



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

คู่มือการสัมมนา ลูกค้ายรายใหญ่

สายงานธุรกิจและการตลาด
ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ
(ปรับปรุงครั้งที่ 2)

อนุมัติ

(ลงชื่อ)

(นายศุภชัย เอกอุ่น)

ตำแหน่ง ผู้ว่าการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
วันที่ 13/ม.ค. 2566

A-WM-01

คำนำ

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

คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยงรับรอง รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างลูกค้า กับ กฟภ. เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจาธุรกิจ รวมถึงการได้รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผลการจัดกิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่กำหนด และรวบรวมสรุปประสิทธิภาพการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า เสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการของ กฟภ. รวมถึงการรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วถึง เป็นการยกระดับความสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้า 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	8
8. แบบฟอร์มที่ใช้	9
ภาคผนวก ก รายละเอียดแบบฟอร์ม	10
CRM-SMN-001 สรุปรายชื่อลูกค้าที่เข้าร่วมการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่	
CRM-SMN-002 สรุปรายงานผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ (รายการกิจกรรม)	
CRM-SMN-003 สรุปรายผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ (ภาพรวม กฟข./ฟบว.)	
CRM-SMN-004 แบบสอบถามความคิดเห็นของงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่	
ภาคผนวก ข ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน	16
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้จัดทำ	26

1. วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างลูกค้า กับ กฟภ. เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ นโยบาย/โครงการ/แผนงานที่สำคัญของ กฟภ./ทิศทางของเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมของประเทศ รวมถึง การรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การ ปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการยกระดับความสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ ให้กับ กฟภ. ต่อไป

2. ขอบเขต

คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้า รายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยงรับรอง รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่าง ลูกค้า กับ กฟภ. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจา ธุรกิจ รวมถึงการได้รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผลการจัดกิจกรรมลง ในระบบสารสนเทศที่กำหนด และรวบรวม สรุปประสิทธิผลการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการของ กฟภ.

3. คำจำกัดความ

3.1 ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กฟภ. ครอบคลุมถึงลูกค้า ใน ปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย

3.2 ลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณาหรือคัดเลือก เพื่อ ดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อจัดสัมมนาลูกค้าตามขอบเขตที่กำหนด

3.3 ลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer: HVC) หมายถึง กลุ่มลูกค้าจากผลการจัดลำดับมูลค่า ความเป็นลูกค้า ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาด และแนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ยกระดับความพึงพอใจของ ลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

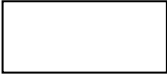
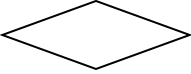
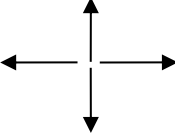
3.4 ลูกค้ารายใหญ่ หมายถึง ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายตั้งแต่ 100kVA หรือ ทุกขนาด รวมกันตั้งแต่ 100 kVA ขึ้นไป หรือเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุด ตั้งแต่ 30 กิโลวัตต์ขึ้นไป ทั้ง รายที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย หรือใช้หม้อแปลงรวมของ กฟภ.

3.5 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) หมายถึง กล ยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด

3.6 การสัมมนา (Seminar) หมายถึง การประชุม การพบปะ หรือการศึกษาดูงาน รวมถึงรูปแบบ นันทนาการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และหาข้อสรุปหรือ ข้อเสนอแนะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญ ลูกค้ามูลค่าสูง หรือ ลูกค้าที่ได้รับพิจารณาตามความเหมาะสม

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

3.8 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน

- | | | |
|-------|---|--|
| 3.8.1 |  | คือ จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ |
| 3.8.2 |  | คือ กิจกรรมและการปฏิบัติงาน |
| 3.8.3 |  | คือ การตัดสินใจ |
| 3.8.4 |  | คือ ทิศทาง/การเคลื่อนไหวของงาน |
| 3.8.5 | คือ จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการเขียนกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน 1 หน้า | |
| 3.8.6 |  | คือ เอกสาร/รายงาน |
| 3.8.7 |  | คือ ฐานข้อมูล |
| 3.8.8 |  | คือ จุดควบคุมกิจกรรมหลักที่คาดว่าจะเกิดปัญหาบ่อย/ต้องควบคุมเป็นพิเศษ |

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

4.1 ผู้ช่วยผู้ว่าการ (ผชก.) การไฟฟ้าเขต ทำหน้าที่

พิจารณาอนุมัติแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟข.

4.2 กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ (กสธ.) ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ทำหน้าที่

4.2.1 กำหนดแนวทางการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และทิศทางการดำเนินการต่างๆ ของ กฟภ.

4.2.2 ติดตามผลดำเนินการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ พร้อมรวบรวม สรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร

4.2.3 ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ในภาพรวมขององค์กร นำเสนอผู้บริหารตามลำดับชั้น เพื่อนำเสนอ ผวก. อนุมัติคู่มือและแนวทางที่เกี่ยวข้องต่อไป

4.3 กองบริการลูกค้า (กบล.) 12 เขต ทำหน้าที่

4.3.1 ดำเนินการรวบรวมและจัดทำร่างแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ เพื่อขออนุมัติหลักการการสัมมนา และขออนุมัติการจัดสัมมนาฯ อีกครั้ง (หลังจากการเชิญชวนลูกค้าได้ตามเป้าหมายที่กำหนด)

4.3.2 สนับสนุน ประสานงานและติดตามผลการจัดสัมมนาลูกค้าของ กฟฟ. ในสังกัด รวมถึงสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาฯ และสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการจัดสัมมนาฯ ในภาพรวมของ กฟข. เสนอผู้บริหาร

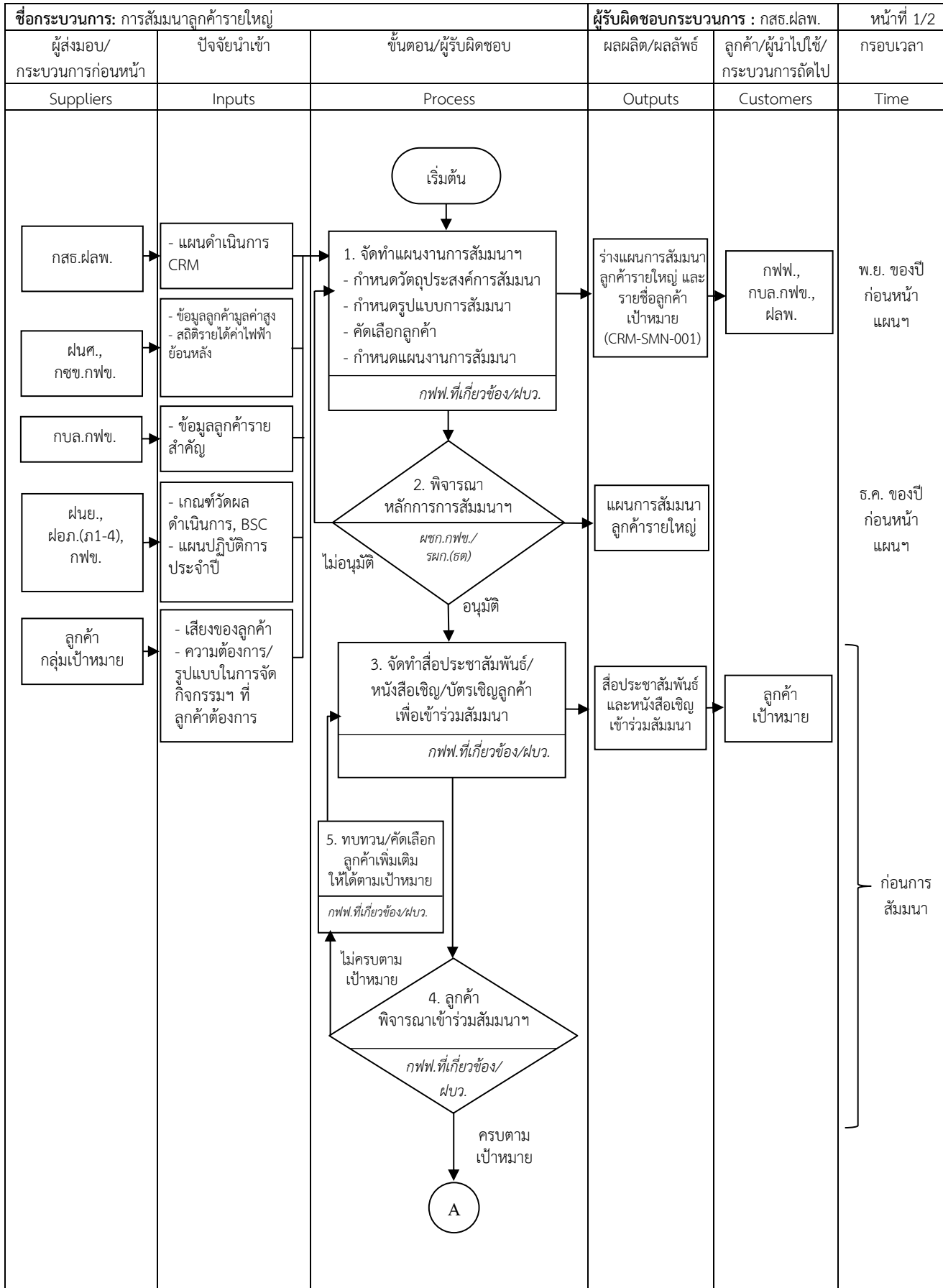
4.4 กฟฟ. และหน่วยงาน ที่ผ่านหลักเกณฑ์ตามขอบเขตที่สามารถจัดสัมมนาลูกค้า

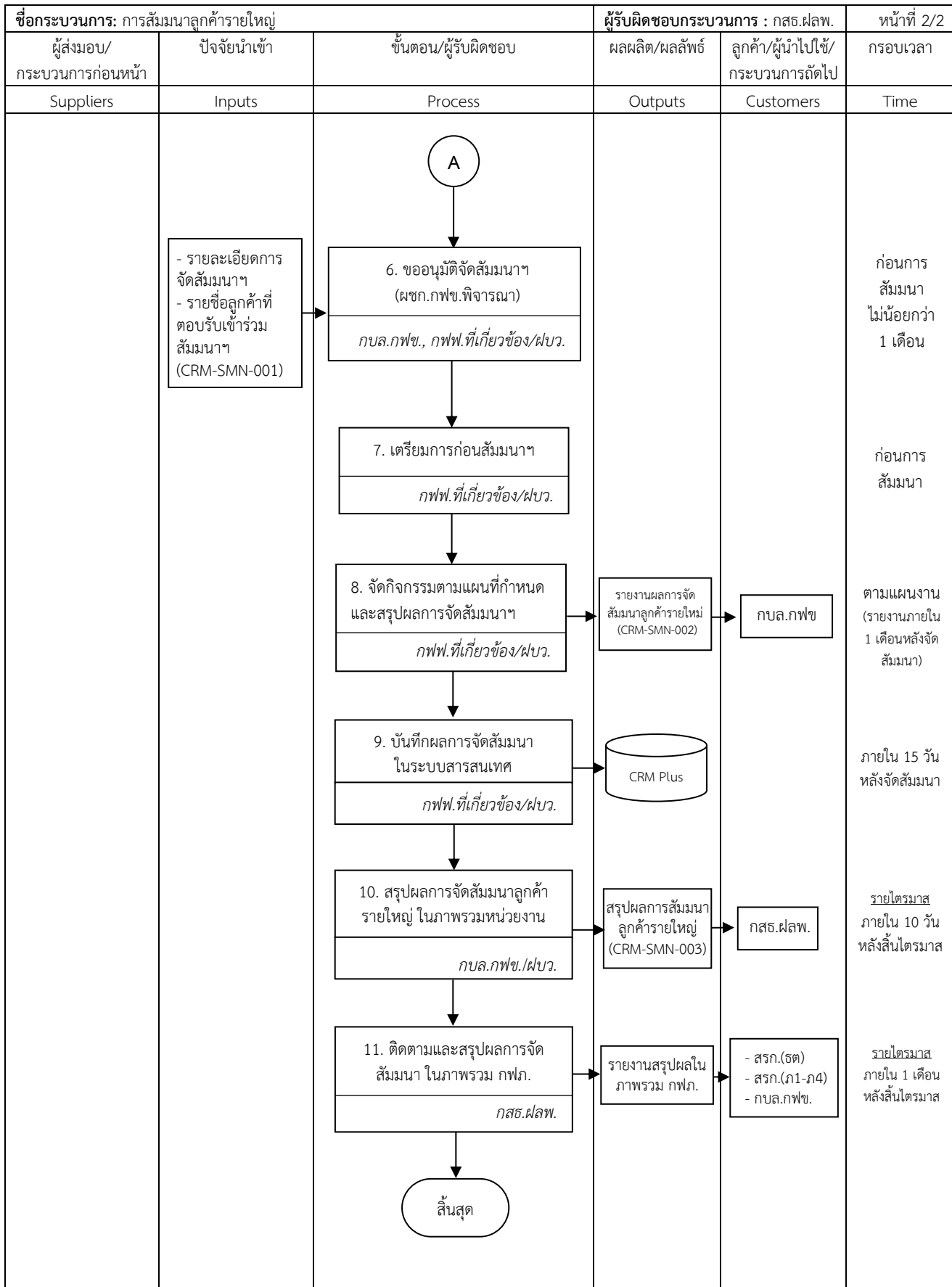
4.4.1 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ โดยกำหนดวัตถุประสงค์/รูปแบบการสัมมนา และคัดเลือกลูกค้า เพื่อเสนอขออนุมัติหลักการการสัมมนาฯ

4.4.2 หลังจากได้รับอนุมัติแผนงาน ให้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าให้ได้ตามเป้าหมาย พร้อมเสนอขออนุมัติจัดสัมมนาฯ

4.4.3 ดำเนินการจัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด พร้อมบันทึกผลการดำเนินกิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)





6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

6.1 จัดทำแผนงานการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่

กฟฟ. ที่มีรายได้แก่ กฟภ. มากกว่าเดือนละ 100 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งเข้าหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ / ฝ่ายบริการวิศวกรรม (ฟบว.) จัดทำแผนการสัมมนาฯ โดยกำหนดวัตถุประสงค์และรูปแบบการสัมมนา พร้อมคัดเลือกลูกค้า และกำหนดแผนงานการสัมมนาฯ ให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการจัดสัมมนา รวมถึงความต้องการความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อรูปแบบการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างประโยชน์ และความพึงพอใจของลูกค้า โดยเลือกรูปแบบการจัดสัมมนาจากแนวทาง ดังนี้

รูปแบบที่ 1 การสัมมนาบรรยายวิชาการ

รูปแบบที่ 2 การจัดเสวนา

รูปแบบที่ 3 การจัดประชุมแบบ Focus Group (กลุ่มย่อย)

รูปแบบที่ 4 กิจกรรมนันทนาการ เช่น การเลี้ยงรับรอง และการแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ กฟภ. เป็นต้น

รูปแบบที่ 5 ศึกษาดูงาน

รายละเอียดการจัดทำบันทึก เพื่อขออนุมัติหลักการสัมมนา ประกอบด้วย

- 1) วัตถุประสงค์การจัดสัมมนา
- 2) รูปแบบพร้อมรายละเอียดการจัดสัมมนาฯ
- 3) กลุ่มลูกค้าและจำนวนลูกค้าเป้าหมาย (แนบรายชื่อลูกค้าเป้าหมายตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-001)
- 4) กำหนดการ (ระบุวันที่โดยสังเขป)
- 5) งบประมาณในการจัดสัมมนาฯ

5.1) กรณีที่ กฟฟ. ขออนุมัติ ให้ ผชก.กฟข. มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเบิกค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมจากงบทำการเงินรายได้ของ กฟฟ. ที่จัดสัมมนาฯ ภายในวงเงินไม่เกินครั้งละ 100,000 บาท/ครั้ง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยครอบคลุมค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ค่าเครื่องดื่ม-ของว่าง, ค่าเลี้ยงอาหาร, ค่าเอกสารแจกลูกค้า, ค่าสถานที่จัดสัมมนาฯ และค่าของที่ระลึก ทั้งนี้ โดยแจ้ง กบล.กฟข. ภายในเดือนพฤศจิกายนของปีก่อนหน้าแผนดำเนินการ เพื่อรวบรวม/พิจารณาความเหมาะสมในขั้นต้น และนำเสนอขออนุมัติแผนงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟข. ต่อไป

5.2) กรณีสำนักงานใหญ่ ขออนุมัติ ให้ รผก.(ธต) มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ภายในกรอบวงเงินไม่เกินครั้งละ 100,000 บาท/ปี รวมถึงค่าสมนาคุณ/ค่าตอบแทนวิทยากรเพิ่มเติม สำหรับการสัมมนาในรูปแบบที่มีวิทยากร นอกเหนือจากวงเงินข้างต้น ให้ขอจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมจาก กบง.

โดยหลักเกณฑ์การคิดค่าใช้จ่ายในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ให้อ้างอิงตามระเบียบ กฟภ. ว่าด้วยฝึกรอบรมและสัมมนา พ.ศ. 2560 โดยค่าใช้จ่ายในส่วนลูกค้าให้แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับบริหารเทียบเท่าพนักงานระดับ 8 ขึ้นไป และ ระดับปฏิบัติ เทียบเท่าพนักงานระดับ 1-7 ทั้งนี้เพื่อประสิทธิผลในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หากมีรายการค่าใช้จ่ายเกินกว่าที่ระเบียบกำหนด ให้เสนอผู้มีอำนาจอนุมัติตามข้อ 6.1 5) ข้อ 5.1) และ 5.2) โดยพิจารณาเป็นกรณีไป

6.2 พิจารณาหลักการการสัมมนาฯ

กบล.กฟข. นำเสนอ ผชก.กฟข. / ฟบว. นำเสนอ รผก.(ธต.) เพื่อพิจารณาอนุมัติหลักการการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ พร้อมทั้งแจ้งแผนงานฯ ที่อนุมัติแล้ว ไปยังกอง และ กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องภายในเดือนธันวาคมของปีก่อนหน้าแผนดำเนินงาน พร้อมจัดส่งแผนในการจัดสัมมนาฯดังกล่าว ให้ กสธ. เพื่อทราบต่อไป ทั้งนี้ ก่อนการจัดสัมมนาฯ จะต้องขออนุมัติจัดการสัมมนาฯ โดยระบุรายละเอียดการจัดงานอีกครั้ง

6.3 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำหนังสือเชิญ/บัตรเชิญ ลูกค้าเพื่อเข้าร่วมสัมมนา หลังจากได้รับอนุมัติหลักการ ให้ กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และหนังสือเชิญ/บัตรเชิญลูกค้าเข้าร่วมสัมมนา เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดสัมมนา ตามรายชื่อลูกค้าเป้าหมาย

6.4 ลูกค้าพิจารณาเข้าร่วมสัมมนา

กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. ติดตามผลการพิจารณา/ตอบรับการเข้าร่วมสัมมนา ของลูกค้า หากลูกค้าปฏิเสธการเข้าร่วมหรือจำนวนลูกค้าเข้าร่วมไม่เป็นไปตามเป้าหมายให้ดำเนินการในข้อ 6.5 และเมื่อมีลูกค้าตอบรับครบถ้วนตามจำนวนเป้าหมายแล้วให้ดำเนินการต่อในข้อ 6.6

6.5 ทบทวน/คัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติมให้ได้ตามเป้าหมาย

กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. ทบทวนและคัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติม ที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าเข้าร่วมสัมมนา จนกระทั่งได้ลูกค้าเข้าร่วมตามจำนวนเป้าหมายที่กำหนด

6.6 ขออนุมัติจัดสัมมนา

กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. จัดทำรายละเอียดการจัดสัมมนา แจ้ง กบล. ก่อนการสัมมนาไม่น้อยกว่า 1 เดือน โดยแนบรายชื่อลูกค้าที่ตอบรับเข้าร่วมสัมมนา ตามเป้าหมาย (แบบฟอร์ม CRM-SMN-001) เพื่อนำเสนอ ผชก.กฟช. พิจารณาอนุมัติการจัดสัมมนา

6.7 เตรียมการก่อนสัมมนา

เมื่อได้รับอนุมัติจัดการสัมมนา กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. เตรียมความพร้อมการจัดสัมมนาตามรูปแบบที่กำหนด โดยประสานงานวิทยากร (ถ้ามี), เอกสารแจกผู้เข้าฟัง, สถานที่จัดสัมมนา, อาหาร เครื่องดื่ม-ของว่าง และของที่ระลึก

6.8 จัดกิจกรรมตามแผนที่กำหนด และสรุปผลการจัดสัมมนา

กฟฟ. ที่เกี่ยวข้อง/ ฝบว. จัดสัมมนา ตามแผนที่กำหนด ทั้งนี้ ให้ กบล. ร่วมประสานงานและสังเกตการณ์การจัดสัมมนา แต่ละครั้ง และหลังการจัดสัมมนา ให้ กฟฟ. ที่เกี่ยวข้อง/ ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนา ในแต่ละกิจกรรม ภายใน 1 เดือนหลังจัดงานสัมมนา นำเสนอผู้บริหาร และจัดส่งให้ กบล.กฟช. ส่วน ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนา ภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา นำเสนอผู้บริหาร ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002 โดยกำหนดให้สรุปประเด็นในเบื้องต้น ประกอบด้วย

- สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา
- สรุปการใช้งบประมาณ
- สรุปเนื้อหาหรือสาระสำคัญในการจัดสัมมนา/การบรรยาย
- สรุปประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ (ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-004)
- สรุปประเด็นข้อซักถาม ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ

6.9 บันทึกผลการจัดสัมมนา ในระบบสารสนเทศ

กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง/ ฝบว. บันทึกผลและรายละเอียดในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ลงในระบบ CRM Plus ให้ครบถ้วนถูกต้อง ภายใน 15 วัน หลังจัดสัมมนา

6.10 สรุปผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ในภาพรวมหน่วยงาน

กบล./ฝบว. ติดตาม และตรวจสอบผลการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของแต่ละ กฟฟ. ในระบบสารสนเทศ ให้มีความครบถ้วนถูกต้อง เป็นประจำทุกไตรมาส พร้อมจัดทำรายงานสรุปผลการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ในภาพรวม กฟช./ฝบว. ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-003 และจัดส่งให้ กสธ. รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงาน ในภาพรวมของ กฟผ. ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาสต่อไป

6.11 ติดตามและสรุปผลการจัดสัมมนาฯ ในภาพรวม กฟภ.

กสธ. ดำเนินการติดตามผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระบบสารสนเทศ (CRM Plus) โดยทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส กสธ.จะดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002 และสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในภาพรวมของ กฟภ. ให้แล้วเสร็จภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส

7. มาตรฐานงาน

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
1. จัดทำแผนงานการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่	กฟภ. ที่เข้าหลักเกณฑ์และ ฝบว. จัดทำแผนการสัมมนาฯ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ เลือกรูปแบบ (จากรูปแบบที่กำหนดให้) คัดเลือกลูกค้าให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (แบบฟอร์ม CRM-SMN-001) พร้อมกำหนดแผนงานโดยสังเขป แจ้ง กบล.ภายในเดือนพฤศจิกายนของปีหน้าก่อนหน้าแผนงาน
2. พิจารณาหลักการการสัมมนาฯ	พิจารณาหลักการการสัมมนาฯ ของหน่วยงานในสังกัด โดยคำนึงถึงรูปแบบการสัมมนาที่เลือก ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีความเหมาะสมในภาพรวม และสถานการณ์ปัจจุบัน โดยแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือนธันวาคมของปีหน้าก่อนหน้าแผนงาน
3. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำหนังสือเชิญ/บัตรเชิญลูกค้าเพื่อเข้าร่วมสัมมนาฯ	กฟภ. ที่ได้รับพิจารณาอนุมัติหลักการการจัดสัมมนาฯและ ฝบว. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และหนังสือเชิญชวนลูกค้า ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยระบุรูปแบบ/กำหนดการที่ชัดเจน พร้อมตอบรับการเข้าร่วมสัมมนาฯ
4. ลูกค้าพิจารณาเข้าร่วมสัมมนาฯ	กฟภ.และ ฝบว. ติดตามการตอบรับเข้าร่วมสัมมนาฯ ของลูกค้าเป้าหมาย
5. ทบทวน/คัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติมให้ได้ตามเป้าหมาย	ในกรณีที่ลูกค้าตอบรับไม่ครบตามเป้าหมาย ให้พิจารณาคัดเลือกลูกค้า ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพิ่มเติม จนกระทั่งได้ลูกค้าตามเป้าหมาย
6. ขออนุมัติจัดสัมมนาฯ	หลังจากได้รับการตอบรับของลูกค้าตามเป้าหมาย รวมถึงการติดต่อประสานงานในส่วนต่างๆ ครบถ้วน กฟภ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. ขออนุมัติก่อนการจัดงานสัมมนาฯ ไม่น้อยกว่า 1 เดือน
7. เตรียมการก่อนสัมมนาฯ	กฟภ.ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. เตรียมการสัมมนาตามรูปแบบและรายละเอียดที่กำหนด
8. จัดกิจกรรมตามแผนที่กำหนดและสรุปผลการจัดสัมมนาฯ	- กฟภ. ที่เกี่ยวข้อง/ ฝบว. ดำเนินการจัดสัมมนาตามแผน - มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดกิจกรรมตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-004 - จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาฯ ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002 ทุกครั้ง ให้แล้วเสร็จภายใน 1 เดือนหลังจัดกิจกรรม และส่งให้ กบล.กฟภ. เพื่อรวบรวมต่อไป
9. บันทึกผลการจัดสัมมนา ในระบบสารสนเทศ	- บันทึกผลการดำเนินงานลงในระบบ CRM Plus อย่างครบถ้วนถูกต้อง ภายใน 15 วัน หลังจัดสัมมนาฯ

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
10. สรุปผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ในภาพรวมหน่วยงาน	- กบล./ฟบว. ตรวจสอบการบันทึกข้อมูลฯ ในระบบสารสนเทศเป็นประจำทุกไตรมาส - กบล./ฟบว. จัดทำรายงานผลการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ (ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002) และจัดส่งให้ กสธ. รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมของ กฟภ. ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส
11. ติดตามและสรุปผลการจัดสัมมนา ในภาพรวม กฟภ.	- กสธ. ติดตามผลดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายของแผนดำเนินการ - กสธ. ดึงข้อมูลผลการดำเนินงานจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส พร้อมสรุปรายงานผลการดำเนินงานในภาพรวมของ กฟภ. แจ้งส่วนที่เกี่ยวข้อง ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส

8. แบบฟอร์มที่ใช้

- CRM-SMN-001 สรุปรายชื่อลูกค้าที่เข้าร่วมการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่
- CRM-SMN-002 สรุปรายงานผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ (รายกิจกรรม)
- CRM-SMN-003 สรุปผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ (ภาพรวม กฟช./ฟบว.)
- CRM-SMN-004 แบบสอบถามความคิดเห็นของงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่

ภาคผนวก ก

รายละเอียดแบบฟอร์ม

CRM-SMN-001	สรุปรายชื่อลูกค้าที่เข้าร่วมการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่
CRM-SMN-002	สรุปรายงานผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ (รายการกิจกรรม)
CRM-SMN-003	สรุปผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ (ภาพรวม กฟช./ฟปว.)
CRM-SMN-004	แบบสอบถามความคิดเห็นของงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่

[illegible]

แบบฟอร์มสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่
ในพื้นที่ กฟฟ./กฟข.....ครั้งที่/ปี.....

ส่วนที่ 1 รายละเอียดการจัดกิจกรรม

หัวข้อสัมมนา/การจัดกิจกรรม			
รูปแบบการจัดกิจกรรม	☐ การสัมมนาบรรยายวิชาการ ☐ การจัดเสวนา ☐ การจัดประชุมแบบ Focus Group (กลุ่มย่อย) ☐ การศึกษาดูงาน ☐ กิจกรรมนันทนาการ เช่น กีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ PEA		
รูปแบบ (Onsite/Online)	☐ On-site ☐ Online		
วันที่จัดกิจกรรม			
สถานที่จัดกิจกรรม			
จำนวนหน่วยงานที่เชิญเข้าร่วม		จำนวนหน่วยงานที่เข้าร่วมจริง	
จำนวนผู้ที่เชิญเข้าร่วม (คน)		จำนวนผู้ที่เข้าร่วมจริง (คน)	
งบประมาณที่ใช้ (บาท)			
เนื้อหา/สาระสำคัญในการจัดกิจกรรม	1. 2. 3.		

ส่วนที่ 2 ผลคะแนนความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะต่อการจัดกิจกรรม (ผลจากแบบฟอร์ม CRM-SMN-004)

- จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม..... ราย/ฉบับ
- คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ.....ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

2.1 สรุปคะแนนความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ (จำนวนคนตอบ)					ค่าเฉลี่ย
	5	4	3	2	1	
การวางแผนและประชาสัมพันธ์/เชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม						
ความเหมาะสมของสถานที่ และระยะเวลาในการจัดกิจกรรม						
หัวข้อ/รูปแบบกิจกรรม น่าสนใจและเป็นประโยชน์						
สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมไปใช้ประโยชน์ได้						
สามารถมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นได้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม						
ความพึงพอใจต่อภาพรวมของงานสัมมนา/กิจกรรม						
PEA ควรจัดกิจกรรมนี้ ในปีต่อไป						

2.2 สรุปข้อเสนอแนะหากมีการจัดงานสัมมนาในครั้งต่อไป

1) รูปแบบที่ลูกค้าสนใจ และต้องการให้ PEA จัดกิจกรรมในครั้งถัดไป

รูปแบบการจัดกิจกรรม	จำนวนผู้ตอบ (คน)
1. การสัมมนาบรรยายวิชาการ	
2. การจัดเสวนา	
3. การจัดประชุมแบบ Focus Group (กลุ่มย่อย)	
4. กิจกรรมนันทนาการ เช่น กีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ PEA	
5. การศึกษาดูงาน	
6. กิจกรรมรูปแบบอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการ	(โปรดระบุหัวข้อที่ลูกค้าต้องการ)

2) หัวข้อ/ประเด็นที่ลูกค้าสนใจ

รูปแบบการจัดกิจกรรม	จำนวนผู้ตอบ (คน)
1. การตรวจสอบระบบไฟฟ้าเบื้องต้น	
2. นวัตกรรม/เทคโนโลยีด้านไฟฟ้า เช่น ระบบกักเก็บพลังงาน, พลังงานทางเลือก	
3. การแบ่งปันความรู้ร่วมกันในภาคธุรกิจ	
4. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องของ PEA	
5. การใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดและปลอดภัย	
6. กิจกรรมนันทนาการ (โปรดระบุกิจกรรมที่ลูกค้าสนใจ)	1. 2.
6. หัวข้อ/ประเด็นอื่นๆ (โปรดระบุหัวข้อที่ลูกค้าสนใจ)	1. 2.

3) ข้อเสนอแนะ/สิ่งที่ PEA ควรนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงในการสัมมนา/จัดกิจกรรมในโอกาสต่อไป

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ปัญหา/อุปสรรคในการจัดกิจกรรม รวมถึงข้อเสนอแนะ เพื่อใช้ในการปรับปรุงกระบวนการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ในภาพรวมของ กฟผ. ต่อไป (ถ้ามี)

.....

.....

.....



แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการจัดงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่
ภายใต้รูปแบบ/หัวข้อ.....พื้นที่
วันที่ ณ

CRM-SMN-004

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ ใช้ในการสอบถามความคิดเห็นของท่านต่องานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ PEA เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงการจัดงาน
สัมมนาครั้งต่อไป ตลอดจนผลิตภัณฑ์และงานบริการต่างๆ ของ PEA ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการ สร้างความพึงพอใจสูงสุดของท่าน
โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หรือกรอกข้อมูลในช่องว่างที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- 1.1 ประเภทกิจการ ☐ ธุรกิจบริการ (Service Business) เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ธนาคาร สถานศึกษา
☐ ธุรกิจพาณิชย์กรรม (Merchandising Business) เช่น ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า
☐ ธุรกิจอุตสาหกรรม (Manufacturing Business) เช่น โรงงานผลิตหรือแปรรูปสินค้าต่างๆ
(โปรดระบุ ลักษณะกิจการ)
- 1.2 สถานที่ประกอบกิจการตั้งอยู่ที่ ☐ ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม (โปรดระบุ ชื่อนิคม.....)
☐ เขตอุตสาหกรรมอื่นๆ นอกนิคมอุตสาหกรรม เช่น สวนอุตสาหกรรม เขตส่งเสริมการลงทุน
(โปรดระบุ ชื่อเขตอุตสาหกรรม)
☐ นอกเขตอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม

ระดับ 5 = มากที่สุดหรือดีมาก 4 = มากหรือดี 3 = ปานกลางหรือพอใช้ 2 = น้อยหรือต่ำกว่ามาตรฐาน 1 = น้อยที่สุดหรือต้องปรับปรุงแก้ไข

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	5	4	3	2	1	
การวางแผนและประชาสัมพันธ์/เชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม						
ความเหมาะสมของสถานที่ และระยะเวลาในการจัดกิจกรรม						
หัวข้อ/รูปแบบกิจกรรม น่าสนใจและเป็นประโยชน์						
สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมไปใช้ประโยชน์ได้						
สามารถมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นได้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม						
ความพึงพอใจต่อภาพรวมของงานสัมมนา/กิจกรรม						
PEA ควรจัดกิจกรรมนี้ ในปีต่อไป						

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะหากมีการจัดงานสัมมนาในครั้งต่อไป

3.1 รูปแบบที่ท่านสนใจ/ต้องการให้ PEA จัดกิจกรรมในครั้งถัดไป (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การสัมมนาบรรยายวิชาการ
- ☐ การจัดเสวนา
- ☐ การจัดประชุมแบบ Focus Group (กลุ่มย่อย)
- ☐ กิจกรรมนันทนาการ เช่น กีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ PEA
- ☐ การศึกษาดูงาน
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ

3.2 หัวข้อ/ประเด็นที่ท่านสนใจ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การตรวจสอบระบบไฟฟ้าเบื้องต้น
- ☐ นวัตกรรม/เทคโนโลยีด้านไฟฟ้า เช่น ระบบกักเก็บพลังงาน, พลังงานทางเลือก
- ☐ การแบ่งปันความรู้ร่วมกันในภาคธุรกิจ
- ☐ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องของ PEA
- ☐ การใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดและปลอดภัย
- ☐ กิจกรรมนันทนาการ (โปรดระบุประเภทกิจกรรม).....
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ

3.3 ข้อเสนอแนะ/สิ่งที่ PEA ควรนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงในการสัมมนา/จัดกิจกรรมในโอกาสต่อไป

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านสละเวลาตอบคำถามและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อ PEA

ภาคผนวก ข

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

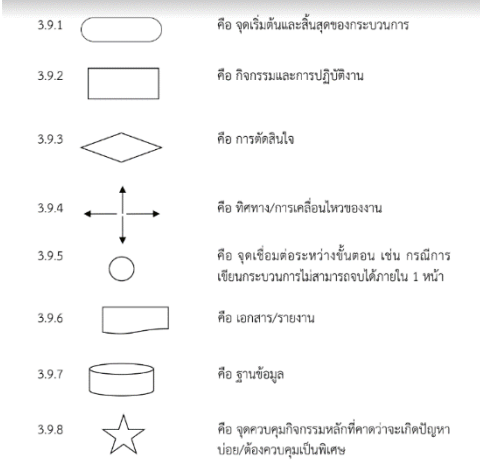
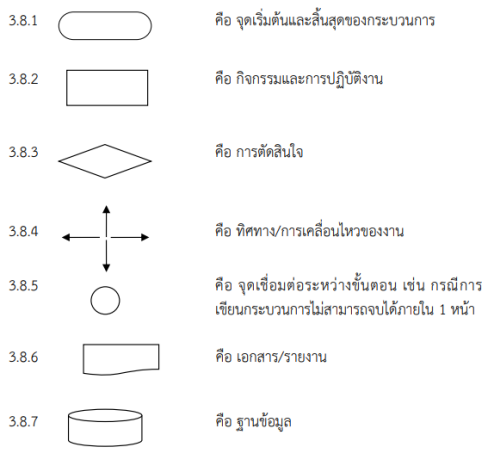
ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	สถานะ	ปี พ.ศ.	หน่วยงานที่จัดทำ
1	จัดทำครั้งแรก	2558	คณะทำงานเพิ่มประสิทธิภาพการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า (อฝ.วธ.(จ3) ประธานคณะทำงานฯ)
2	ปรับปรุงครั้งที่ 1	2564	กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด
3	ปรับปรุงครั้งที่ 2	2565	กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด
4			
5			

รายละเอียดการปรับปรุงคู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่
(ครั้งที่ 2)

หน้าที่..../ ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
คำนำ	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ให้ ความสำคัญในการสร้างและจัดการ ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดย ตระหนักว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการ เติบโตขององค์กร เกิดจากความเชื่อมั่นและ ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร กฟภ. จึง มี แนวทาง การ พัฒนา เพื่อยกระดับ ความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับ ลูกค้าใหม่ ลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าที่ผูกพัน ต่อองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ สร้าง ความภักดีของต่อองค์กร ตลอดจนการต่อยอดรายได้ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเสริมของ กฟภ. ต่อไป คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ จัดทำขึ้น เพื่อ ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ใน รูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยง รับรอง รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการ ระหว่างลูกค้า และ กฟภ. เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นช่องทางในการ แลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจาธุรกิจ รวมถึง การได้รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผลการจัด กิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่กำหนด และ รวบรวม สรุป ประสิทธิภาพการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า เสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการของ กฟภ.รวมถึง การรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของ ลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและ ทันทั่วถึง เป็นการยกระดับความสัมพันธ์ รักษา ฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ให้ ความสำคัญในการสร้างและจัดการ ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดย ตระหนักว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการ เติบโตขององค์กร เกิดจากความเชื่อมั่นและ ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร กฟภ. จึงมี แนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับความสัมพันธ์ กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับลูกค้าใหม่ ลูกค้า ปัจจุบัน และลูกค้าที่ผูกพันต่อองค์กร เพื่อสร้าง ความพึงพอใจ สร้างความภักดีต่อองค์กร ตลอดจนการต่อยอดรายได้ทั้งธุรกิจหลักและ ธุรกิจเกี่ยวเนื่องของ กฟภ. ต่อไป คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ จัดทำขึ้น เพื่อ ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ใน รูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยง รับรอง รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการ ระหว่างลูกค้า กับ กฟภ. เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นช่องทางในการ แลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจาธุรกิจ รวมถึงการ ได้รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผลการจัด กิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่กำหนด และ รวบรวมสรุปประสิทธิภาพการสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า เสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุง กระบวนการของ กฟภ.รวมถึงการรวบรวม ความต้องการ/ข้อเสนอแนะของลูกค้า ตลอดจน การเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การ ปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและ ทันทั่วถึง เป็นการยกระดับความสัมพันธ์ รักษา ฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป

หน้าที่..../ ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	หากมีข้อสงสัยหรือเสนอแนะเกี่ยวกับ คู่มือฉบับนี้ กรุณาติดต่อ กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงาน ธุรกิจและการตลาด โทร 0-2009-6736 กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด เดือน ธันวาคม 2564	หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะ กรุณา ติดต่อ กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด โทร 0-2590-9226 กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด เดือน ธันวาคม 2565
หน้าที่ 1 ข้อที่ 1 วัตถุประสงค์	เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างลูกค้า และ กฟภ. เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ นโยบาย/โครงการ/แผนงานที่สำคัญของ กฟภ. /ทิศทางการของ เศรษฐกิจ และ ภาครัฐของประเทศไทย รวมถึงการ รวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของ ลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยกระชับความสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป	เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการ สัมมนา การศึกษาดูงาน รวมถึงการจัดกิจกรรม นันทนาการระหว่างลูกค้า กับ กฟภ. เพื่อ สื่อสารประชาสัมพันธ์นโยบาย/โครงการ/ แผนงานที่สำคัญของ กฟภ./ทิศทางของ เศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมของประเทศ รวมถึงการรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะ ของลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมี ประสิทธิภาพ เป็นการยกระดับความสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป
หน้าที่ 1 ข้อที่ 2 ขอบเขต	คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ใช้เป็น แนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการ สัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยงรับรอง รวมถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่าง ลูกค้า และ กฟภ. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นช่องทางในการ แลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจาธุรกิจ รวมถึง การได้รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผลการจัด กิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่กำหนด และ รวบรวม สรุป ประสิทธิภาพการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า เสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการของ กฟภ.	คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ใช้เป็นแนวทาง ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ และลูกค้ารายใหญ่ ในรูปแบบการสัมมนา การศึกษาดูงาน การเลี้ยงรับรอง รวมถึงการจัด กิจกรรมนันทนาการระหว่างลูกค้า กับ กฟภ. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็น ช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเจรจา ธุรกิจ รวมถึงการได้รับฟังความต้องการ ความ คาดหวัง ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยบันทึกผล การจัดกิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่กำหนด และรวบรวม สรุป ประสิทธิภาพการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า เสนอผู้บริหาร เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการของ กฟภ.

หน้าที่..../ ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 1-2 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	3.1 ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กฟภ. ครอบคลุมถึงลูกค้า ในปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย	3.1 ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กฟภ. ครอบคลุมถึงลูกค้า ในปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย
	3.5 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) หมายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด	3.5 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) หมายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด
	3.8 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน 	3.8 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน 
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความรับผิดชอบ	4. หน้าที่ความรับผิดชอบ 4.1 ผู้ช่วยผู้ว่าการ (ผชก.) การไฟฟ้าเขตพิจารณาอนุมัติแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟพ. 4.2 กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ (กสธ.) ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์กำหนดแผนงานโดยรวมของ กฟภ. ติดตามผลดำเนินการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ พร้อมรวบรวม สรุปผลการดำเนินงานใน	4. หน้าที่ความรับผิดชอบ 4.1 ผู้ช่วยผู้ว่าการ (ผชก.) การไฟฟ้าเขต ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ของ กฟพ. 4.2 กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ (กสธ.) ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ทำหน้าที่

หน้าที่..../ ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	ภาพรวมขององค์กร รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแนวทางการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ 4.3 กองบริการลูกค้า (กบล.) การไฟฟ้าเขต ดำเนินการรวบรวมและจัดทำร่างแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ เพื่อขออนุมัติหลักการการสัมมนาและขออนุมัติการจัดสัมมนาอีกครั้ง (หลังจากการเชิญชวนลูกค้าได้ตามเป้าหมายที่กำหนด) ประสานงานและติดตามผลดำเนินการของ กฟฟ. ในสังกัด รวมถึงสรุปรายงานวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนาฯ และสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากจัดสัมมนาฯ ในภาพรวมของ กฟข. เสนอผู้บริหาร 4.4 การไฟฟ้าชั้น 1-3 และหน่วยงานอื่นๆ ที่ผ่านหลักเกณฑ์ตามขอบเขต จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ โดยกำหนดวัตถุประสงค์/รูปแบบการสัมมนา และคัดเลือกลูกค้า เพื่อเสนอขออนุมัติหลักการการสัมมนาฯ หลังจากได้รับอนุมัติแผนงาน ให้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าให้ได้ตามเป้าหมาย เสนอขออนุมัติจัดสัมมนาฯ และดำเนินการจัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด พร้อมบันทึกผลการดำเนินกิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง	4.2.1 กำหนดแนวทางการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ และทิศทางการดำเนินการต่างๆ ของ กฟผ. 4.2.2 ติดตามผลดำเนินการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ พร้อมรวบรวม สรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร 4.2.3 ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ในภาพรวมขององค์กร นำเสนอผู้บริหารตามลำดับชั้น เพื่อนำเสนอ ผวก. อนุมัติคู่มือและแนวทางที่เกี่ยวข้องต่อไป 4.3 กองบริการลูกค้า (กบล.) 12 เขต ทำหน้าที่ 4.3.1 ดำเนินการรวบรวมและจัดทำร่างแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ เพื่อขออนุมัติหลักการการสัมมนาฯ และขออนุมัติการจัดสัมมนาฯ อีกครั้ง (หลังจากการเชิญชวนลูกค้าได้ตามเป้าหมายที่กำหนด) 4.3.2 สนับสนุน ประสานงานและติดตามผลการจัดสัมมนาลูกค้าของ กฟฟ. ในสังกัด รวมถึงสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาฯ และสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการจัดสัมมนาฯ ในภาพรวมของ กฟข. เสนอผู้บริหาร 4.4 กฟฟ. และหน่วยงาน ที่ผ่านหลักเกณฑ์ตามขอบเขตที่สามารถจัดสัมมนาลูกค้า 4.4.1 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ โดยกำหนดวัตถุประสงค์/รูปแบบการสัมมนา และคัดเลือกลูกค้า เพื่อเสนอขออนุมัติหลักการการสัมมนาฯ 4.4.2 หลังจากได้รับอนุมัติแผนงาน ให้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าให้ได้ตามเป้าหมาย พร้อมเสนอขออนุมัติจัดสัมมนาฯ 4.4.3 ดำเนินการจัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด พร้อมบันทึกผลการดำเนินกิจกรรมลงในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

หน้าที..../ ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 4-5 ข้อที่ 5 ผังการไหลของกระบวนการ		
หน้าที่ 6 ข้อที่ 6.2 พิจารณาหลักการการสัมมนา	6.2 พิจารณานุมัติหลักการการสัมมนา กบล.กฟข. นำเสนอ ผชก.กฟข. / ผบว. นำเสนอ รผก.(ธต.) เพื่อพิจารณานุมัติหลักการการสัมมนา การพิจารณาหลักการการสัมมนา	6.2 พิจารณาหลักการการสัมมนา กบล.กฟข. นำเสนอ ผชก.กฟข. / ผบว. นำเสนอ รผก.(ธต.) เพื่อพิจารณานุมัติหลักการการสัมมนา การพิจารณาหลักการการสัมมนา

หน้าที่..../ ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		จัดการสัมมนาฯ โดยระบุรายละเอียดการจัดงานอีกครั้ง
หน้าที่ 7 ข้อที่ 6.8 จัดกิจกรรมตาม แผนที่กำหนด และสรุปผลการ จัดสัมมนาฯ	6.8 กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. จัดสัมมนาตามแผนที่กำหนด ทั้งนี้ให้ กบล. ร่วมประสานงานและสังเกตการณ์การจัดสัมมนาแต่ละครั้ง หลังการจัดสัมมนา กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา นำเสนอผู้บริหาร และจัดส่งให้ กบล. ส่วน ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนา นำเสนอผู้บริหาร และจัดส่งให้ กฟฟ. ทราบต่อไป โดยกำหนดให้สรุปประเด็นในเบื้องต้นประกอบด้วย - สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา - สรุปการใช้งบประมาณ - สรุปเนื้อหาหรือสาระสำคัญในการจัดสัมมนา/การบรรยาย - สรุปประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา (ตัวอย่างตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002) - สรุปประเด็นข้อซักถาม ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ	6.8 จัดกิจกรรมตามแผนที่กำหนด และสรุปผลการจัดสัมมนา กฟฟ. ที่เกี่ยวข้อง/ ฝบว. จัดสัมมนาฯ ตามแผนที่กำหนด ทั้งนี้ให้ กบล. ร่วมประสานงานและสังเกตการณ์การจัดสัมมนาฯ แต่ละครั้ง และหลังการจัดสัมมนาฯ ให้ กฟฟ. ที่เกี่ยวข้อง/ ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาฯ ในแต่ละกิจกรรม ภายใน 1 เดือนหลังจัดงานสัมมนาฯ นำเสนอผู้บริหาร และจัดส่งให้ กบล.กฟฟ. ส่วน ฝบว. จัดทำสรุปรายงานผลการจัดสัมมนาฯ ภายใน 1 เดือนหลังงานสัมมนาฯ นำเสนอผู้บริหาร ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-002 โดยกำหนดให้สรุปประเด็นในเบื้องต้น ประกอบด้วย - สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ - สรุปการใช้งบประมาณ - สรุปเนื้อหาหรือสาระสำคัญในการจัดสัมมนา/การบรรยาย - สรุปประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ (ตามแบบฟอร์ม CRM-SMN-004) - สรุปประเด็นข้อซักถาม ข้อเสนอแนะที่ลูกค้าสนใจ
หน้าที่ 7 ข้อที่ 6.9 บันทึกผลการ จัดสัมมนา ใน ระบบ สารสนเทศ	6.8 ทั้งนี้ ให้ กฟฟ.ที่เกี่ยวข้องและ ฝบว. บันทึกผลและรายละเอียดในการจัดสัมมนา ลูกค้ารายใหญ่ ลงในระบบ CRM Plus ให้ครบถ้วนถูกต้อง และหากได้รับเสียงของลูกค้านอกจากการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ให้บันทึกเสียงดังกล่าว ลงในระบบ PEA-VOC-System ด้วย	6.9 กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง/ ฝบว. บันทึกผลและรายละเอียดในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ลงในระบบ CRM Plus ให้ครบถ้วนถูกต้อง ภายใน 15 วัน หลังจัดสัมมนาฯ

กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด

หน้าที่..../ ข้อที่.....	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 9 ข้อที่ 8 แบบฟอร์มที่ใช้ งาน	CRM-SMN-001 สรุปรายชื่อลูกค้าที่เข้าร่วม การสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ CRM-SMN-002 สรุปผลการจัดสัมมนาลูกค้า รายใหญ่	CRM-SMN-001 สรุปรายชื่อลูกค้าที่เข้าร่วม การสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ CRM-SMN-002 สรุปรายงานผลการจัด สัมมนาลูกค้ารายใหญ่ (รายการกิจกรรม) CRM-SMN-003 สรุปผลการจัดสัมมนาลูกค้า รายใหญ่ (ภาพรวม กฟข./ฟบว.) CRM-SMN-004 แบบสอบถามความคิดเห็น ของงานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้จัดทำ

รายชื่อผู้จัดทำ

1. นายจุติณัฐ ลิมปนนท์ วัฒนดี ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
สายงานธุรกิจและการตลาด
2. นายทรงศักดิ์ สกลนิมพร รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
สายงานธุรกิจและการตลาด
3. นายดิษฐกานต์ อุทิศสาร ผู้อำนวยการกองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ
ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด
4. นายวรกิตต์ แยมบู ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ
ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สายงานธุรกิจและการตลาด
5. นางอรพร อิงคนันท์ หัวหน้าแผนกบริหารลูกค้ารายสำคัญ
กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
6. นางสาวพิชชากรย์ อ่ำปลอด นักการตลาด ระดับ 6 แผนกบริหารลูกค้ารายสำคัญ
กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
7. นายสินทร ธรรมนพรัตน์ วิศวกร ระดับ 4 แผนกบริหารลูกค้ารายสำคัญ
กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและธุรกิจ ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์