



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

บันทึก

จาก กฟอ.พานทอง ถึง กฟภ.๒

เลขที่ ก.๒ พนท.(บค)๐๐๕/๒๕๕๙ วันที่ ๔ มกราคม ๒๕๕๙

เรื่อง รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้า ของ กฟอ.พานทอง ไตรมาสที่ ๔/๒๕๕๘

อ้างถึง

เรียน อช.ก.๒

กฟอ.พานทอง ขอนำส่งรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้า ไตรมาสที่ ๔/๒๕๕๘ ซึ่งได้แนบมากับบันทึกฉบับนี้แล้วด้วย จำนวน ๖ แผ่น (ตามเอกสารแนบ)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและแจ้งให้ ผผธ.กบล.ก.๒ ดำเนินการต่อไป

(นายสุเทพ เกิดทรัพย์)

ผจก.กฟอ.พนท.

แผนกบริการลูกค้า

โทร.๑๕๘๓๕

1. ประเด็นกลยุทธ์ (Strategic Themes)

- ด้านลูกค้า

2. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับองค์กร

C1 ลูกค้ามีความพึงพอใจ

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้า

4. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75

5. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับสายงาน

C1 ลูกค้ามีความพึงพอใจ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้า

7. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	ระยะเวลา	ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 4	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 4	ปัญหา / อุปสรรค
แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าจาก การรับฟังเสียงลูกค้า 1.1 การรับฟังเสียงลูกค้าด้วยการสำรวจ โดยแยก ตามกลุ่มลูกค้า (6 กลุ่ม) ได้แก่ (1) กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม (ภาคการผลิต) (2) กลุ่มลูกค้าพาณิชย์ (ภาคพาณิชย์และบริการ) (3) กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย (4) กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ (5) กลุ่มลูกค้าบริเวณพื้นที่เขตติดต่อ กฟน. (Bench Mark) (6) กลุ่มลูกค้าในพื้นที่แข่งขันเปรียบเทียบกับลูกค้า SPP เป้าหมาย - ตั้งคณะทำงานสายงานฯ - กำหนดแผนการสำรวจ - ดำเนินการสำรวจ, สรุปผลปีละ 1 ครั้ง ภายในไตรมาส 2/2558	ม.ค.-มิ.ย.2558 ผบค.	ดำเนินการตามแผนงาน ของ กฟก.2 เรียบร้อยแล้ว	ดำเนินการตามแผนงาน ของ กฟก.2 เรียบร้อยแล้ว	

แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	ระยะเวลา	ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 4	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 4	ปัญหา / อุปสรรค
1.2 การหาข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า (โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน) ตามจำนวนที่กำหนด 1) ลูกค้าที่อยู่อาศัย - งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์จนถึงมีไฟฟ้าใช้ <u>เป้าหมาย</u> ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส - งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์จนถึง มีไฟฟ้าใช้ <u>เป้าหมาย</u> ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส	ม.ค.-ธ.ค.2558 ผบค. ม.ค.-ธ.ค.2558 ผบค.	สำรวจข้อมูลและบันทึกข้อมูลลงในระบบ พร้อมแจ้ง กฟภ.2 แล้ว สำรวจข้อมูลและบันทึกข้อมูลลงในระบบ พร้อมแจ้ง กฟภ.2 แล้ว	สำรวจข้อมูลและบันทึกข้อมูลลงในระบบ พร้อมแจ้ง กฟภ.2 แล้ว สำรวจข้อมูลและบันทึกข้อมูลลงในระบบ พร้อมแจ้ง กฟภ.2 แล้ว	
1.3 นำเสียงลูกค้าจากช่องทาง และวิธีการรับฟังและ เรียนรู้ลูกค้ามาใช้ในการปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น และประเมินประสิทธิภาพของช่องทางดังนี้ 1) การสำรวจข้อมูลลูกค้า (สำรวจความพึงพอใจ โดยที่ปรึกษา) 2) การจัดการข้อร้องเรียน 3) การหาข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า 4) การสานเสวนา 5) 1129 กฟภ. Call Center 6) กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า <u>เป้าหมาย</u> รายงานผลทุกไตรมาส	ม.ค.-ธ.ค.2558 ผบค.	ไม่มีข้อเสนอแนะจากลูกค้า	ไม่มีข้อเสนอแนะจากลูกค้า	

1. ประเด็นกลยุทธ์ (Strategic Themes)

- ด้านลูกค้า

2. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับองค์กร

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- Brand Awareness

4. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าเกณฑ์วัดระดับ 3

5. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับสายงาน

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- Brand Awareness

7. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าเกณฑ์วัดระดับ 4

แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	ระยะเวลา	ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 4	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 4	ปัญหา / อุปสรรค
แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร 1.1 การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้า 10-20 ล้านบาท/เดือน - บริการตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องหาจุดร้อน (Thermal Viewer) - บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายในปีละ 1 ครั้ง เป้าหมาย จำนวน 1 ราย (รายละเอียดตามภาคผนวก 2) (บริษัท สยามเด็นโซ่ แมนูเฟคเจอร์ริง จำกัด)	ม.ค.-ธ.ค.2558 ผบค.	ดำเนินการให้กับ บจก.มิตซูบิชิ เทอร์โบชาร์ตเจอร์ เอเชีย วันที่ 15 พ.ย. 58 (ค่าไฟฟ้า 13 ล้านบาท/เดือน)	ดำเนินการให้กับ บจก.มิตซูบิชิ เทอร์โบชาร์ตเจอร์ เอเชีย วันที่ 15 พ.ย. 58 (ค่าไฟฟ้า 13 ล้านบาท/เดือน)	

แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	ระยะเวลา	ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 4	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 4	ปัญหา / อุปสรรค
แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร (ต่อ) 1.2. การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management (KAM) 1.2.1 ปรับปรุงข้อมูลสำคัญของลูกค้ารายสำคัญ (KAM) ในโปรแกรม BIC-SAP ให้เป็นปัจจุบัน เป้าหมาย จำนวน 15 ราย 1.2.2 เยี่ยมเยือนลูกค้า Key Account โดยกำหนดให้ผู้บริหารสายงานฯ, กฟช. และ ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 ดังนี้ - รผก.(จ3) ไตรมาสละ 1 ราย - อช. ไตรมาสละ 3 ราย/เขต - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 ไตรมาสละ 6 ราย/กฟฟ. - พนักงาน KAM และผู้เกี่ยวข้อง เป้าหมาย จำนวน 15 ราย 1.2.3 พนักงาน KAM สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมายและให้ข้อมูลข่าวสารตามคู่มือฯ และบันทึกปัญหา/ความต้องการลูกค้ารายสำคัญในโปรแกรม BIC-SAP เป้าหมาย จำนวน 3 ราย	ม.ค.-ธ.ค.2558 ผบค. ม.ค.-ธ.ค.2558 ผบค. , ทีมงาน KAM ม.ค.-ธ.ค.2558 ผบค. , ทีมงาน KAM	ดำเนินการปรับปรุงข้อมูลในโปรแกรม BIC-SAP แล้ว 9 ราย - บันทึกข้อมูลในโปรแกรม BIC-SAP แล้ว 18 ราย	ดำเนินการปรับปรุงข้อมูลในโปรแกรม BIC-SAP แล้ว 25 ราย ดำเนินการเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าตามแผนงานที่กำหนด 7 ราย บันทึกข้อมูลในโปรแกรม BIC-SAP แล้ว 25 ราย	(รายชื่อตามเอกสารแนบ) (รายชื่อตามเอกสารแนบ) ทั้งนี้ลูกค้า KAM ไม่ส่งหนังสือตอบกลับ (รายชื่อตามเอกสารแนบ)

แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	ระยะเวลา	ไตรมาสที่ 4	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 4	ปัญหา / อุปสรรค
แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร (ต่อ) 1.4 จัดประชุมลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน อย่างน้อย 1 ครั้ง เป้าหมาย จำนวน 1 ครั้ง 1.5 การสื่อสารผ่าน SMS (การแจ้งค่าไฟฟ้า) 1.5.1 เชิญชวนให้ผู้ใช้อิฟฟ้าลงทะเบียนรับบริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่าน SMS เป้าหมาย จำนวน 11,960 ราย 1.5.2 แจ้งค่าไฟฟ้าและข่าวสารต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่ลงทะเบียนแล้ว เป้าหมาย จำนวนข้อความที่ส่งสำเร็จไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของข้อ 1.5.1	ก.ค.-ก.ย.2558 ผบค. เม.ย.-ธ.ค.2558 ผบป.,ผบค. เม.ย.-ธ.ค.2558 ผบป.,	ไม่ได้ดำเนินการจัดประชุม เนื่องจากไม่ได้รับอนุมัติงบประมาณ 5,387 ราย 50.43	ไม่ได้ดำเนินการจัดประชุม เนื่องจากไม่ได้รับอนุมัติงบประมาณ 11,618 ราย 50.43	ดำเนินการขออนุมัติงบประมาณ จัดประชุมแต่ไม่ได้รับการจัดสรร ไตรมาส 1 = 3,657/ ไตรมาส 2 = 1,916 ไตรมาส 3 = 658 / ไตรมาส 4 = 5,387