

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการ
และความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและ
มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่าง
ยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการ
และความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและ
มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่าง
ยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงาน
- ความพึงพอใจของลูกค้า
 - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - กลุ่มพาณิชย์
 - กลุ่มอุตสาหกรรม
 - กลุ่มอื่นๆ
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key /
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงาน
- ความพึงพอใจลูกค้า
 - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - กลุ่มพาณิชย์
 - กลุ่มอุตสาหกรรม
 - กลุ่มอื่นๆ
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key /
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าการให้บริการลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ: 4. เป้าหมาย

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงาน
- ความพึงพอใจของลูกค้า
 - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - กลุ่มพาณิชย์
 - กลุ่มอุตสาหกรรม
 - กลุ่มอื่นๆ
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key /
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ: 7. เป้าหมาย

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงาน
- ความพึงพอใจลูกค้า
 - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - กลุ่มพาณิชย์
 - กลุ่มอุตสาหกรรม
 - กลุ่มอื่นๆ
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key /
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าการให้บริการลูกค้า

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				ผลงาน			
		ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4	ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4
1. แผนงานเพิ่มช่องทางการส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้า แผนแม่บทบริการลูกค้า <i>(พาณิชย์, อุตสาหกรรม)</i> หมายเหตุ * ข้อ 1.1-1.3 ไม่รวมลูกค้าที่ไม่ประสงค์ จะสมัครรับบริการ ติดตามจาก http://172.23.1.35/reform030	1.1 เชิญชวนให้ผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ รายเดิม (ก่อนปี 2560) สมัคร รับ Smart Invoice (e-mail หรือ Fax) เป้าหมาย 50 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ทั้งหมด	50%	50%	50%	50%	50%			
	1.2 เชิญชวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ รายใหม่ทุกราย สมัครรับ Smart Invoice (e-mail หรือ Fax) เป้าหมาย 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่	100%	100%	100%	100%	100%			
	1.3 เชิญชวนให้ผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหม่ให้สมัครรับบริการ SMS เพื่อรับ ข้อมูลค่าไฟฟ้า และแจ้งเตือนหลังครบกำหนดชำระเงิน เป้าหมาย ร้อยละ 100 ของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหม่	100%	100%	100%	100%	100%			
2. งานเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูล/ข่าวสาร กับผู้ใช้ไฟฟ้า <i>บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย์ และอื่นๆ</i>	2.1 จัดกิจกรรมเชิญชวนให้ลูกค้า Download และติดตั้งใช้งาน PEA SMART PLUS เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง	1	1	1	1	1			
	2.2 สรุปจำนวนลูกค้า Download PEA SMART PLUS	250	250	250	250	250			
	เป้าหมาย 12,000 ราย	30	30	30	30	30			
		30	30	30	30	30			
		30	30	30	30	30			
		30	30	30	30	30			
		30	30	30	30	30			

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				ผลงาน			
		ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4	ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4
3. งานเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ดำเนินการตามบันทึก ฝวธ.(ก3) 327/2560 ลว.8 ก.ค. 2560 กฟจ.นว. ทก. พค. ชสง. นบว. บพส. กพร. กลว. พศล.	3.1 ประเมินผลพนักงานบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการ (Front Manager) เป้าหมาย กฟจ.นว. ไตรมาสละ 1 ครั้ง	1	1	1	1	1			
	3.2 เผยแพร่คู่มือบริการประชาชน เป้าหมาย กฟจ.นว. และ กฟส,กฟผ. รวม 9 แห่ง	.	-		-	.			
	3.3 จัดบอร์ดประชาสัมพันธ์พนักงานรับชำระเงินดีเด่นประจำเดือน โดยมีประเด็นพิจารณา ดังนี้ 1. จำนวนการให้บริการลูกค้าทั้งเดือนมากกว่าค่าเฉลี่ย จำนวนลูกค้าต่อผู้ให้บริการทั้งหมด 2. มีสัดส่วนลูกค้ากด Smile Box มากกว่าร้อยละ ๖๐ ของจำนวนคิวทั้งหมด 3. ระดับคะแนนประเมินความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด เป้าหมาย กฟจ.นว. เดือนละ 1 ครั้ง	3	3	3	3	3			
		60%	65%	65%	60%	60%			
(บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย, อุตสาหกรรม, อื่นๆ)	3.4 ประกาศแผนดับไฟผ่าน PEA Website 100% เป้าหมาย กฟจ.นว. 100%	100%	100%	100%	100%	100%			
	3.5 ขยายผล Smart One Touch Service ถึงระดับ กฟย. เป้าหมาย กฟจ.นว.,กฟส.,กฟผ., ในสังกัด	รอลค่าเป้าหมายจาก คณะทำงาน กฟภ.				รอลค่าเป้าหมายจาก คณะทำงาน กฟภ.			

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				ผลงาน			
		ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4	ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4
(กลุ่มพาณิชย์, อุตสาหกรรม)	4.2 เยี่ยมเยียนลูกค้าและบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ลงในโปรแกรม BIC_SAP ตาม CRM-VST-002,003								
	4.2.1 ลูกค้ารายใหญ่ เป้าหมาย กฟจ.นว. 32 ราย	26	2	2	2	26			
	4.2.2 ลูกค้ากลุ่ม High Value เป้าหมาย กฟจ.นว. 6 ราย	1	2	2	1	1			
	4.3 เยี่ยมเยียนลูกค้าโดยผู้บริหารระดับสูง และบันทึกผล การเยี่ยมเยียนลูกค้าลงในระบบ BIC_SAP เป้าหมาย กฟจ.นว.32 ราย	26	2	2	2	26			
	4.4 ประชุมคณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ เป้าหมาย กฟน.3 ปีละ 1 ครั้ง	-	1	-	-	-			
	4.6 ประชุมคณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ. เป้าหมาย เดือนละ 1 ครั้ง	3	3	3	3	3			
	4.7 KAM ติดต่อกู้รายสำคัญ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เป้าหมาย กฟจ.นว. เดือนละ 1 ครั้ง	3	3	3	3	3			
	4.8 เยี่ยมเยียนลูกค้า KAM เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง	1	-		-	1			

ผจก.1-2-3 6 ราย/ไตรมาส

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				ผลงาน			
		ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4	ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4
มีแนวทางการจัดสัมมนาดังต่อไปนี้ การสัมมนาบรรยายวิชาการ, การจัดเสวนา, การประชุมแบบ Focus Group, กิจกรรมนันทนาการ ศึกษาดูงาน	4.11 งานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ เป้าหมาย กฟจ.นว. งบประมาณในการจัดสัมมนา 100,000 บาท	-	-	1	-	-			
5. แผนปรับปรุงกระบวนการแจ้งไฟฟ้าขัดข้อง	4.12 บริการเสริมพิเศษแก่ลูกค้ารายใหญ่ที่มีค่าไฟฟ้า 20 ล้านบาท/ เดือน โดยพิจารณากิจกรรมตามความเหมาะสม เป้าหมาย กฟจ.นว. 1 ราย	-	1	-	-	-			
	4.13 ทำกิจกรรมร่วมกับส่วนราชการ เช่น อำเภออัม จังหวัดเคลื่อนที่ ฯลฯ เป้าหมาย กฟจ.นว. เดือนละ 1 ครั้ง	3	3	3	3	3			
	5.1 ติดตามการดำเนินงาน SQA กระบวนการแจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้อง (P2)	1	1	1	1	1			
	5.2 ขยายผลนวัตกรรมการแจ้งจุดเสี่ยงของเหตุกระแสไฟฟ้าขัดข้อง โดยใช้ Application	รอค่าเป้าหมายคณะทำงานจาก กฟผ.							
	5.3 ประชาสัมพันธ์ให้แจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้องผ่าน PEA Call Center เปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ตู้แจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้อง จาก สนง เป็น 1129 PEA Call Center								
6. งานพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการ	5.4 แจ้งสถานะการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้องผ่านกลุ่ม Line ชุมชน	-	-	1	-	-			
	6.3 จัดประชุม คู่ค้า/ผู้รับจ้างงานบริการด้านมิเตอร์/จดหน่วย แจ้งค่าไฟฟ้า เกี่ยวกับการให้บริการกับลูกค้า								

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				ผลงาน			
		ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4	ไตรมาส ที่1	ไตรมาส ที่2	ไตรมาส ที่3	ไตรมาส ที่4
7. งานพัฒนาศูนย์บริการลูกค้า 8. งานบริหารจัดการข้อร้องเรียน	7.1 ปรับปรุง Front Office ท่าตะโก เป้าหมาย กฟจ.นครสวรรค์ 1 แห่ง (กฟส. ท่าตะโก)	-	-	1	-	-			
	8.1 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไข ข้อร้องเรียน จากผลการสำรวจโดย PEA Call Center เป้าหมาย กฟจ.นครสวรรค์ ไตรมาสละ 1 ครั้ง	1	1	1	1	1			