



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
บันทึก

จาก กฟจ.ตราด ถึง กฟภ.๒
เลขที่ ก.๒.ตร.(นพ)/ ๕๑๘๙ วันที่ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๘
เรื่อง รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ไตรมาสที่ ๓ ของ กฟจ.ตราด ปี ๒๕๕๘
อ้างถึง

เรียน อช.ก. ๒

กฟจ.ตราด ขอรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติประจำปี ๒๕๕๘ ไตรมาสที่ ๓
ดังรายละเอียดตามแบบฟอร์มที่ส่งมาพร้อมบันทึกนี้ด้วยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและแจ้ง ผผช. กบล.(ก.๒) เพื่อดำเนินการต่อไปด้วย

(นางสาวธีรณัฐ สมพักษ์)
ชจก.(บ) รักษาการแทน ผจก.กฟจ.ตราด

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 75

แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินการไตรมาสที่ 3	ผลการดำเนินการสะสมไตรมาสที่ 3	ปัญหาและอุปสรรค
<u>แผนงานที่ 1</u> พัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า จากการรับฟังเสียงลูกค้า 1.1 การหาข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า (โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจภายหลัง จากใช้บริการ 15 วัน) ตามจำนวนที่กำหนด 1) ลูกค้าที่อยู่อาศัย - งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์จนถึงมีไฟฟ้าใช้ <u>เป้าหมาย</u> กฟฟ.จ.ตราด ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส - งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้ง มิเตอร์จนถึงมีไฟฟ้าใช้ <u>เป้าหมาย</u> กฟฟ.จ.ตราด ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส	ม.ค.-ธ.ค. ม.ค.-ธ.ค.	3 ราย 3 ราย	9 ราย 9 ราย	

แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินการไตรมาสที่ 3	ผลการดำเนินการสะสมไตรมาสที่ 3	ปัญหาและอุปสรรค
1.2 จัดหารถยนต์บริการ กฟภ. Mobile Shop เพื่อเพิ่มช่องทางในการให้บริการ - จัดหารถยนต์ตามแผนงาน - ติดตามประเมินผล เป้าหมาย จำนวน 1 คัน - กฟจ.ตร.	ม.ค.-ธ.ค.	-	รับรถยนต์ Mobile shop แล้ว เดือนมิถุนายน	

1. ประเด็นกลยุทธ์ (Strategic Themes)

- ด้านลูกค้า

2. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับองค์กร

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อบริษัท

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- Brand Awareness

4. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าเกณฑ์วัดระดับ 3

5. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับสายงาน

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อบริษัท

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- Brand Awareness

7. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าเกณฑ์วัดระดับ 4

แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินการไตรมาสที่ 3	ผลการดำเนินการสะสมไตรมาสที่ 3	ปัญหาและอุปสรรค
<u>แผนงานที่ 1</u> พัฒนาการให้บริการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร 1.1 พัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่านช่องทาง Internet (Happy Touch) - พิจารณาความพร้อม Website กฟฟ.ชั้น 1-3 เตรียมพร้อมรองรับ (Happy Touch) <u>แผนงานที่ 2</u> พัฒนาการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 2.1 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตามกิจกรรมที่กำหนดกับลูกค้าเป้าหมาย ให้เป็น Best Cost Provider	ม.ค.-ธ.ค.	-	-	

แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินการไตรมาสที่ 3	ผลการดำเนินการสะสมไตรมาสที่ 3	ปัญหาและอุปสรรค
2.1.1 การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้า 10-20 ล้านบาท/เดือน - บริการตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องหาจุดร้อน (Thermal Viewer) - บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายในปีละ 1 ครั้ง <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 1 ราย - การอุตสาหกรรมเหมืองแร่และการพลังงาน 2.2. การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management (KAM) 2.2.1 ปรับปรุงข้อมูลสำคัญของลูกค้ารายสำคัญ (KAM) ในโปรแกรม BIC-SAP ให้เป็นปัจจุบัน <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 19 ราย (รายละเอียดตามภาคผนวก 1) 2.2. การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management (KAM) 2.2.2 ปรับปรุงข้อมูลสำคัญของลูกค้ารายสำคัญ (KAM) ในโปรแกรม BIC-SAP ให้เป็นปัจจุบัน <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 19 ราย (รายละเอียดตามภาคผนวก 1)	ม.ค.-ธ.ค. ม.ค.-ธ.ค. ม.ค.-ธ.ค.	อยู่ระหว่างดำเนินการประสานผลส.กฟผ.2เพื่อดำเนินการ 1 ราย 1 ราย	อยู่ระหว่างดำเนินการประสานผลส.กฟผ.2เพื่อดำเนินการ 19 ราย 19 ราย	

แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินการไตรมาสที่ 3	ผลการดำเนินการสะสมไตรมาสที่ 3	ปัญหาและอุปสรรค
2.2.2 เยี่ยมเยือนลูกค้า Key Account โดยกำหนดให้ผู้บริหารสายงานฯ, กฟช. และ ผจก.กฟฟ. ชั้น 1-3 ดังนี้ - รพท.(จ3) ไตรมาสละ 1 ราย - อช. ไตรมาสละ 3 ราย/เขต - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 ไตรมาสละ 6 ราย/กฟฟ. - พนักงาน KAM และผู้เกี่ยวข้อง เป้าหมาย จำนวน 19 ราย (รายละเอียดตามภาคผนวก 1)	ม.ค.-ธ.ค.	1 ราย	19 ราย	
2.2.3 พนักงาน KAM สร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้าเป้าหมายและให้ข้อมูลข่าวสารตาม คู่มือฯ และบันทึกปัญหา/ความต้องการลูกค้า รายสำคัญในโปรแกรม BIC-SAP เป้าหมาย จำนวน 19 ราย (รายละเอียดตามภาคผนวก 1)	ม.ค.-ธ.ค.	1 ราย	19 ราย	

แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินการไตรมาสที่ 3	ผลการดำเนินการสะสมไตรมาสที่ 3	ปัญหาและอุปสรรค
2.2.4 เพิ่มช่องทางการสื่อสารและความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management : KAM) โดยผ่าน Application LINE โดยจัดกลุ่มวงลูกค้า ดังนี้ 1) ลูกค้าระบบ 115 kv 2) ลูกค้า KAM ในพื้นที่ของแต่ละ กฟฟ. 3) ลูกค้า KAM ในความดูแลของพนักงาน KAM ของแต่ละคน 4) ลูกค้า KAM กับพนักงาน KAM (กฟข., กฟฟ.พิจารณาจัดกลุ่มตามความเหมาะสมและความต้องการของลูกค้า) <u>เป้าหมาย</u> - ต้องมีลูกค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ที่เข้าร่วม LINE ของจำนวนลูกค้า KAM ทั้งหมด	ม.ค.-ธ.ค.	12 ราย คิดเป็น 63 %	12 ราย คิดเป็น 63 %	
2.3 การเชื่อมโยงลูกค้ากิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง, กิจการเฉพาะอย่าง, ในนิคม-อุตสาหกรรม และลูกค้าในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกับ SPP และบันทึกผลการเชื่อมโยงใน BIC-SAP <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 30 ราย (รายละเอียดตามภาคผนวก 2)	ม.ค.-ธ.ค.	10 ราย	28 ราย	

แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินการไตรมาสที่ 3	ผลการดำเนินการสะสมไตรมาสที่ 3	ปัญหาและอุปสรรค
2.4 จัดประชุมลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มี รายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน อย่างน้อย 1 ครั้ง <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 1 ครั้ง 2.5 การสื่อสารผ่าน SMS (การแจ้งค่าไฟฟ้า) 2.5.1 เชิญชวนให้ผู้ใช้อิฟฟ้าลงทะเบียนรับ บริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่าน SMS <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 14,351 ราย 2.5.2 แจ้งค่าไฟฟ้าและข่าวสารต่าง ๆ ให้กับ ลูกค้าที่ลงทะเบียนแล้ว <u>เป้าหมาย</u> จำนวนข้อความที่ส่งสำเร็จไม่น้อยกว่า ร้อยละ 90 ของข้อ 2.5.1	ม.ค.-ธ.ค. ม.ค.-ธ.ค.	- 693 ราย	วันอังคารที่ 31 มีนาคม 2558 ณ โรงแรมหลายาอินแลนด์รีสอร์ท รวม 8,990 ราย	