขตที่กำหนด

3.3 ลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer: HVC) หมายถึง กลุ่มลูกค้าจากผลการจัดลำดับมูลค่าความเป็นลูกค้าตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และแนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

3.4 ลูกค้ารายใหญ่ หมายถึง ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายตั้งแต่ 100kVA หรือ ทุกขนาดรวมกันตั้งแต่ 100 kVA ขึ้นไป หรือเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุด ตั้งแต่ 30 กิโลวัตต์ขึ้นไป ทั้งรายที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย หรือใช้หม้อแปลงร่วมของ กฟภ.

3.5 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) หมายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด

3.6 การเยี่ยมเยือนลูกค้า หมายถึง การพบปะลูกค้า ทำให้สามารถรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และหาข้อสรุปหรือข้อเสนอแนะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วทั้ง และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ตามวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมเยือนลูกค้าที่กำหนด

3.7 ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ระบบสารสนเทศที่ใช้ในงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ประกอบด้วย ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM Plus และ แอปพลิเคชัน CRM Mobile Workforce (อนาคต)

3.8 วัตถุประสงค์ของการเยี่ยมเยือนลูกค้า หมายถึง การกำหนดเป้าประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยกระบวนการเยี่ยมเยือนลูกค้า สามารถแบ่งเป็น 5 วัตถุประสงค์ ดังนี้

3.8.1 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า และ กฟภ.

3.8.2 เพื่อเข้าแก้ไขปัญหา ลดผลกระทบของลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นอันเกิดจากการใช้บริการของ กฟภ.

3.8.3 เพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

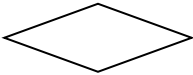
3.8.4 เพื่อติดตามผลการให้บริการ/ข้อร้องขอของลูกค้า

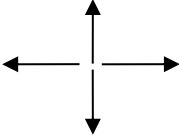
3.8.5 อื่นๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารประจำหน่วยงาน

3.9 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน

3.9.1  คือ จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ

3.9.2  คือ กิจกรรมและการปฏิบัติงาน

3.9.3  คือ การตัดสินใจ

3.9.4  คือ ทิศทาง/การเคลื่อนไหวของงาน

3.9.5  คือ จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการเขียนกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน 1 หน้า

3.9.6  คือ เอกสาร/รายงาน

3.9.7  คือ ฐานข้อมูล

3.9.8  คือ จุดควบคุมกิจกรรมหลักที่คาดว่าจะเกิดปัญหาบ่อย/ต้องควบคุมเป็นพิเศษ

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

4.1 กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (กสธ.ผลพ.) ทำหน้าที่

- 4.1.1 กำหนดแนวทางการเยี่ยมเยือนลูกค้า รวมถึงค่าเป้าหมาย และทิศทางการดำเนินงานต่างๆ
- 4.1.2 ติดตามสถานะการดำเนินงาน รวบรวมและจัดทำสรุปผลการดำเนินงาน ในภาพรวมของ กฟผ.
- 4.1.3 ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการเยี่ยมเยือนฯ ในภาพรวมขององค์กร นำเสนอผู้บริหารตามลำดับชั้น เพื่อนำเสนอ ผวก. อนุมัติคู่มือและแนวทางที่เกี่ยวข้องต่อไป

4.2 กองบริการลูกค้า (กบล.) 12 เขต ทำหน้าที่

- 4.2.1 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร ซึ่งมี ผชก.กฟข. เป็นหัวหน้าคณะเยี่ยม พร้อมกำหนดวัตถุประสงค์ คัดเลือกลูกค้าเป้าหมาย พร้อมกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าและนำเสนอ ผชก.กฟข. เพื่ออนุมัติแผน
- 4.2.2 นัดหมายลูกค้าก่อนการเยี่ยมเยือน ประสานงาน กฟผ. ในพื้นที่ จัดเตรียม/สนับสนุนข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า พร้อมเข้าร่วมการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนที่กำหนด
- 4.2.3 บันทึกแผนและผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนของ ผชก.กฟข. ในระบบสารสนเทศ
- 4.2.4 ประสานงาน ติดตามสถานะการเยี่ยมเยือนลูกค้าในภาพรวมของ กฟผ. ตลอดจนติดตามเร่งรัดการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเร่งด่วน รวมถึงสรุปรายงานผลดำเนินการและสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าเสนอผู้บริหาร

4.3 ผชก.กฟข. ทำหน้าที่

- 4.3.1 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ในภาพรวม กฟผ.
- 4.3.2 พิจารณาอนุมัติแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร (ผชก.กฟข.) ตามค่าเป้าหมายที่กำหนด
- 4.3.3 เป็นหัวหน้าคณะ ในการเยี่ยมเยือนลูกค้า ตามแผนงานที่กำหนด
- 4.3.4 กำหนดแนวทางการสนับสนุนทรัพยากร และงบประมาณ ในการแก้ปัญหา/การดำเนินงานต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ/เสี่ยงของลูกค้า ที่ได้รับจากกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยเร่งด่วน

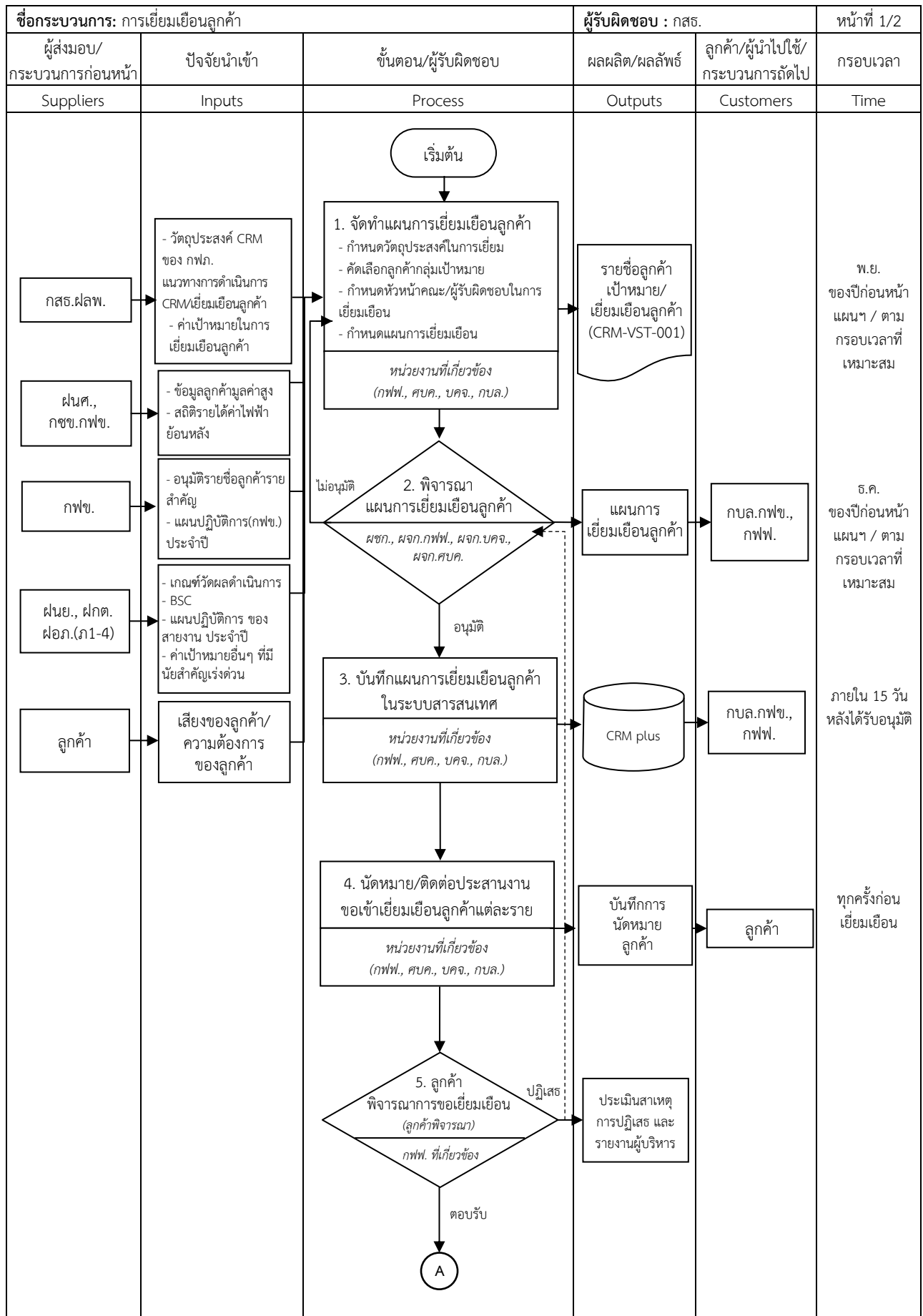
4.4 กฟผ.ชั้น 1-3, บคจ., ศบค., กฟส., กฟย. ทำหน้าที่

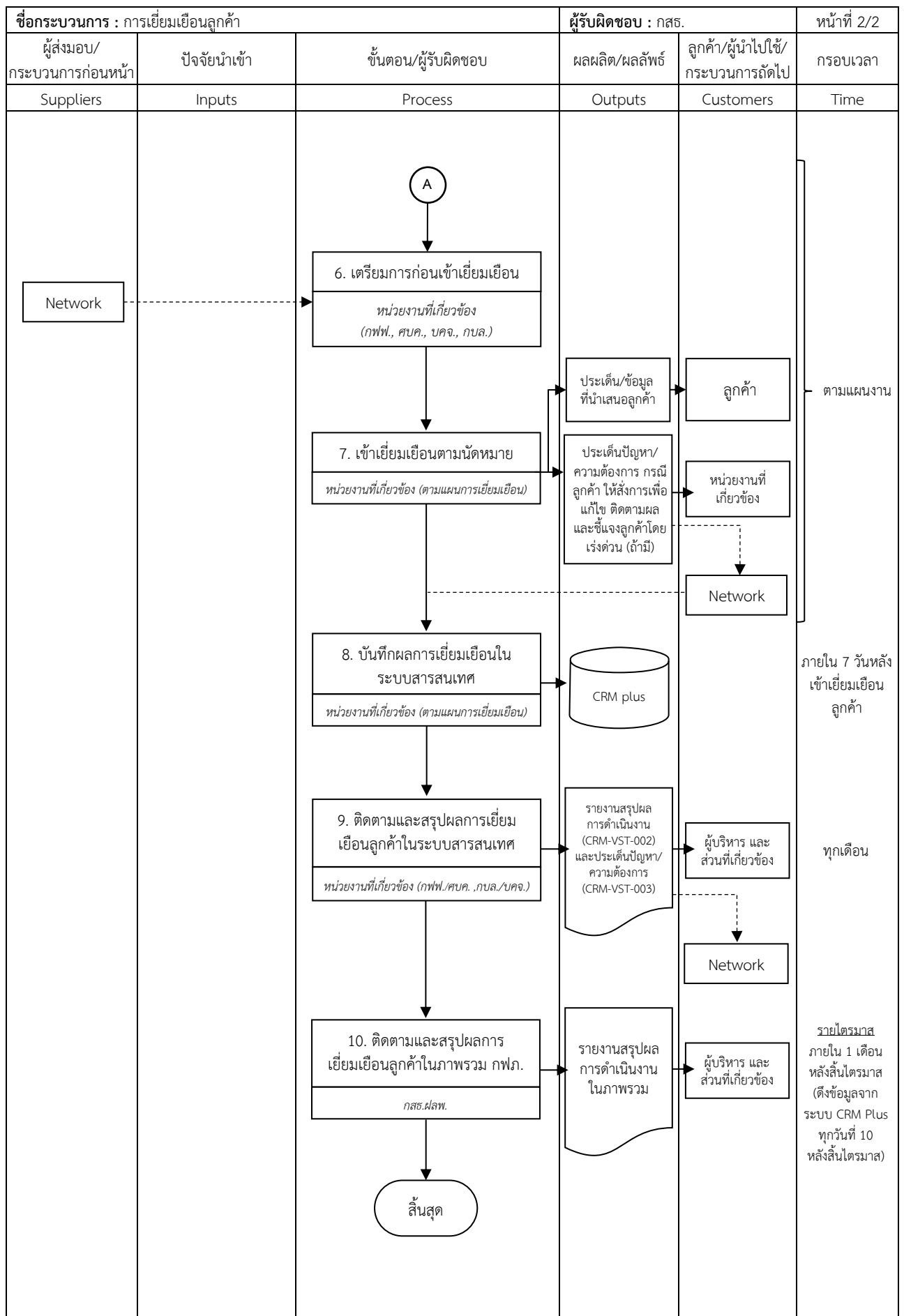
- 4.4.1 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พร้อมสนับสนุนทรัพยากร และงบประมาณ เพื่อใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของหน่วยงาน
- 4.4.2 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร ซึ่งมี ผจก. ของแต่ละหน่วยงานเป็นหัวหน้าคณะเยี่ยม พร้อมกำหนดวัตถุประสงค์ คัดเลือกลูกค้าเป้าหมาย พร้อมกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าและพิจารณาอนุมัติแผนเยี่ยมฯ ของหน่วยงาน
- 4.4.3 นัดหมายลูกค้าก่อนการเยี่ยมเยือน จัดเตรียมความพร้อมก่อนเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า พร้อมเข้าร่วมการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนที่กำหนด
- 4.4.4 บันทึกแผนงานและผลการเยี่ยมเยือนฯ ในระบบสารสนเทศ
- 4.4.5 ประสานงานส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการ/เสี่ยงของลูกค้าที่ได้รับจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยเร่งด่วน
- 4.4.6 สรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าในภาพรวม กฟผ. รวมถึงสรุปรายงานผลดำเนินการ และสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า นำเสนอผู้บริหาร

4.5 กองพัฒนาระบบสารสนเทศด้านบริการลูกค้า ฝ่ายวางแผนพัฒนาระบบสารสนเทศและสื่อสาร (กพล.ผลพท.) ทำหน้าที่

พัฒนาและปรับปรุงระบบสารสนเทศด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผน การบันทึกผล และการจัดการการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)





6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

6.1 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า

กบล.กฟข., บคจ., กฟฟ., ศบค. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยือนลูกค้าในส่วนที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องกับข้อมูลลูกค้า วัตถุประสงค์, เกณฑ์วัดผลดำเนินการ, แผนปฏิบัติการประจำปี และนโยบายของผู้บริหาร ภายในเดือนพฤศจิกายนของปีก่อนหน้า โดยหากแต่ละหน่วยงาน มีการพิจารณาจัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า เพิ่มเติมระหว่างปี ตามวัตถุประสงค์ หรือประเด็นที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน ให้พิจารณาแผนเพิ่มเติม และนำเสนอผู้บริหารของหน่วยงานตามความเหมาะสมต่อไป โดยมีรายละเอียดการจัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า ดังนี้

6.1.1 พิจารณาและกำหนดวัตถุประสงค์ และคัดเลือกลูกค้าเป้าหมาย

เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ กฟผ. ทำให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ หรือข้อดีในการดำเนินกิจกรรมของ กฟผ. จึงควรพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ และคัดเลือกลูกค้าเป้าหมาย ให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมเยือนลูกค้า ตามหัวข้อ ดังนี้

- 6.1.1.1 เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. และลูกค้า
- 6.1.1.2 เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรค และลดผลกระทบอันเกิดจากการใช้บริการของ กฟผ.
- 6.1.1.3 เพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
- 6.1.1.4 เพื่อติดตามผลการให้บริการ/ข้อร้องขอของลูกค้า
- 6.1.1.5 อื่นๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารประจำหน่วยงาน

6.1.2 กำหนดหัวหน้าคณะ/ผู้รับผิดชอบในการเยี่ยมเยือนลูกค้า

6.1.2.1 การเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร เป็นการกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยมีผู้บริหารของหน่วยงานเป็น “หัวหน้าคณะ” ในการเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยได้มีการกำหนดค่าเป้าหมายในการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร ในแต่ละระดับ ดังนี้

- (1) เยี่ยมเยือนโดย ผชก.กฟข. : ไตรมาสละ 3 ราย
- (2) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 1 : ไตรมาสละ 8 ราย
- (3) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3 : ไตรมาสละ 6 ราย
- (4) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟส. : ไตรมาสละ 3 ราย
- (5) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟย. : พิจารณาตามความพร้อมและศักยภาพของพื้นที่

ทั้งนี้ หากเป็นพื้นที่ **กฟฟ.นำร่อง (Pilot Project)** ได้มีการกำหนดค่าเป้าหมายในการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดย **ผจก. ด้าน Service** ดังนี้

- (1) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.บคจ โดยให้พิจารณาเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าร่วมกับ ศบค. ภายในสังกัดได้ โดยมีค่าเป้าหมายการเยี่ยม ได้แก่
 - เยี่ยมเยือนโดย ผจก.บคจ (L) : ไตรมาสละ 6 ราย (เยี่ยมร่วมกับ ศบค.)
 - เยี่ยมเยือนโดย ผจก.บคจ (S) : ไตรมาสละ 3 ราย (เยี่ยมร่วมกับ ศบค.)
- (2) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.ศบค. (L,M / กฟฟ.จตุรรมงานเดิม) : ไตรมาสละ 6 ราย
- (3) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.ศบค. (S / กฟส.เดิม) : ไตรมาสละ 3 ราย

หมายเหตุ :

1. หากการเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร มีผู้บริหารเข้าร่วมมากกว่า 1 ท่าน เช่น ผจก.กฟฟ.จตุรรมงาน และ ผจก.กฟส. (พื้นที่ตั้งของลูกค้า) จะพิจารณานับผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามค่าเป้าหมายจาก สำหรับหัวหน้าคณะเท่านั้น **ยกเว้น** พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง (Pilot Project) ผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดย ผจก.บคจ. สามารถนับค่าเป้าหมายตามผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ร่วมกับการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดย ผจก.ศบค. ได้
2. การเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร หากผู้บริหาร ซึ่งเป็นหัวหน้าคณะ ไม่สามารถเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนได้ ให้พิจารณาปรับแผน หรือมอบหมายให้ผู้บริหารภายใต้บังคับบัญชา ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าคณะ และเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าแทนได้

6.1.2.2 การเยี่ยมเยียนลูกค้า โดยพนักงาน กฟผ. เป็นการเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้า ตามแผนของหน่วยงาน โดยไม่มีผู้บริหารของหน่วยงาน เป็นหัวหน้าคณะ ในการเข้าพบลูกค้า ตามวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมเยียนลูกค้า เช่น พนักงานดูแลลูกค้ารายสำคัญ เข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าตามคู่มือกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ, พนักงานประจำแผนกบริหารเข้าเสนอขายบริการเสริม/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับลูกค้า เป็นต้น

6.1.3 กำหนดแผน (ช่วงเวลา) ในการเยี่ยมเยียนลูกค้า และรูปแบบการเยี่ยมเยียนลูกค้า โดยพิจารณาได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 เยี่ยมเยียนลูกค้าในรูปแบบ Onsite ตามแผนงานของ กฟผ. (รูปแบบหลัก)

รูปแบบที่ 2 เยี่ยมเยียนลูกค้าในรูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (รูปแบบรอง)

6.2 พิจารณาแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้า

ผู้บังคับบัญชาแต่ละหน่วยงานพิจารณาแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าประจำหน่วยงาน พร้อมทั้งแจ้งแผนการเยี่ยมเยียนดังกล่าว ให้หน่วยงานและ กฟผ. ที่เกี่ยวข้องทราบภายในเดือนธันวาคมของปีก่อนหน้าแผนหรือหากมีการจัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าเพิ่มเติมระหว่างปี ให้พิจารณาอนุมัติตามกรอบระยะเวลาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับแผนงาน

6.3 บันทึกแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าในระบบสารสนเทศ

เมื่อผู้บริหารอนุมัติแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ให้ส่วนที่เกี่ยวข้องบันทึกแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าในระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันใช้โปรแกรม CRM Plus) โดยระบุวันที่จะเข้าเยี่ยมเยียนตามแผนงานสำหรับลูกค้าแต่ละราย พร้อมระบุหัวหน้าคณะ/ผู้รับผิดชอบในการเยี่ยมเยียนลูกค้าด้วย ภายใน 15 วันหลังได้รับการอนุมัติแผน

6.4 นัดหมาย/ติดต่อประสานงาน ขอเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าแต่ละราย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการนัดหมาย ติดต่อประสานงาน อาทิเช่น ทำหนังสือแจ้ง โทรศัพท์เพื่อ นัดหมาย หรือ Email เพื่อแจ้งการขอเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้า ก่อนแผนการเยี่ยมเยียนประมาณ 1 เดือน หรือตามความเหมาะสม โดยการนัดหมายหรือทำหนังสือแจ้งลูกค้า และสอบถามหรือแนบใบตอบรับการเยี่ยมเยียน

6.5 ลูกค้าพิจารณาการขอเยี่ยมเยียน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ติดตามการตอบรับการขอเข้าเยี่ยมเยียนจากลูกค้า จากการสอบถามหรือใบตอบรับตามข้อ 6.4 ทั้งนี้ หากลูกค้าปฏิเสธการขอเข้าเยี่ยมเยียน ให้ กฟผ. ประเมินสาเหตุการปฏิเสธ รวมทั้งการพิจารณาขออนุมัติปรับแผนโดยการคัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อให้ได้จำนวนตามเป้าหมายต่อไป

6.6 เตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยียน

เมื่อลูกค้าตอบรับการขอเข้าเยี่ยมเยียน ให้ส่วนที่เกี่ยวข้องดำเนินการเตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยียน ดังนี้

6.6.1 กำหนดหัวข้อการนำเสนอ โดยมีตัวอย่างประเด็นที่เกี่ยวข้องในการจัดเตรียมข้อมูล ตามส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

กฟผ./กบล.	
พื้นที่ กฟผ.นำร่อง ด้าน Service	พื้นที่ กฟผ.นำร่อง ด้าน Network
- แนะนำหน่วยงานและข้อมูลทั่วไป - วิเคราะห์ลักษณะการใช้และอัตราค่าไฟฟ้า - วิเคราะห์/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า - ประเด็นอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการทราบ (จากสอบถามหรือใบตอบรับของลูกค้า)	- สภาพการจ่ายไฟ และสถิติกระแสไฟฟ้าขัดข้อง - การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าของ กฟผ. - แผนงานปรับปรุงระบบไฟฟ้าของ กฟผ. - การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าของลูกค้า * กฟผ.ด้าน Network สนับสนุนที่เกี่ยวข้องให้ด้าน Service

6.6.2 ของที่ระลึก (ตามความเหมาะสม)

6.7 เข้าเยี่ยมเยียนตามนัดหมาย

ส่วนที่เกี่ยวข้องเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าตามนัดหมาย ทั้งนี้ หากลูกค้าที่เข้าเยี่ยมเยียนเป็นลูกค้ารายสำคัญ ให้พนักงานดูแลลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) ร่วมประสานงานและเข้าร่วมเยี่ยมด้วยทุกครั้ง และในกรณีที่ลูกค้าระบุปัญหา/ความต้องการที่ต้องมีการดำเนินการต่อ ให้ส่วนที่เกี่ยวข้องส่งการเพื่อแก้ไข ติดตามผล และชี้แจงลูกค้าโดยเร่งด่วน

สำหรับพื้นที่ กฟฟ.นำร่อง (Pilot Project) หากเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าแล้ว ได้รับทราบประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการในส่วนของ กฟส. ด้าน Network ให้ประสานงานและส่งประเด็นดังกล่าวให้ กฟส. ด้าน Network ดำเนินการชี้แจง แก้ไข/ดำเนินการให้ลูกค้าโดยเร่งด่วน และเมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ ให้แจ้งผลการดำเนินการแก่ ศบค. (Service) เพื่อบันทึกผลในระบบสารสนเทศต่อไป

6.8 บันทึกผลการเยี่ยมเยียนในระบบสารสนเทศ

ภายหลังจากการเยี่ยมเยียนลูกค้าให้ กฟฟ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บันทึกผลการเยี่ยมเยียนในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง / CRM Plus ให้ครบถ้วนถูกต้อง ภายใน 7 วันหลังเยี่ยมเยียนแล้วเสร็จ

6.9 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ในระบบสารสนเทศ

กฟฟ./ศบค. นำข้อมูลผลการดำเนินงานในระบบสารสนเทศมาใช้ในการรายงานผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า โดยสรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข โดยให้ กฟฟ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยียนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 เป็นประจำทุกเดือน นำเสนอแก่ผู้บริหาร และส่วนที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อร่วมหารือ วางแผน และพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ทั้งนี้ สำหรับ พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง (Pilot Project) หากมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ กฟส. ด้าน Network ให้ กฟส. ด้าน Network สรุปประเด็น และนำส่งให้ส่วนที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป

6.10 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ในภาพรวม กฟภ.

กสธ. ดำเนินการติดตามผลการดำเนินงาน และจัดทำรายงานสรุปการดำเนินงานในภาพรวม กฟภ. เพื่อรวบรวมแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นรายไตรมาส ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาส (โดย กสธ. จะทำการดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส)

7. มาตรฐานงาน

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
1. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า	- แต่ละหน่วยงานจัดทำร่างแผนการเยี่ยมเยียน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ คัดเลือกลูกค้า ให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนดในแผนงานต่างๆ พร้อมกำหนดหัวหน้าคณะ/ผู้รับผิดชอบ (แบบฟอร์ม CRM-VST-001) - จัดทำแผนงานฯ ภายในเดือน พ.ย.ของปีก่อนหน้า ทั้งนี้หากแต่ละหน่วยงาน ต้องมีการพิจารณาจัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าเพิ่มเติมระหว่างปี ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ หรือประเด็นที่มีนัยสำคัญ เร่งด่วน สามารถพิจารณาแผนเพิ่มเติมได้ ตามความเหมาะสม
2. พิจารณาแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้า	- พิจารณาความเหมาะสมแผนงานของหน่วยงานในสังกัด และแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือน ธ.ค.ของปีก่อนหน้าแผน - หากมีการจัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าเพิ่มเติมระหว่างปี ให้พิจารณาอนุมัติตามกรอบระยะเวลาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับแผนงาน
3. บันทึกแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าในระบบสารสนเทศ	บันทึกแผนการเยี่ยมเยียน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันใช้โปรแกรม CRM Plus) โดยระบุวันที่จะเข้าเยี่ยมเยียน วัตถุประสงค์ และหัวหน้าคณะเยี่ยมฯ (ภายใน 15 วันหลังได้รับอนุมัติแผน)
4. นัดหมาย/ติดต่อประสานงาน ขอเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าแต่ละราย	ติดต่อประสานงานลูกค้าแต่ละราย ก่อนแผนการเยี่ยมเยียนประมาณ 1 เดือน หรือตามความเหมาะสม
5. ลูกค้าพิจารณาการขอเยี่ยมเยียน	- ติดตามการตอบรับการขอเข้าเยี่ยมเยียนจากลูกค้า จากการสอบถามหรือใบตอบรับตามข้อ 6.4 - หากลูกค้าปฏิเสธการขอเข้าเยี่ยมเยียน ให้ กฟฟ. ประเมินสาเหตุการปฏิเสธ และปรับแผนโดยการคัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อให้ได้จำนวนตามเป้าหมาย
6. เตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยียน	- จัดเตรียมหัวข้อการนำเสนอต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง - ให้ของที่ระลึก (ตามความเหมาะสม)
7. เข้าเยี่ยมเยียนตามนัดหมาย	- เข้าเยี่ยมลูกค้าตามนัดหมาย โดยจะต้องสรุปประเด็นปัญหา ความต้องการ ข้อเสนอแนะจากลูกค้า รวมถึงการสั่งการและติดตามเพื่อแก้ปัญหาลูกค้าโดยเร่งด่วน - หากเป็นพื้นที่ กฟฟ. นำร่อง ให้ประสานงานแจ้งประเด็นไปยังส่วน Network เพื่อดำเนินการต่อไป และเมื่อส่วน Network ดำเนินแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จ ให้แจ้งกลับมาที่ส่วน Service เพื่อบันทึกผลในระบบสารสนเทศต่อไป

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
8. บันทึกผลการเยี่ยมเยียนในระบบสารสนเทศ	- บันทึกผลหลังการเยี่ยมเยียนลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด โดยระบุรายละเอียดต่างๆ ให้ครบถ้วน ภายใน 7 วันหลังการเยี่ยมเยียน
9. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ในระบบสารสนเทศ	- สรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ให้ กฟพ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยียนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 จากระบบสารสนเทศ นำเสนอกับผู้บริหารทุกเดือน - หากเป็นพื้นที่ กฟพ. นำร่อง ให้ประสานงานแจ้งประเด็นไปยังส่วน Network เพื่อดำเนินการต่อไป
10. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ในภาพรวม กฟพ.	- ติดตามผลดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายของแผนดำเนินการ และสรุปผลการเยี่ยมเยียนตามแผนงานที่กำหนด แนวทางการปรับปรุงแก้ไข - สรุปรายงานจัดทำรายงานสรุปการดำเนินงานในภาพรวม กฟพ. เพื่อรวบรวมแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นรายไตรมาส ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาส (โดย กสธ. จะทำการดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส)

8.แบบฟอร์มที่ใช้

- CRM-VST-001 รายชื่อลูกค้าเป้าหมายและแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า
- CRM-VST-002 รายงานสรุปการเยี่ยมเยียนลูกค้า
- CRM-VST-003 สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยียนลูกค้า

ภาคผนวก ก

รายละเอียดแบบฟอร์ม

CRM-VST-001	รายชื่อลูกค้าเป้าหมายและแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า
CRM-VST-002	รายงานสรุปการเยี่ยมเยียนลูกค้า
CRM-VST-003	สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยียนลูกค้า

หน่วยงาน (กฟฟ./กฟช.).....ประจำปี

[illegible]

วัตถุประสงค์:

- 1 หมายถึง เยี่ยมเยือนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. และลูกค้า
- 2 หมายถึง เยี่ยมเยือนเพื่อแก้ไขปัญหา และลดผลกระทบอันเกิดจากการใช้บริการของ กฟผ.
- 3 หมายถึง เยี่ยมเยือนเพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
- 4 หมายถึง เยี่ยมเยือนเพื่อติดตามผลการให้บริการ/ข้อร้องขอของลูกค้า
- 5 หมายถึง อื่นๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารหน่วยงาน

รายงานสรุปผลการเยี่ยมชมลูกค้า (โดยผู้บริหาร)
ในสังกัด _____ (กพข.) ประจำปี _____

สถานะข้อมูล ณ วันที่ _____

ลำดับ	รหัส กพฟ.	ชื่อ กพฟ.	หัวหน้าคณะเยี่ยมชม	วัตถุประสงค์ในการเยี่ยมชม					ผลการเยี่ยมชมลูกค้า (ราย)											
									ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวม		ร้อยละ	
									แผน	ผลการเยี่ยม	แผน	ผลการเยี่ยม	แผน	ผลการเยี่ยม	แผน	ผลการเยี่ยม	Onsite	Online		
			ผชก.		1	2	3	4	5											
			ผจก.กพฟ.ชั้น 1-3																	
			ผจก.บคจ.																	
			ผจก.กพส.																	
			ผจก.ศบค.																	
			ผจก.กพย.																	
			รวม																	
			ผชก.																	
			ผจก.กพฟ.ชั้น 1-3																	
			ผจก.บคจ.																	
			ผจก.กพส.																	
			ผจก.ศบค.																	
			ผจก.กพย.																	
			รวม																	
			ผชก.																	
			ผจก.กพฟ.ชั้น 1-3																	
			ผจก.บคจ.																	
			ผจก.กพส.																	
			ผจก.ศบค.																	
			ผจก.กพย.																	
			รวม																	
			ผชก.																	
			ผจก.กพฟ.ชั้น 1-3																	
			ผจก.บคจ.																	
			ผจก.กพส.																	
			ผจก.ศบค.																	
			ผจก.กพย.																	
			รวม																	
			ผชก.																	
			ผจก.กพฟ.ชั้น 1-3																	
			ผจก.บคจ.																	
			ผจก.กพส.																	
			ผจก.ศบค.																	
			ผจก.กพย.																	
			รวม																	

วัตถุประสงค์ : 1 หมายถึง เยี่ยมเยือนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กพข. และลูกค้า
2 หมายถึง เยี่ยมเยือนเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ และขอคำแนะนำจากลูกค้า
3 หมายถึง เยี่ยมเยือนเพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า และนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนา

4 หมายถึง เยี่ยมเยือนเพื่อติดตามผลการให้บริการ/ข้อร้องเรียนของลูกค้า
5 หมายถึง อื่นๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารประจำหน่วยงาน

สรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมชมเยือนลูกค้า (โดยรวม)
 ในสังกัด _____ (กฟข.) ไตรมาส _____ ปี _____

ที่	รหัส กฟฟ.	ชื่อ กฟฟ.	แผนการเยี่ยม (จำนวนราย)	ผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมชมเยือนลูกค้า (ราย)					รวม
				เพื่อสร้างความสัมพันธ์อัน ดีระหว่าง กฟภ. และลูกค้า	เพื่อแก้ไขปัญหา และลด ผลกระทบอันเกิดจากการ ใช้บริการของ กฟภ.	เพื่อสร้างโอกาสในการต่อ ยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	เพื่อติดตามผลการ ให้บริการ/ข้อร้องขอของ ลูกค้า	เพื่อการอื่นๆ	
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
...									
...									
รวม									

หมายเหตุ การเยี่ยมเยือนแต่ละครั้งสามารถระบุวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมชมเยือนได้มากกว่า 1 เรื่อง

สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมชมลูกค้า (โดยรวม)
ในสังกัด _____ (กฟข.) ไตรมาส _____ ปี _____

ที่	รหัส กฟฟ.	ชื่อ กฟฟ.	ผลการเยี่ยม (จำนวนราย)	ประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า (จำนวนเรื่อง)							การสนับสนุน ทางวิชาการ	อื่นๆ	รวม	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ ติดตาม/แก้ไข
				เสถียรภาพการจ่ายไฟ และคุณภาพไฟฟ้า	แจ้งและติดตามการ แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	การแจ้งค่าไฟฟ้า และอัตราค่าไฟฟ้า	การแจ้งดับไฟ ตามแผน	งานบำรุงรักษา และบริการ เสริม	การสนับสนุน ทางวิชาการ	อื่นๆ				
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
...														
...														
...														
รวม														

หมายเหตุ การเยี่ยมเยือนแต่ละครั้งสามารถระบุปัญหา/ความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า 1 เรื่อง

ภาคผนวก ข

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	สถานะ	ปี พ.ศ.	หน่วยงานที่จัดทำ
1	จัดทำครั้งแรก	2558	คณะทำงานเพิ่มประสิทธิภาพการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้ำ (อฝ.วธ.(จ3) ประธานคณะทำงานฯ)
2	ปรับปรุงครั้งที่ 1	2564	กองบริหารลูกค้ำสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้ำและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด
3	ปรับปรุงครั้งที่ 2	2565	กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ำและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้ำสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด

รายละเอียดการปรับปรุงคู่มือการเยี่ยมเยือนลูกค้า (ครั้งที่ 2)

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 1 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	การเยี่ยมเยือนลูกค้า หมายถึง การพบปะลูกค้า ทำให้สามารถรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้าและเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญ ลูกค้ามูลค่าสูง หรือลูกค้าที่ได้รับพิจารณาตามความเหมาะสม	การเยี่ยมเยือนลูกค้า หมายถึง การพบปะลูกค้า ทำให้สามารถรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้าและเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ตามวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมเยือนลูกค้าที่กำหนด
หน้าที่ 1 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	-	3.8 วัตถุประสงค์ของการเยี่ยมเยือนลูกค้า หมายถึง การกำหนดเป้าประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายในการเข้าสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการกระบวนการเยี่ยมเยือนลูกค้า สามารถแบ่งเป็น 5 วัตถุประสงค์ ดังนี้ 3.8.1 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า และ กฟภ. 3.8.2 เพื่อแก้ไขปัญหา ลดผลกระทบของลูกค้า สร้างความเชื่อมั่น อันเกิดจากการใช้บริการของ กฟภ. 3.8.3 เพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 3.8.4 เพื่อติดตามผลการให้บริการ/ข้อร้องขอของลูกค้า 3.8.5 อื่นๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารประจำหน่วยงาน
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความรับผิดชอบ	4.1 กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ทำหน้าที่กำหนดแผนงานโดยรวม รวบรวมผลดำเนินการในภาพรวมองค์กร ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการเยี่ยมเยือนฯ	4.1กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (กสธ.ผลพ.) ทำหน้าที่ 4.1.1 กำหนดแนวทางการเยี่ยมเยือนลูกค้า รวมถึงค่าเป้าหมาย และทิศทางการดำเนินงานต่างๆ 4.1.2 ติดตามสถานะการดำเนินงาน รวบรวมและจัดทำสรุปผลการดำเนินงาน ในภาพรวม กฟภ. 4.1.3 ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการเยี่ยมเยือนฯ ในภาพรวมขององค์กร นำเสนอผู้บริหารตามลำดับชั้น เพื่อนำเสนอ ผวก. อนุมัติคู่มือและแนวทางที่เกี่ยวข้องต่อไป
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความรับผิดชอบ	4.2 ผชก.กฟข. ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร กฟข. และเป็นหัวหน้าคณะเยี่ยมเยือนฯตามแผนงานการเยี่ยมเยือนโดย ผชก.	4.3 ผชก.กฟข. ทำหน้าที่ 4.3.1 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ในภาพรวม กฟข. 4.3.2 พิจารณาอนุมัติแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยผู้บริหาร (ผชก.กฟข.) ตามค่าเป้าหมายที่กำหนด

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		4.3.3 เป็นหัวหน้าคณะ ในการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนงานที่กำหนด 4.3.4 กำหนดแนวทางการสนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณ ในการแก้ปัญหา/การดำเนินงานต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ/เสียงของลูกค้า ที่ได้รับจากกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยเร่งด่วน
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความรับผิดชอบ	4.4 กบล.กฟข. ทำหน้าที่จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร กฟข. โดยกำหนดเป้าหมาย คัดเลือกลูกค้า และกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนฯ ร่วมกับ กฟฟ. ในสังกัด เตรียมการก่อนการเยี่ยมเยือนและเข้าเยี่ยมเยือนตามแผนงานของ กฟข. รวบรวมและติดตามผลดำเนินการของ กฟฟ. ในสังกัด ตลอดจนติดตามเร่งรัดการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเร่งด่วน รวมถึงสรุปรายงานผลดำเนินการ และสารสนเทศเสียงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าเสนอผู้บริหาร	4.2 กองบริการลูกค้า (กบล.) 12 เขต ทำหน้าที่ 4.2.1 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร ซึ่งมี ผชก.กฟข. เป็นหัวหน้าคณะเยี่ยม พร้อมกำหนดวัตถุประสงค์ คัดเลือกลูกค้าเป้าหมาย พร้อมกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าและนำเสนอ ผชก.กฟข. เพื่ออนุมัติแผน 4.2.2 นัดหมายลูกค้าก่อนการเยี่ยมเยือนประสานงาน กฟฟ. ในพื้นที่ จัดเตรียม/สนับสนุนข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า พร้อมเข้าร่วมการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนที่กำหนด 4.2.3 บันทึกแผนและผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนของ ผชก.กฟข. ในระบบสารสนเทศ 4.2.4 ประสานงาน ติดตามสถานะการเยี่ยมเยือนลูกค้าในภาพรวมของ กฟข. ตลอดจนติดตามเร่งรัดการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเร่งด่วน รวมถึงสรุปรายงานผลดำเนินการ และสารสนเทศเสียงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าเสนอผู้บริหาร
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความรับผิดชอบ	4.4 กฟฟ. ชั้น 1-3 ,กฟส.,กฟย.....	4.4 กฟฟ.ชั้น 1-3, ศบค., กฟส., กฟย., บคจ. ทำหน้าที่ 4.4.1 กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พร้อมสนับสนุนทรัพยากร และงบประมาณ เพื่อใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของหน่วยงาน 4.4.2 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร ซึ่งมี ผจก. ของแต่ละหน่วยงานเป็นหัวหน้าคณะเยี่ยม พร้อมกำหนดวัตถุประสงค์ คัดเลือกลูกค้าเป้าหมาย พร้อมกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าและพิจารณาอนุมัติแผนเยี่ยมฯ ของหน่วยงาน

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		4.4.3นัดหมายลูกค้าก่อนการเยี่ยมเยือน จัดเตรียมความพร้อมก่อนเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า พร้อมเข้าร่วมการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนที่กำหนด 4.4.4บันทึกแผนงานและผลการเยี่ยมเยือนฯ ในระบบสารสนเทศ 4.4.5ประสานงานส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการ/เสี่ยงของลูกค้าที่ได้รับจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยเร่งด่วน 4.4.6สรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าในภาพรวม กฟฟ. รวมถึงสรุปรายงานผลดำเนินการ และสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า นำเสนอผู้บริหาร
หน้าที่ 4 ข้อที่ 5 ผังการไหลของ กระบวนการ (Work Flow Chart)	5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)	

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		6.1.1.3 เพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 6.1.1.4 เพื่อติดตามผลการให้บริการ/ข้อร้องขอของลูกค้า 6.1.1.5 อื่น ๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารประจำหน่วยงาน
หน้าที่ 6 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6.1.1 การกำหนดค่าเป้าหมายในการเยี่ยมเยือนลูกค้า ดังนี้ (1) เยี่ยมเยือนโดย ผชก.กฟข. : ไตรมาสละ 3 ราย (2) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 1 : ไตรมาสละ 8 ราย (3) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3 : ไตรมาสละ 6 ราย (4) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟส. : ไตรมาสละ 3 ราย (5) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟย. : พิจารณาตามความพร้อม และศักยภาพของแต่ละพื้นที่	6.1.2 กำหนดหัวหน้าคณะ/ผู้รับผิดชอบในการเยี่ยมเยือนลูกค้า 6.1.2.1 การเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร เป็นการกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยมีผู้บริหารของหน่วยงานเป็น “หัวหน้าคณะ” ในการเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยได้มีการกำหนดค่าเป้าหมายในการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร ในแต่ละระดับ ดังนี้ (1) เยี่ยมเยือนโดย ผชก.กฟข. : ไตรมาสละ 3 ราย (2) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 1 : ไตรมาสละ 8 ราย (3) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3 : ไตรมาสละ 6 ราย (4) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟส. : ไตรมาสละ 3 ราย (5) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟย. : พิจารณาตามความพร้อมและศักยภาพของพื้นที่ ทั้งนี้ หากเป็นพื้นที่ กฟฟ.นำร่อง (Pilot Project) ได้มีการกำหนดค่าเป้าหมายในการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดย ผจก. ด้าน Service ดังนี้ (1) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.บคจ โดยให้พิจารณาเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าร่วมกับ ศบค. ภายในสังกัดได้ โดยมีค่าเป้าหมายการเยี่ยม ได้แก่ - เยี่ยมเยือนโดย ผจก.บคจ (L): ไตรมาสละ 6 ราย (เยี่ยมร่วมกับ ศบค.) - เยี่ยมเยือนโดย ผจก.บคจ (S) : ไตรมาสละ 3 ราย (เยี่ยมร่วมกับ ศบค.) (2) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.ศบค. (L,M / กฟฟ.จตุรรวมงานเดิม) : ไตรมาสละ 6 ราย (3) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.ศบค. (S / กฟส.เดิม) : ไตรมาสละ 3 ราย หมายเหตุ : 1. หากการเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร มีผู้บริหารเข้าร่วมมากกว่า 1 ท่าน เช่น ผจก.กฟฟ.จตุรรวมงาน และ ผจก.กฟส. (พื้นที่ตั้งของลูกค้า) จะพิจารณานับผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามค่าเป้าหมายจาก ลำหรับหัวหน้าคณะท่านนั้น ยกเว้น พื้นที่ กฟฟ.

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		นำร่อง (Pilot Project) ผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดย ผจก.บจ. สามารถนับค่าเป้าหมายตามผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ร่วมกับการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดย ผจก.ศบค. ได้ 2. หากกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร หากผู้บริหาร ซึ่งเป็นหัวหน้าคณะ ไม่สามารถเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนได้ ให้พิจารณาปรับแผน หรือ มอบหมายให้ผู้บริหารภายใต้บังคับบัญชา เข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าแทนได้ 6.1.2.2 การเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยพนักงาน กฟผ. เป็นการเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า ตามแผนของหน่วยงาน โดยไม่มีผู้บริหารของหน่วยงาน เป็นหัวหน้าคณะ ในการเข้าพบลูกค้า ตามวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมเยือนลูกค้า เช่น พนักงานดูแลลูกค้ารายสำคัญ เข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าตามคู่มือกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ, พนักงานประจำแผนกบริหารเข้าเสนอขายบริการเสริม/ธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับลูกค้า เป็นต้น
หน้าที่ 7 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6.1.2 การจัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามค่าเป้าหมายที่กำหนดนั้น สามารถพิจารณารูปแบบ การเยี่ยมเยือนลูกค้า ได้ 2 รูปแบบ ดังนี้ รูปแบบที่ 1 การกำหนดแผนการเยี่ยมเยือน รูปแบบ Onsite ตามแผนงานของ กฟผ. (พิจารณาเป็นรูปแบบหลัก) รูปแบบที่ 2 การกำหนดแผนการเยี่ยมเยือน รูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (พิจารณาเป็นรูปแบบรอง) โดยการพิจารณาการกำหนดรูปแบบในการเยี่ยมเยือนลูกค้า ให้ กฟข., กฟผ. พิจารณาตามความพร้อมและศักยภาพของแต่ละพื้นที่ เช่น ในสถานการณ์โรคระบาด หรือ เหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ เป็นต้น	6.1.3 กำหนดแผน (ช่วงเวลา) ในการเยี่ยมเยือนลูกค้า และรูปแบบการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยพิจารณาได้ 2 รูปแบบ ดังนี้ รูปแบบที่ 1 เยี่ยมเยือนลูกค้าในรูปแบบ Onsite ตามแผนงานของ กฟผ. (รูปแบบหลัก) รูปแบบที่ 2 เยี่ยมเยือนลูกค้าในรูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (รูปแบบรอง)
หน้าที่ 7 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6.2 พิจารณาแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า ผู้บังคับบัญชาแต่ละหน่วยงานพิจารณาแผนงานเยี่ยมเยือนลูกค้าประจำหน่วยงาน พร้อมทั้งแจ้งแผนการเยี่ยมเยือนดังกล่าวให้หน่วยงานและ กฟผ. ที่เกี่ยวข้องทราบภายในเดือนธันวาคมของปีก่อนหน้าแผน	6.2 พิจารณาแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า ผู้บังคับบัญชาแต่ละหน่วยงานพิจารณาแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าประจำหน่วยงาน พร้อมทั้งแจ้งแผนการเยี่ยมเยือนดังกล่าว ให้หน่วยงานและ กฟผ. ที่เกี่ยวข้องทราบภายในเดือนธันวาคมของปีก่อนหน้าแผน หรือหากมีการจัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าเพิ่มเติมระหว่างปี ให้พิจารณา

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่						
		อนุมัติตามกรอบระยะเวลาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับแผนงาน						
หน้าที่ 7 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6.6 เตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยียน 6.6.1 การกำหนดหัวข้อการนำเสนอ พิจารณาตามความเหมาะสม โดยมีแนวทางหัวข้อดังนี้ - แนะนำหน่วยงานและข้อมูลทั่วไป - สภาพการจ่ายไฟและสถิติกระแสไฟฟ้าขัดข้อง 	6.6 เตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยียน เมื่อลูกค้าตอบรับการขอเข้าเยี่ยมเยียน ให้ส่วนเกี่ยวข้องดำเนินการเตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยียนดังนี้ 6.6.1 กำหนดหัวข้อการนำเสนอ โดยมีตัวอย่างประเด็นที่เกี่ยวข้องในการจัดเตรียมข้อมูล ตามส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ <table border="1"><thead><tr><th colspan="2">กฟฟ./กฟน.</th></tr></thead><tbody><tr><td>พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง ด้าน Service</td><td>พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง ด้าน Network</td></tr><tr><td>- แนะนำหน่วยงานและข้อมูลทั่วไป - วิเคราะห์ลักษณะการใช้และอัตราค่าไฟฟ้า - วิเคราะห์ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า - ประเด็นอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการทราบ (จากสอบถามหรือตอบรับของลูกค้า)</td><td>- สภาพการจ่ายไฟ และสถิติกระแสไฟฟ้าขัดข้อง - การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าของ กฟน. - แผนงานปรับปรุงระบบไฟฟ้าของ กฟน. - การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าของลูกค้า * กฟฟ.ด้าน Network สนับสนุนให้ใช้ข้อนี้ในด้าน Service</td></tr></tbody></table> 6.6.2 ของที่ระลึก (ตามความเหมาะสม)	กฟฟ./กฟน.		พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง ด้าน Service	พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง ด้าน Network	- แนะนำหน่วยงานและข้อมูลทั่วไป - วิเคราะห์ลักษณะการใช้และอัตราค่าไฟฟ้า - วิเคราะห์ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า - ประเด็นอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการทราบ (จากสอบถามหรือตอบรับของลูกค้า)	- สภาพการจ่ายไฟ และสถิติกระแสไฟฟ้าขัดข้อง - การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าของ กฟน. - แผนงานปรับปรุงระบบไฟฟ้าของ กฟน. - การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าของลูกค้า * กฟฟ.ด้าน Network สนับสนุนให้ใช้ข้อนี้ในด้าน Service
กฟฟ./กฟน.								
พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง ด้าน Service	พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง ด้าน Network							
- แนะนำหน่วยงานและข้อมูลทั่วไป - วิเคราะห์ลักษณะการใช้และอัตราค่าไฟฟ้า - วิเคราะห์ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า - ประเด็นอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการทราบ (จากสอบถามหรือตอบรับของลูกค้า)	- สภาพการจ่ายไฟ และสถิติกระแสไฟฟ้าขัดข้อง - การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าของ กฟน. - แผนงานปรับปรุงระบบไฟฟ้าของ กฟน. - การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าของลูกค้า * กฟฟ.ด้าน Network สนับสนุนให้ใช้ข้อนี้ในด้าน Service							
หน้าที่ 8 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6.7 เข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าตามนัดหมาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าตามนัดหมาย ทั้งนี้ หากลูกค้าที่เข้าเยี่ยมเยียนเป็นลูกค้ารายสำคัญ ให้พนักงาน KAM ร่วมประสานงานและเข้าร่วมเยี่ยมด้วยทุกครั้ง และในกรณีที่ลูกค้าระบุ ปัญหา/ความต้องการที่ต้องมีการดำเนินการต่อ ให้ส่วนเกี่ยวข้องส่งการเพื่อแก้ไข ติดตามผล และชี้แจงลูกค้าโดยเร่งด่วน	6.7 เข้าเยี่ยมเยียนตามนัดหมาย สำหรับพื้นที่ กฟฟ.นำร่อง (Pilot Project) หากเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าแล้ว ได้รับทราบประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการในส่วนของ กฟส. ด้าน Network ให้ประสานงานและส่งประเด็นดังกล่าวให้ กฟส. ด้าน Network ดำเนินการชี้แจง แก้ไข/ดำเนินการให้ลูกค้าโดยเร่งด่วน และเมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ ให้แจ้งผลการดำเนินการแก่ ศบค. (Service) เพื่อบันทึกผลต่อไป						
หน้าที่ 8 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6.9 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ในระบบสารสนเทศ - กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง/กบล.กฟข. นำข้อมูลในระบบสารสนเทศมาใช้ในการรายงานผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า โดยสรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ให้ กฟฟ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยียนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 ทุกเดือน	6.9 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ในระบบสารสนเทศ กฟฟ./ศบค. นำข้อมูลผลการดำเนินงานในระบบสารสนเทศมาใช้ในการรายงานผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า โดยสรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข โดยให้ กฟฟ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยียนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 เป็นประจำทุกเดือน นำเสนอแก่ผู้บริหารและส่วนที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อร่วมหารือ วางแผนและพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพต่อไป ทั้งนี้ สำหรับ พื้นที่ กฟฟ.นำร่อง (Pilot Project) หากมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ กฟส. ด้าน Network						

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		ให้ กฟส. ด้าน Network สรุประเบิด และนำส่งให้ส่วนที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป
หน้าที่ 8 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6.10 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ในภาพรวม กฟภ. - กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง/กบส.กฟข. จัดทำรายงานสรุปการดำเนินงานในภาพรวม กฟภ. เพื่อรวบรวมแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นรายไตรมาส ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาส (โดย กสธ. จะทำการดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส)	6.10 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ในภาพรวม กฟภ. กสธ. ดำเนินการติดตามผลการดำเนินงาน และจัดทำรายงานสรุปการดำเนินงานในภาพรวม กฟภ. เพื่อรวบรวมแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นรายไตรมาส ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาส (โดย กสธ. จะทำการดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส)
หน้าที่ 9 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	1. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า - แต่ละหน่วยงานจัดทำร่างแผนการเยี่ยมเยียน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ คัดเลือกลูกค้า ให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนดในแผนงานต่างๆ พร้อมกำหนดหัวหน้าคณะ/ผู้รับผิดชอบ (แบบฟอร์ม CRM-VST-001)	1. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า - แต่ละหน่วยงานจัดทำร่างแผนการเยี่ยมเยียน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ คัดเลือกลูกค้า ให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนดในแผนงานต่างๆ พร้อมกำหนดหัวหน้าคณะ/ผู้รับผิดชอบ (แบบฟอร์ม CRM-VST-001) - จัดทำแผนงานฯ ภายในเดือน พ.ย.ของปีก่อนหน้า ทั้งนี้ หากแต่ละหน่วยงาน ต้องมีการพิจารณาจัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าเพิ่มเติมระหว่างปี ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ หรือประเด็นที่มีนัยสำคัญ เร่งด่วน สามารถพิจารณาแผนเพิ่มเติมได้ ตามความเหมาะสม
หน้าที่ 9 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	2. พิจารณาแผนงานเยี่ยมเยียนลูกค้า - พิจารณาความเหมาะสมแผนงานของหน่วยงานในสังกัด และแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผน	- พิจารณาความเหมาะสมแผนงานของหน่วยงานในสังกัด และแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผน - หากมีการจัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้าเพิ่มเติมระหว่างปี ให้พิจารณาอนุมัติตามกรอบระยะเวลาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับแผนงาน
หน้าที่ 9 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	7. เข้าเยี่ยมเยียนตามนัดหมาย - เข้าเยี่ยมลูกค้าตามนัดหมาย โดยจะต้องสรุปประเด็นปัญหา ความต้องการ ข้อเสนอแนะจากลูกค้า รวมถึงการสั่งการ และติดตามเพื่อแก้ปัญหาลูกค้าโดยเร่งด่วน	7. เข้าเยี่ยมเยียนตามนัดหมาย..... - หากเป็นพื้นที่ กฟฟ.นำร่อง ให้ประสานงานแจ้งประเด็นไปยังส่วน Network เพื่อดำเนินการต่อไปและเมื่อส่วน Network ดำเนินแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จ ให้แจ้งกลับมาที่ส่วน Service เพื่อบันทึกผลในระบบสารสนเทศต่อไป
หน้าที่ 10 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	8. บันทึกผลการเยี่ยมเยียนในระบบสารสนเทศ - บันทึกผลหลังการเยี่ยมเยียน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันใช้โปรแกรม CRM Plus)	8. บันทึกผลการเยี่ยมเยียนในระบบสารสนเทศ - บันทึกผลหลังการเยี่ยมเยียน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (โดยระบุรายละเอียดต่าง ๆ ให้ครบถ้วน ภายใน 7 วันหลังการเยี่ยมเยียน)

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	โดยระบุประเด็นปัญหา และความต้องการของลูกค้า ภายใน 7 วันหลังการเยี่ยมเยือน - รายงานผลดำเนินการ (แบบฟอร์ม CRM-VST-002) และประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า (แบบฟอร์ม CRM-VST-003) ทุกไตรมาส	
หน้าที่ 10 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	9. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าในระบบสารสนเทศ - สรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข.....	- สรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ให้ กฟพ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 จากระบบสารสนเทศ นำเสนอกับผู้บริหารทุกเดือน - หากเป็นพื้นที่ กฟพ.นำร่อง ให้ประสานงานแจ้งประเด็นไปยังส่วน Network เพื่อดำเนินการต่อไป

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้จัดทำ

รายชื่อผู้จัดทำ

1. นายจุติณัฐ ลิมนันทน์ ผู้ดำเนินการฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
สายงานธุรกิจและการตลาด
2. นายทรงศักดิ์ สกลนิยมพร รองผู้ดำเนินการฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
สายงานธุรกิจและการตลาด
3. นายดิษฐกานต์ อุทิศสาร ผู้ดำเนินการกองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ
ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด
4. นายวรกิตติ แยมบู ผู้ช่วยผู้ดำเนินการกองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ
ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด
5. นางอรพร อิงคนันท์ หัวหน้าแผนกบริหารลูกค้ารายสำคัญ
กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
6. นางสาวพิชชาธิ์ อ่ำปลอด นักการตลาด ระดับ 6 แผนกบริหารลูกค้ารายสำคัญ
กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
7. นายสินทร ธรรมนพรัตน์ วิศวกร ระดับ 4 แผนกบริหารลูกค้ารายสำคัญ
กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์