

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

3.1.1 กลุ่มเอกชนรายย่อย

3.1.2 กลุ่มเอกชนรายใหญ่

3.1.3 กลุ่มราชการรัฐวิสาหกิจ

3.2 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.40

ระดับ 4.32

ระดับ 4.34

ระดับ 4.36

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

6.3 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

6.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/

ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการ	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร												
ลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	PEA Smart Plus บน Smart Phone												
	1.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า												
	Download ใช้งาน ตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด												
	เป้าหมาย รอค่าเป้าหมายจากส่วนรับผิดชอบ												
	1.1.1 กรท.สนับสนุนข้อมูลการประชาสัมพันธ์	(เมื่อมีการร้องขอ, มีการปรับปรุงระบบ, มีข้อมูลข่าวสารใหม่ที่จะต้องประชาสัมพันธ์)											
	1.1.2 กอก.ประชาสัมพันธ์โครงการ												
	1.1.3 กฟฟ.เชิญชวนให้ลูกค้า Download ใช้งาน	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					FM นศ.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 6 แผนงานทบทวนมาตรฐานการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	1. ประเมินผลการให้บริการตามมาตรฐานคุณภาพบริการที่ กฟผ.กำหนด ของปีที่ผ่านมา (ปี 2561)	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-		-		-					ผบค.นศ.
	1.1 มาตรฐานด้านเทคนิค												
	1.2 มาตรฐานการให้บริการ												
	1.3 มาตรฐานการให้บริการที่การไฟฟ้ารับประกันกับผู้ใช้ไฟ กฟผ.												
	2. วิเคราะห์ความต้องการที่สำคัญของลูกค้าต่องานบริการตามมาตรฐานคุณภาพบริการ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-		-		-					ผบค.นศ.
	2.1 วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าต่องานบริการจากระบบงาน VOC System และช่องทางอื่นๆ												
	3. ทบทวนมาตรฐานคุณภาพบริการแล้วแจ้งผลและประเด็นปรับปรุงให้ ผพร./ส่วนเกี่ยวข้องพิจารณาปรับปรุง	-	-	1 ครั้ง		-		-					รจก.(ท.)นศ.
	3.1 ให้ ทุก กฟฟ. พิจารณาทบทวนมาตรฐานคุณภาพบริการ พร้อมทั้งจัดส่งผลการทบทวนฯ ให้กับ ผพร.												
	4. ประเมินผลพนักงานบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการ (Front Manager)	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					FM นศ.
	เป้าหมาย กฟฟ.1-3, กฟส. ทุกแห่ง												
	กฟต.2 43 แห่ง												
	(ปี 2562 กฟต.2 มี กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 17 แห่ง, กฟส. 26 แห่ง)												
	(รออนุมัติของท่าน ผวก.)												
	6. ขยายผลให้ กฟฟ.ชั้น 1-3,กฟส.,กฟย. ได้รับการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)	100%	70%	-		-		-					ผจก.รพ.
	เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 1-3 ที่หมดอายุการรับรอง,กฟส. 10 แห่ง												
	ยกเว้นอาคารเช่า,กฟย.เขตละ 2 แห่ง												
	กฟต..2 รวม 13 แห่ง												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	7. เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจผ่านระบบ	-	-	-		60%		-					FM นศ.
	ประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box)												
	เป้าหมาย ร้อยละ 60 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด												
	01 เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจ												
	02 ดูแลระบบ Smart Queue และ Smile Box												
	03 สรุปรายงานการประเมินผลความพึงพอใจจากระบบ	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					FM นศ.
	Smile Box												
	8. ให้มีการสุ่มตรวจสอบและประเมินผลต่อลูกค้าที่ประเมินผ่าน	-	-	1 ครั้ง		-		1 ครั้ง					FM นศ.
	Smile Box ตั้งแต่ 3 ลงมาตามสัดส่วนของคะแนน ตามแบบฟอร์ม			(10 ราย)				(10 ราย)					
	และตามที่ กฟผ. กำหนด												
	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง (ทั้งปีโทรสุ่ม 200 ราย)												
	การดำเนินงาน												
	01 ผู้รับผิดชอบ ของ แต่ละ กฟผ. นำผลการประเมินความพึงพอใจ												
	ของลูกค้าที่ต่ำกว่าระดับ 3 (ม.ค.- มิ.ย. 100 ราย												
	ก.ค.-ธ.ค. 100 ราย) โดยวิธีการสุ่มโทรศัพท์สอบถาม												
	และบันทึกข้อมูลผล ลงในแบบฟอร์มที่ กฟผ.กำหนด												
	02 ทุก กฟผ. นำผลจากการสำรวจนำขึ้นระบบอินทราเน็ต												
	ของ กฟต.2 การไฟฟ้าปริมังไส มิติที่ 4												
	9. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง												
	Doing Business World Bank												
	02 กฟผ. นอกเหนือจาก 3 จังหวัดในข้อ 01 ดำเนินการภายใน	≤ 25 วัน	20 วัน	≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน					ทุกแผนก
	25 วันปฏิทิน ประเมินจากงาน 4 ประเภท												
	02.1 METER 3 P 4 W 380/220V. 30(100) A.												
	แบบไม่ต้องปักเสาเข็มไลน์ติดตั้งมิเตอร์												
	02.2 METER 3 P 4 W 220/380 V. 30(100) A.												
	แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ติดตั้งมิเตอร์												
	02.3 METER 1 P 2 W 220 V. With CT.												
	02.4 METER 3 P 4 W 380/220 V. With. CT.												
	เป้าหมาย ทุกราย, ทุกประเภท เป็นไปตามกรอบเวลา												
	ที่ กฟผ. กำหนด												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	10. จัดทำแผนการปรับปรุงผลสำรวจความพึงพอใจปี 2561	-	-	1 ครั้ง		-		1 ครั้ง					FM นศ.
	ที่ต่ำกว่าเกณฑ์ระดับ 4												ผบค.นศ.
	กฟฟ. จุตรวมงาน ประเมินจาก smile box												
	กฟส. ที่ไม่มี smile box ให้ประเมินจากแบบฟอร์ม QN04												
	เป้าหมาย รายงานปีละ 2 ครั้ง ภายในหนึ่งไตรมาส หลังจาก												
	ที่ได้รับผลสำรวจ												
	การดำเนินงาน												
	- นำผลการสำรวจมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการแก้ไขและปรับปรุง												
	การให้บริการให้ดียิ่งขึ้น												
	- นำผลการวิเคราะห์และแนวทางการแก้ไขขึ้นระบบอินทราเน็ต กฟต.2												
	การไฟฟ้าปรงโส มิติที่ 4												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

(ขออนุมัติ

3.1.1 กลุ่มเอกชนรายย่อย

3.1.2 กลุ่มเอกชนรายใหญ่

3.1.3 กลุ่มราชการรัฐวิสาหกิจ

3.2 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.40

ระดับ 4.32

ระดับ 4.34

ระดับ 4.36

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

6.3 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

6.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/

ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า

7. เป้าหมาย

รค่าเป้าหมาย

รค่าเป้าหมาย

รค่าเป้าหมาย

รค่าเป้าหมาย

รค่าเป้าหมาย

รค่าเป้าหมาย

รค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน	9. แผนปฏิบัติ	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			
---------------------------	---------------	---------------------	--	--	--	--	--	--	--	--------------------	--	--	--

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
(Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	(ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	ผู้รับผิดชอบ
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 7 แผนงานรักษารฐานลูกค้า High Value	1. นำฐานข้อมูลเสียงของลูกค้า มาค้นหาสิ่งที่จะต้องนำมาปรับปรุง/ พัฒนากระบวนการให้บริการ ตามผลของปีที่ผ่านมา (ปี 2561) จากฐานข้อมูล BIC SAP, VOC system และช่องทางอื่นๆ เป้าหมาย ภายใน ม.ค.-ก.พ. การดำเนินการ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-		-		-					ผบค.นศ.
	01 นำข้อมูลเสียงของลูกค้า ความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะ ข้อร้องขอ จากระบบ Bic_SAP, PEA-VOC System และจาก ช่องทางอื่น ๆ ที่ กฟภ.กำหนด ตั้งแต่เดือน ม.ค.-ธ.ค.61 จากลูกค้า												
	4 กลุ่ม บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย,อุตสาหกรรม, อื่นๆ มาค้นหาสิ่งที่จะต้อง นำมาปรับปรุง/พัฒนากระบวนการให้บริการ												
	3. นำผลการวิเคราะห์มาแก้ไข/ปรับปรุง/พัฒนาเครื่องมือ ที่ใช้สนับสนุนการให้บริการ หรือ จัดทำ QIR ปรับปรุงระบบงาน เสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป เป้าหมาย ภายในไตรมาส 2 การดำเนินงาน	-	-	1 ครั้ง		-		-					ผบค.นศ.
	01 นำผลการวิเคราะห์จัดทำ OIR เพื่อปรับปรุงระบบงาน 02 นำเสนอผู้บริหารเพื่อแจ้งส่วนที่เกี่ยวข้อง ปรับปรุง แก้ไข พัฒนา ระบบงานการให้บริการ												
แผนงานหลักที่ 8 การบริหารความสัมพันธ์กับ ลูกค้าแต่ละกลุ่ม	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมายด้วยกิจกรรมดังนี้ 01 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/ หน่วยงานท้องถิ่น/ แหล่งข้อมูลอื่นๆ เป้าหมาย รายงานผลทุกไตรมาส การดำเนินงาน	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบค.นศ.
	01.1 หาข้อมูล ลูกค้ารายใหม่ จาก ข้อมูล อุตสาหกรรมจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, เทศบาลเมือง, อบต., และ กฟพ.ชั้น 1-3												
	01.2 โทรติดต่อประสานงานขอเข้าพบลูกค้าเพื่อให้ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับ กฟภ. เช่น ลูกค้ารับไฟจาก กฟภ.ฟีดเดอร์ไหน อัตราค่าไฟที่ กฟภ.คิด การให้บริการต่างๆ ของ กฟภ., การติดต่อ ประสานงานเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาจากการใช้ไฟ ฯลฯ												
	01.3จัดทีมเข้าเยี่ยมลูกค้า ตามวัน เวลา พร้อมมอบของที่ระลึก												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	01.4สรุปผลการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้ารายใหม่												
	ให้ ฝวธ.ภ4 ทุกไตรมาส ตามวัน เวลา ที่กำหนด												
	03 การเยี่ยมเยียนลูกค้า												
	03.1 เยี่ยมเยียนลูกค้า High value และ/หรือลูกค้ารายสำคัญ												
	03.1.1 จัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้า และขออนุมัติ												
	เป้าหมาย อช./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย												
	ผจก. กฟฟ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	6	8	6		6		6					ผบค.นศ.
	การดำเนินงาน												
	1. จัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้า ของ กฟข. และ กฟฟ.ชั้น 1-3												
	2. จัดทำอนุมัติแผนการเยี่ยมเยียน ของ กฟข. และ กฟฟ.ชั้น 1-3												
	3. บันทึกแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้า ของ กฟข. ลงในระบบสารสนเทศ และ												
	ตรวจสอบการบันทึกข้อมูลในระบบสารสนเทศ แผนการเยี่ยมเยียน ของ ผจก. กฟฟ.ชั้น 1-3 ปี 2562 จำนวน 17 กฟฟ.												
	4. ดำเนินงานตามแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้า ของ กฟข. ตามแผนที่กำหนดการ												
	เยี่ยมเยียนลูกค้า โดย อช./ผู้แทน ทุกเดือน เดือนละ 1 ราย												
	5. ทำหนังสือขอเข้าเยี่ยมเยียน ส่งให้ลูกค้า ตาม วัน เวลา ที่กำหนดในแผนงาน												
	6. ติดต่อลูกค้าเพื่อยืนยันตาม วัน เวลา ที่ขอเข้าเยี่ยม และขอข้อมูลปัญหา												
	และข้อเสนอแนะ ต่างๆ ของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของ กฟภ. ที่จะสอบถามผู้บริหาร												
	ในวันเข้าเยี่ยมเยียน												
	7. เตรียมข้อมูลของลูกค้า สถิติไฟฟ้าขัดข้อง สถิติการใช้ไฟ ข้อมูลการ												
	ใช้บริการเสริมของ กฟภ. และข้อมูลต่างๆ ย้อนหลัง ไป 2 ปี												
	8. จัดประชุมเตรียมความพร้อมก่อนเข้าเยี่ยมเยียน เพื่อให้ส่วนที่เกี่ยวข้อง												
	นำข้อมูลของลูกค้า มาวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อสรุปข้อมูลให้ผู้บริหารในการ												
	ตอบชี้แจงลูกค้าในวันเข้าเยี่ยมเยียน												
	9. จัดเตรียมของที่ระลึกให้ผู้บริหารมอบให้แก่ลูกค้าในวันเข้าเยี่ยมเยียน												
	10. บันทึกภาพ และ สรุปประเด็นหัวข้อข่าวส่งในไลน์กลุ่ม												
	11. บันทึกข้อมูลการเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้า ในแต่ละครั้ง ในระบบสารสนเทศ												
	พร้อมทั้งการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้แก่ลูกค้า หรือการแก้ไขปัญหาให้หลังจาก												
	การเข้าเยี่ยมเยียน												
	12. สรุปผลการเข้าเยี่ยมเยียนของผู้บริหาร (อช./ผู้แทน, ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3)												
	จำนวน 105 ราย/ไตรมาส ให้ ฝวธ.ภ4 ตาม วัน เวลา ที่กำหนด												
	03.1.3 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (Bic SAP)	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					KAM นศ.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	การดำเนินงาน												
	- กฟข., กฟฟ.(ผวต./ผบค.) ดำเนินการบันทึกแผน/ผลการเยี่ยมเยือน												
	03.2 การเยี่ยมเยือนลูกค้า High Value (50 %)	6	6	-		-		-					KAM นศ.
	2.กฟจ.นศ. 6 ราย												
	03.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ	8	8	8		8		-					KAM นศ.
	เป้าหมาย รายสำคัญ 100% ทุกราย												
	กฟต.2 จำนวน 416 ราย												
	การดำเนินงาน												
	ทุก กฟฟ.จัดทำแผนเข้าเยี่ยม และบันทึกแผนการเยี่ยมในระบบ												
	Bic_Sap (CRM)												
	03.3.1พนักงาน KAMR จัดแผนให้สอดคล้องกับแผนการเยี่ยมเยือนโดย ผจก.												
	03.3.2กบล.(ผลส.)สรุปผลการเยี่ยมให้ ผวธ.ภ4 ทุกไตรมาส ภายในเวลาที่กำหนด												
	04 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่	1 ครั้ง		-		-		-					กบล.ต.2
	04.1 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปี												ผบค.นศ.
	และขออนุมัติ ภายในเดือน มี.ค. (ไตรมาส 1)												
	เป้าหมาย ทุก กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์การจัดสัมมนา	 กฟฟ.		 กฟฟ.		 กฟฟ.		 กฟฟ.					
	โดยให้พิจารณาโซนเพื่อจัดทำแผนสัมมนาลูกค้ารายใหญ่												
	ในลักษณะ Cluster												
	กฟต.2 จำนวน 11 แห่ง												
	การดำเนินงาน												
	04.1.1 จัดทำแผนการสัมมนาฯ ประจำปี ของ กฟฟ.ที่เข้าหลักเกณฑ์ และขออนุมัติ												
	04.1.2 ดำเนินการจัดสัมมนาฯ ตามแผนที่กำหนด ในไตรมาส 2-4 จำนวน 11 กฟฟ.												
	โดยเลือกรูปแบบการจัดให้เหมาะสมกับลูกค้าในพื้นที่												
	04.1.3 ทำหนังสือเชิญลูกค้าเข้าร่วมงานสัมมนาฯ ไม่ต่ำกว่า 30 ราย/กฟฟ. สำหรับ กฟฟ.												
	ที่ไม่เข้าหลักเกณฑ์ จะเชิญลูกค้าเข้าร่วมด้วยในพื้นที่ กฟฟ.ใกล้เคียง โดยหนังสือตอบรับการ												
	เข้าร่วมงานให้ แต่ละ กฟฟ.เป็นผู้ติดต่อกับลูกค้า เพื่อสรุปปัญหาข้อซักถามต่างๆของลูกค้า												
	04.1.4 จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับมอบให้แก่ลูกค้าที่เข้าร่วมงานสัมมนาฯ												
	04.1.5 จัดเตรียมสถานที่ การจัดงานสัมมนาฯ												
	04.1.6 ติดต่อวิทยากรที่เชิญมาบรรยายในงานสัมมนาฯ												
	04.1.7 จัดทำหนังสือเชิญส่วนที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมงานสัมมนาฯ												
	04.1.8 เชิญนักข่าวท้องถิ่น ทำข่าวประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปรับทราบ												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	04.1.9 เตรียมแบบฟอร์มสำรวจความพึงพอใจในการจัดสัมมนาฯ ให้ลูกค้ากรอกผลประเมินฯ												
	05 การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account												
	05.1 สรุปผลการดำเนินงานและปัญหาจากระบบ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					KAM นศ.
	ฐานข้อมูลสารสนเทศฯ (Bic SAP)												
	การดำเนินงาน												
	05.1.1 กบล.(ผลส.) สรุปผลการดำเนินงานให้ ผวธ.ภ4 ทุกไตรมาส												
	3. ประชุมคณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กพข./กพฟ.	-	-	1 ครั้ง		-		1 ครั้ง					KAM นศ.
	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง												
	(ไม่มีในคู่มือ KAMT 2561)												
	7. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบค.นศ.
	สอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน	6 ราย	6 ราย	6 ราย		6 ราย		6 ราย					
	เป้าหมาย รายงานทุกไตรมาส (เขตละ 400 ราย)												
	การดำเนินงาน												
	01 แบ่งการสอบถามความพึงพอใจ ตามกลุ่มของลูกค้า 4 กลุ่ม 3 ประเภท คือ												
	1.ขยายเขตแรงต่ำ												
	2.ขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์												
	3.ขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย												
	02 ค้นหาข้อมูลลูกค้าเพื่อโทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจ แต่ละ กพฟ.												
	จากระบบ SAP ข้อมูลที่ต้องการคือ หมายเลข CA, วัน-เดือน-ปี การขอใช้ไฟ,												
	ชื่อลูกค้า, เบอร์โทรศัพท์, ประเภทการขอใช้ไฟครั้งแรก (สำหรับการหาข้อมูลลูกค้า												
	จะต้องมีการเผื่อจำนวนราย เนื่องจาก บางรายไม่สามารถติดต่อได้)												
	03 โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ 15 วัน ดังนี้												
	03.1 ขยายเขตแรงต่ำ 3 ราย/กพฟ.จตุรรมงาน/ไตรมาส (จำนวน 17 กพฟ. รวม 51 ราย)												
	03.2 ขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ 3 ราย/กพฟ.จตุรรมงาน/ไตรมาส (จำนวน 17 กพฟ. รวม 51 ราย)												
	03.3 ขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย 4 ราย/กพฟ.จตุรรมงาน/ไตรมาส (จำนวน 17 กพฟ. รวม 340 ราย)												
	โดยเป้าหมาย เขตละ 400 ราย/ปี สำหรับ ต.2 รวม 440 ราย/ปี												
	ผลส.ทำการสอบถามความพึงพอใจลูกค้าทางโทรศัพท์ ทุกไตรมาส												
	ไตรมาสละ 111 ราย เฉลี่ยเดือนละ 37 ราย												
	04 กรอกข้อมูลผลการสำรวจความพึงพอใจลงแบบฟอร์ม ที่กำหนด												
	05 สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าแต่ละราย เฉลี่ยเป็นคะแนน												
	ความพึงพอใจ แยกแต่ละ กพฟ.												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	06 สรุปผลการสำรวจฯ ให้ ผวธ.ภ4 ทุกไตรมาส ภายในเวลาที่กำหนด												
แผนงานหลักที่ 9 การบริหารจัดการข้อร้องเรียน	01 สำรวจความพึงพอใจภายหลังแก้ไขข้อร้องเรียน ทุกราย	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					ผบค.นศ.
ให้กับลูกค้า	(แยกตามประเภทข้อร้องเรียน ตามมาตรฐานการบริการ)												
	- มีการสำรวจความพึงพอใจหลังแก้ไขข้อร้องเรียนทุกครั้งในแบบฟอร์ม VOC 04												
	3. วิเคราะห์ข้อร้องเรียน โดยเฉพาะข้อร้องเรียนที่แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง/	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบค.นศ.
	คุณภาพไฟฟ้า โดยเสนอวิธีการแก้ไข												
	เป้าหมาย ทุกเขต ไตรมาสละ 1 ครั้ง												
	การดำเนินการ												
	3.1 คณะกรรมการฯ ร่วมกับ ทุก กฟฟ. วิเคราะห์ข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น												
	พร้อมหาแนวทางแก้ไขเพื่อลดจำนวนข้อร้องเรียน												
	3.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อร้องเรียน นำเสนอ ผวธ.ภ4												
	ทุกไตรมาส ตามวันเวลาที่กำหนด												
	4. เร่งรัด ติดตาม ประเมินผลความสำเร็จของการจัดการ	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					ผบค.นศ.
	ข้อร้องเรียนทุกเดือน โดย VOC Alert bot												
	การดำเนินการ												
	4.1 มีการติดตามข้อร้องเรียนกับ กฟฟ.หน่วยงาน ประสานงาน												
	ความคืบหน้าในการดำเนินการจัดการข้อร้องเรียน												
	ก่อนจะมีการแจ้งเตือนใน VOC Alert Bot												
แผนงานหลักที่ 10 งานพัฒนาระบบสนับสนุนพนักงาน	2. สรุปข้อมูลและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและตลาด												
ที่ดูแลลูกค้ารายใหญ่ (Key Account)	มาเป็นปัจจัยนำเข้า (input)												
	01 รายงานข้อมูลแรงดันจุดที่ลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับแรงดันไฟฟ้า	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผปบ.นศ.
	(เฉพาะส่วนที่มีการร้องเรียน) ของแต่ละระบบแรงดัน												
	เป้าหมาย รายงานผลเป็นรายไตรมาส												
	Note.- กฟฟ.ตรวจสอบแรงดัน บันทึกแบบฟอร์ม,สรุปรายงาน กบล.												
	กบล.รายงาน สายงาน ว.,วศ.												
	การดำเนินงาน												
	01.1 จัดทำหนังสือแจ้งให้ ทุก กฟฟ.สรุปผลการตรวจวัดแรงดัน เกี่ยวกับ ไฟตก ไฟดับ												
	ไฟกะพริบ ไฟเกิน ณ จุดซื้อขาย ที่ลูกค้าแจ้งทุกช่องทาง ของการรับฟังเสียงของลูกค้า												
	(PEA VOC System)												
	01.2 สรุปการรายงานผลการตรวจวัดแรงดันฯ จากข้อมูลที่ ทุก กฟฟ. ส่งมา กับระบบ												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	รับฟังเสียงของลูกค้า (PEA VOC System)												
	01.3 จัดส่งข้อมูลการสรุปผลการวัดแรงดันฯ ให้ สายงาน ว., วศ. ทุกไตรมาส ตามวัน เวลา												
	ที่กำหนด												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2562

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

NM1 ส่งเสริมการลงทุน และใช้ประโยชน์ความร่วมมือ

เพื่อพัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (นับเฉพาะรายได้ฯ ของ กฟภ.)

4. เป้าหมาย

6,250 ล้านบาท

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

NM1 ส่งเสริมการลงทุน และใช้ประโยชน์ความร่วมมือ

เพื่อพัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (นับเฉพาะรายได้ฯ ของ กฟภ.)

7. เป้าหมาย

รอกำเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 11 แผนงานการดำเนินงาน	1. การลงข้อมูล TAMS ให้ครบ 100% ทุก กฟพ. และอัปเดต	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผปบ.นศ.
ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	ให้เป็นปัจจุบัน												
	เป้าหมาย ไตรมาสละครั้ง												
	01 จัดทำแผนงานการสำรวจลงข้อมูล TAMS และแผน	1 ครั้ง	1 ครั้ง										ผปบ.นศ.
	การเบิกจ่ายงบประมาณแจ้ง กบล.(ธท.) สำหรับ กฟพ. ที่ยังสำรวจ												
	ไม่แล้วเสร็จ												
	02 ติดตามผลการลงข้อมูล และตรวจสอบการเบิกจ่ายงบประมาณ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผธท.)
	ที่ได้รับการจัดสรร												
	03 อัปเดตการลงข้อมูลในระบบ TAMS ให้เป็นปัจจุบัน	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผปบ.นศ.
	04 วิเคราะห์ข้อมูลรายได้จากการคิดค่าบริการพาดสาย และติดตั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผธท.)
	อุปกรณ์ในระบบ TAMS เพื่อให้เรียกเก็บค่าบริการได้ครบถ้วน												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2562								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	2. การดำเนินการทรายได้จาก C02.2 ให้ได้ตามเกณฑ์												
	ที่ กฟภ. กำหนด												
	เป้าหมาย ไตรมาสละครั้ง												
	01 จัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า ประเภทกลุ่มรายใหญ่ที่มี	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบป.นศ.
	หน่วยการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-15% เพื่อเก็บเป็น												
	ฐานข้อมูลในการจัดทำแผนการตลาด												
	(รอผลสรุปจากคณะทำงานของ กฟภ.)												
	02 รายงานผลลูกค้าเข้ากลุ่มบริการหลังการขาย เช่น	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					FM นศ.
	LINE@ ประจําการไฟฟ้า, Line KAM												
	(รอผลสรุปจากคณะทำงานของ กฟภ.)												
	03 รายงานผล การเข้าพบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลงในระบบ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					KAM นศ.
	Bic-SAP หรือระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง												
	(รอผลสรุปจากคณะทำงานของ กฟภ.)												
	04 วิเคราะห์ผลดำเนินการของการหารายได้ C02.2 จาก	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-		-		-					ผบค.นศ.
	ผลของปีที่ผ่านมา												