

หน่วยงาน กฟอ.บ้านฉาง

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการปี 2558 ประจำปีงบประมาณ 2558
ด้านลูกค้า

C1 ลูกคามีความพึงพอใจ				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าจากการรับฟังเสียงลูกค้า 1.1 การรับฟังเสียงลูกค้าด้วยการสำรวจ โดยแยกตามกลุ่มลูกค้า (6 กลุ่ม) ได้แก่ (1) กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม (ภาคการผลิต) (2) กลุ่มลูกค้าพาณิชย์ (ภาคพาณิชย์และบริการ) (3) กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย (4) กลุ่มลูกค้าอื่นๆ 4.1 องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร 4.2 สถาบันเพื่อการเกษตร 4.3 ไฟฟ้าครัว (5) กลุ่มลูกค้าบริเวณพื้นที่เขตติดต่อ กฟน. (Bench Mark) (6) กลุ่มลูกค้าในพื้นที่แข่งขันเปรียบเทียบกับลูกค้า SP เป้าหมาย - ตั้งคณะกรรมการสายงานฯ - กำหนดแผนการสำรวจ - ดำเนินการสำรวจ, สรุปผลปีละ 1 ครั้ง ภายใน ไตรมาส 3/2558 (หน่วยงานหลัก : กบฉ.(2), กฟฟ.ในพื้นที่จังหวัด ชข., รย., จบ.)	ม.ค.-มี.ค.58			

C1 ถูกทำให้มีความพึงพอใจ

แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
1.2 การหาข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า (โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจภายหลังการใช้บริการ 15 วัน) ตามจำนวนที่กำหนด โดย กบถ. เป็นผู้โทรศัพท์สอบถามความคิดเห็นจากลูกค้า ดังนี้ 1) ถูกใจที่อยู่อาศัย - งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์จนถึงมีไฟฟ้าใช้ กฟฟ.ชั้น 1-3 ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส - งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์จนถึงมีไฟฟ้าใช้ เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 1-3 ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส 2) ถูกใจกลุ่มพาณิชย์และอุตสาหกรรมขอรับบริการ งานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย - ไม่น้อยกว่า 9 ราย/ไตรมาส (กฟช.และ 3 ราย/ไตรมาส) เป้าหมาย รายงานผลทุกไตรมาส (หน่วยงานหลัก : กบถ.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3)	ม.ค.-มี.ค.58	-จำนวน ...3.. ราย -จำนวน ...3.. ราย	-สะสมจำนวน ...3.. ราย -สะสมจำนวน ...3.. ราย	
1.3 วัดระดับความพึงพอใจ/ข้อคิดเห็น/ความต้องการ/ข้อเสนอแนะจากการสำรวจข้อมูลป้อนกลับ เป้าหมาย รายงานผลปีละ 2 ครั้ง (หน่วยงานหลัก : กบถ.(ก2))	ม.ค.-มี.ค.58	-จำนวน ...3.. ราย	-สะสมจำนวน ...3.. ราย	

C1 ถูกใจมีความพึงพอใจ				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
1.4 ประเมินและติดตามข้อเสนอแนะจากลูกค้าหลังการแก้ไขข้อร้องเรียนในกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ กรณีที่ส่งผลกระทบต่อกฟว. อย่างมีนัยสำคัญ เป้าหมาย ลูกค้าที่มีข้อร้องเรียนทุกราย 1) เป็นลูกค้ารายสำคัญ (KAM) 2) เป็นลูกค้าที่มีการร้องเรียนผ่านสื่อ (หน่วยงานหลัก : กบล.(ก2)) 1.5 สรุปผลการรับฟังเสียงลูกค้าจากช่องทางต่าง ๆ เพื่อเรียนรู้ลูกค้าและนำมาใช้ปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นและประเมินประสิทธิภาพของช่องทางดังนี้ 1) การสำรวจข้อร้องเรียนลูกค้า (สำรวจความพึงพอใจฯ โดยที่ปรึกษา) 2) การจัดการข้อร้องเรียน 3) การหาข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้า 4) การสานเสวนา 5) 1129 PEA Call Center 6) กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป้าหมาย รายงานผลทุก ไตรมาส (หน่วยงานหลัก : กบล.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3)	ม.ค.-มี.ค.58			

C1 ถูกใช้มีความพึงพอใจ				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
1.6 จัดทำสารสนเทศกลุ่มลูกค้าที่มาชำระหนี้ค่าไฟฟ้าที่สำนักงานเพื่อเรียนรู้และนำมาใช้บริหารจัดการ Customer Experience Management (CEM) 1) กลุ่มชำระหนี้ก่อนกำหนด 2) กลุ่มชำระหนี้ในวันที่กำหนด 3) กลุ่มชำระหนี้เกินกำหนด <u>เป้าหมาย</u> - ตั้งคณะทำงานสายงานฯ - กำหนดแนวทางในการเรียนรู้ - สรุปผลแต่ละ 1 กฟฟ. ภายในไตรมาส 2/2558 (หน่วยงานหลัก : ผบพ.(ก2))	ม.ค.-มี.ค.58			

หน่วยงาน กฟภ.2

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติปี 2558 ประจำปีไตรมาสที่ 1
ด้านลูกค้า

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร				
แผนงาน/โครงการงาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร 1.1 ปรับปรุง Front Office สำนักงาน กฟภ. ให้ทันสมัย อำนวยความสะดวกต่อลูกค้า เป้าหมาย จำนวน 1 แห่ง (หน่วยงานหลัก : กบด.(2), กฟส.พ)	ม.ค.-มี.ค.58			
1.2 พัฒนาระบบการให้บริการของ PEA Shop ให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ - แต่งตั้งคณะทำงานสายงานฯ กำหนดพัฒนางาน - ประเมินและกำหนดพัฒนากระบวนการงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน - ติดตามประเมินผล เป้าหมาย กำหนดพัฒนาระบบการให้แล้วเสร็จ ช่วงไตรมาส 3/2558 (หน่วยงานหลัก : ผบพ.(ก2))	ม.ค.-มี.ค.58			
1.3 วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ในการสนับสนุนลูกค้าเพื่อค้นหาสารสนเทศ การทำธุรกรรม และการพัฒนาช่องทางในการขอใช้ไฟผ่านสำนักงาน กฟภ., PEA Shop เป้าหมาย รายงานผลการวิเคราะห์ภายในไตรมาสที่ 3/2558 (หน่วยงานหลัก : กบด.(ก2))	ม.ค.-มี.ค.58			

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
1.4 พัฒนางานให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่านช่องทาง Internet (Happy Touch) - ติดตามประเมินผล โครงการนำร่องของปี 2557 เป้าหมาย ประเมินผล โครงการนำร่องแล้วเสร็จภายในไตรมาส 2/2558 (หน่วยงานหลัก : กบด.(ก2), กรท.(ก2)) แผนงานที่ 2 พัฒนาการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 2.1 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตามกิจกรรมที่กำหนดกับลูกค้าเป้าหมาย ให้เป็น Best Cost Provider 2.1.1 การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ให้กับลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้ามากกว่า 20 ล้านบาท/เดือน - บริการตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องหาจุดร้อน (Thermal Viewer) และเขียนเตือนลูกค้าปีละ 1 ครั้ง - บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายในปีละ 1 ครั้ง - บริการฉีดน้ำล้างลูกค้าด้วยปีละ 1 ครั้ง เป้าหมาย จำนวน 36 ราย กฟอ.ชบ. 3 ราย กฟอ.บคย. 1 ราย กฟอ.ฉช. 2 ราย กฟอ.บนน. 3 ราย กฟอ.มศท. 8 ราย กฟอ.ปฉด. 6 ราย กฟอ.บึง 4 ราย กฟอ.พสค. 1 ราย กฟอ.กค. 3 ราย กฟอ.ศรช. 3 ราย กฟอ.บปค. 2 ราย (หน่วยงานหลัก : กบด.(ก2), กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง)	ม.ค.-มี.ค.58			

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
2.1.2 การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า โดยไม่เกิดค่าใช้จ่าย ให้กับลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้า 10-20 ล้านบาท/เดือน - บริการตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องหาจุดร้อน (Thermal Viewer) - บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายในมีละ 1 ครั้ง เป้าหมาย จำนวน จำนวน 49 ราย กฟจ.ชบ. 1 ราย กฟอ.บปภ. 6 ราย กฟอ.ฉช. 4 ราย กฟอ.บคย. 3 ราย กฟอ.บฉ. 1 ราย กฟอ.บฉบ. 1 ราย กฟภ.บึง 3 ราย กฟอ.ปลด. 15 ราย กฟภ.มตพ. 7 ราย กฟอ.พนท. 1 ราย กฟอ.กต. 2 ราย กฟอ.ศรช. 3 ราย กฟอ.ตร. 1 ราย กฟอ.พน. 1 ราย (หน่วยงานหลัก : กบฉ.(ก2)) 2.1.3 บริการเสริมพิเศษแก่ลูกค้าในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกับ SP โดยแบ่งลูกค้าเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 มีรายได้มากกว่า 5 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-7 กลุ่มที่ 2 มีรายได้ 2-5 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-5 กลุ่มที่ 3 มีรายได้น้อยกว่า 2 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-2 รายละเอียดการให้บริการ ดังนี้ 1) การตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในให้แก่ลูกค้า 2) การตรวจสอบหม้อแปลงของลูกค้า 3) ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) 4) ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ไฟฟ้าและการจัดการโหลด อย่างมีประสิทธิภาพ	ม.ค.-มี.ค.58	-จำนวน ..0.. ราย -บริการตรวจหาจุดร้อนฯ ..0.. ราย -บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายใน ..0.. ราย	-สะสมจำนวน ..0.. ราย -บริการตรวจหาจุดร้อนฯ สะสม ..0.. ราย -บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายใน สะสม ..0.. ราย	

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
5) การต้องกลั่นกรองความรื้อถอน 6) การคิดน้ำล้างลูกถ้วย 7) การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกถ้วยที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า) <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 17 ราย (หน่วยงานหลัก : กบฉ.(ก2))				
2.2 การดูแลลูกถ้วยรายสำคัญ Key Account Management (KAM) 2.2.1 ปรับปรุงข้อมูลสำคัญของลูกถ้วยรายสำคัญ (KAM) ในโปรแกรม BIC-SAP ให้เป็นปัจจุบัน <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 590 ราย	ม.ค.-มี.ค.58	- ดำเนินการปรับปรุงแล้ว จำนวน ..5.. ราย	- ดำเนินการปรับปรุงแล้ว สะสมจำนวน ..5.. ราย	
กฟง.ฉช. 61 ราย กฟอ.ปฉด. 77 ราย กฟอ.พฉค. 6 ราย กฟอ.กล. 17 ราย กฟอ.บปภ. 47 ราย กฟอ.มฉ. 5 ราย กฟง.ชบ. 30 ราย กฟฟ.มศพ. 61 ราย กฟอ.มทบ. 16 ราย กฟง.งบ. 11 ราย กฟอ.พน. 12 ราย กฟง.ศร. 19 ราย กฟผ.บส. 7 ราย กฟอ.มคย. 23 ราย กฟอ.ศรช. 64 ราย กฟฟ.จท. 18 ราย กฟฟ.มพย. 41 ราย กฟอ.พนท. 25 ราย กฟง.รย. 20 ราย กฟฟ.บึง 25 ราย กฟอ.สอศ. 5 ราย (หน่วยงานหลัก : กบฉ.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3)				

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
2.2.2. เชื่อมเชื่อนลูกค้า Key Account โดยกำหนดให้ผู้บริหารสายงานฯ, กฟย. และผจก.กฟฟ. ชั้น 1-3 ดังนี้ - รผก.(ก3) ไตรมาสละ 1 ราย - อช. ไตรมาสละ 3 ราย/เขต - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 ไตรมาสละ 6 ราย/กฟฟ. - พนักงาน KAM และผู้เกี่ยวข้อง <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 250 ราย กฟย.ฉช. 24 ราย (60 ราย) กฟอ.พสค. 6 ราย (6 ราย) กฟอ.บปภ. 24 ราย (50 ราย) กฟย.ชบ. 24 ราย (30 ราย) กฟอ.มทบ. 12 ราย (12 ราย) กฟอ.พน. 6 ราย (6 ราย) กฟฟ.บส. 7 ราย (7 ราย) กฟอ.สรช. 24 ราย (64 ราย) กฟฟ.มพย. 24 ราย (32 ราย) กฟย.รย. 20 ราย (20 ราย) กฟอ.สอศ. 5 ราย (5 ราย) กฟอ.ปสค. 24 ราย (45 ราย) กฟอ.กล. 17 ราย (17 ราย) กฟอ.มธ. 5 ราย (5 ราย) กฟย.จบ. 11 ราย (11 ราย) กฟย.สร. 19 ราย (19 ราย) กฟฟ.จท. 18 ราย (18 ราย) กฟอ.พนท. 15 ราย (15 ราย) กฟฟ.ปิ้ง 21 ราย (21 ราย) กฟอ.มคย. 22 ราย (22 ราย) กฟย.มคพ. 24 ราย (43 ราย) (หน่วยงานหลัก : กบค.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3)	ม.ค.-มี.ค.58	- จำนวน ราย - รผก.(ก3) เชื่อมเชื่อนลูกค้า ราย - อช. เชื่อมเชื่อนลูกค้า ราย - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 เชื่อมเชื่อนลูกค้า ..0.. ราย - พนักงาน KAM และผู้เกี่ยวข้องเชื่อมเชื่อนลูกค้า ..0.. ราย	- สะสมจำนวน ราย - รผก.(ก3) เชื่อมเชื่อนลูกค้าสะสม ราย - อช. เชื่อมเชื่อนลูกค้าสะสม ราย - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 เชื่อมเชื่อนลูกค้าสะสม ..0.. ราย - พนักงาน KAM และผู้เกี่ยวข้องเชื่อมเชื่อนลูกค้าสะสม ..0.. ราย	

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
2.2.3 พนักงาน KAM สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมายและให้ข้อมูลข่าวสารตามคู่มือฯ และบันทึกปัญหา/ความต้องการลูกค้ารายสำคัญในโปรแกรม BIC-SAP เป้าหมาย จำนวน 5 ราย (หน่วยงานหลัก : กบส.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3) 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 (กฟฟ., กฟฟ.พิจารณาจัดกลุ่มตามความเหมาะสมและความต้องการของลูกค้า) เป้าหมาย - ต้องมีลูกค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ที่เข้าร่วมวง LINE ของจำนวนลูกค้า KAM ทั้งหมด (หน่วยงานหลัก : กบส.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3)	ม.ค.-มี.ค.58	- บันทึกปัญหา/ความต้องการลูกค้าในโปรแกรม BIC-SAP จำนวน ..5.. ราย	- บันทึกปัญหา/ความต้องการลูกค้าในโปรแกรม BIC-SAP สะสมจำนวน ..5.. ราย	
		- จำนวนลูกค้า KAM ทั้งหมด ..5.. ราย - จำนวนลูกค้าที่เข้าร่วมวง Line จำนวน ..3.. ราย คิดเป็นร้อยละ ..60..	- จำนวนลูกค้า KAM ทั้งหมด ..5.. ราย - จำนวนลูกค้าที่เข้าร่วมวง Line สะสมจำนวน ..3.. ราย คิดเป็นร้อยละ ..60..	

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
2.3 การเขียนอีเมลลูกค้าที่กิจการขนาดใหญ่, ขนาดกลาง, กิจการเฉพาะอย่าง, ในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกับ SPF และบันทึกผลการเขียนใน BIC-SAP <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 720 ราย กฟอ.ฉช. 67 ราย กฟอ.ปตด. 42 ราย กฟอ.พสค. 15 ราย กฟอ.กต. 24 ราย กฟอ.บปภ. 37 ราย กฟอ.บฉ. 7 ราย กฟอ.ชบ. 57 ราย กฟฟ.มตพ. 30 ราย กฟอ.บฉบ. 34 ราย กฟอ.จบ. 49 ราย กฟอ.พน. 21 ราย กฟอ.ตร. 30 ราย กฟฟ.บส. 27 ราย กฟอ.บคย. 8 ราย กฟอ.สรช. 67 ราย กฟฟ.จก. 16 ราย กฟฟ.มพย. 94 ราย กฟอ.พนท. 27 ราย กฟอ.รย. 36 ราย กฟฟ.บึง 17 ราย กฟอ.สอศ. 15 ราย (หน่วยงานหลัก : กบค.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3) 2.4 จัดประชุมลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน อย่างน้อย 1 ครั้ง <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 19 แห่ง กฟฟ.ละ 1 ครั้ง ยกเว้น กฟอ.บฉ., กฟอ.สอศ. (หน่วยงานหลัก : กบค.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3) 2.5 การสื่อสารผ่าน SMS (การแจ้งค่าไฟฟ้า) 2.5.1 เชิญชวนให้ผู้ใช้ไฟฟ้าลงทะเบียนรับบริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่าน SMS <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 301,372 ราย (หน่วยงานหลัก : กรท.(ก2), กฟฟ.ชั้น1,2,3)	ม.ค.-มี.ค.58 ม.ค.-มี.ค.58	- เขียนอีเมลลูกค้า และบันทึกผลการเขียนใน BIC-SAP จำนวน ..4.. ราย	- เขียนอีเมลลูกค้า และบันทึกผลการเขียนใน BIC-SAP สะสมจำนวน ..4.. ราย	
		- ผู้ใช้ไฟฟ้าลงทะเบียนรับบริการ SMS จำนวน ...1,198.. ราย	- ผู้ใช้ไฟฟ้าลงทะเบียนรับบริการ SMS สะสมจำนวน ..7,004.. ราย	

C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร				
แผนงาน/โครงการ/งาน	ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1	ปัญหา/อุปสรรค
2.5.2 แจ้งคำปรึกษาและข่าวสารต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่ลงทะเบียนแล้ว เป้าหมาย จำนวนข้อความที่ส่งสำเร็จไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 (หน่วยงานหลัก : กรท.(ก2), กพฟ.ชั้น1,2,3)	ม.ค.-มี.ค.58			
2.6 สรุปข้อมูลเสียงของลูกค้าจากกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ได้แก่ 1. การเยี่ยมเยียนลูกค้า 2. การบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAM) 3. การประชุมลูกค้ารายใหญ่ ตามแบบฟอร์ม VOC-CRM-001 (คู่มือ CRM) เป้าหมาย 1) สรุปข้อมูลการวิเคราะห์ ปี 2557 ภายในเดือน เม.ย.2558 2) สรุปข้อมูลการวิเคราะห์ ปี 2558 ทุกไตรมาส พร้อมกับการรายงานผลการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม (หน่วยงานหลัก : กปด.(ก2))	ม.ค.-มี.ค.58			