

แผนปฏิบัติการทพ.3 ประจำปี 2564
สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO 3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้านลูกค้า (Customer)

แบบฟอร์ม กผส.มป.01

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการของลูกค้ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer service)
- CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ในระยะยาวและรักษาลูกค้รายสำคัญ (CRM)
- CR 3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้ (Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้
 - กลุ่มลูกค้รายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย) ระดับ 4.4718
 - กลุ่มลูกค้รายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่) ระดับ 4.4674
 - กลุ่มภาครัฐและอื่นๆ (ราชการ และรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ) ระดับ 4.4561
- ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้ที่ลดลง ระดับ 4.4919
- จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินงานตามมาตรฐานการให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business ร้อยละ 15
- ร้อยละ 100
- ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (และ Strategic และ Star) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจ ระดับ 5
- ความพึงพอใจลูกค้ Key Account ระดับ 4.3979
- ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey ร้อยละ 100

4. เป้าหมาย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการของลูกค้ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer service)
- CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ในระยะยาวและรักษาลูกค้รายสำคัญ (CRM)
- CR 3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้ (Customer Experience)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้การไฟฟ้า ภาค 1
- ความพึงพอใจลูกค้ ของภาค 1
- กลุ่มรายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย) รค่าเป้าหมาย
- กลุ่มลูกค้รายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่) รค่าเป้าหมาย
- กลุ่มภาครัฐและอื่นๆ (ราชการ และรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ) รค่าเป้าหมาย
- จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินงานตามมาตรฐานการให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business รค่าเป้าหมาย
- ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (และ Strategic และ Star) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ระดับ 5
- ความพึงพอใจลูกค้ Key Account ระดับ 4.3979
- ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รค่าเป้าหมาย

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ช่วงเวลา	เป้าหมาย				หน่วยงานหลัก	งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
			ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4			
			ตอบเกณฑ์ enablers ของสายงานฯ ประจำปี 2564						
1. แผนงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ	1.1 รวบรวม/ทบทวน และ พิจารณารายชื่อลูกค้ารายสำคัญ เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม ปีละ 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1					ผบค.		
	1.2 กำหนดสิทธิประโยชน์ลูกค้ารายสำคัญ ได้แก่ การบริการเสริม โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า กฟอ.พัฒนานิคม ปีละ 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1					ผบค.		

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ช่วงเวลา	เป้าหมาย				หน่วยงานหลัก	งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
			ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4			
ตอบเกณฑ์ enablers ของสายงานฯ ประจำปี 2564									
1. แผนงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ	1.3 แผนการดำเนินงานที่สำคัญและค่าเป้าหมายหลังจาก การกำหนดสิทธิประโยชน์ของลูกค้ารายสำคัญ (CRM-KAM-001 , CRM-KAM-002) เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม ปีละ 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1	1	-	-	-	ผบค.		
	1.4 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า พนักงานและแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศฯ CRM plus เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม ปีละ 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1	1	-	-	-	ผบค.		
	1.5 จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามแผนฯ (CRM-KAM-003) - กรณีของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วนรายงานสรุปประเด็นเสี่ยงของลูกค้า - ติดตามผล และสรุปรายงานผลการตอบสนองของลูกค้า เป้าหมาย รายงานผลการตอบสนองของลูกค้าจากการจัดการเสี่ยงของลูกค้าแล้วเสร็จ ภายใน 5 วันทำการ เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 100% ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	100%	100%	100%	100%	ผบค.		
	1.6 บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าลงในระบบ สารสนเทศ ภายใน 7 วันหลังจากจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM Plus , PEA-VOC System) เป้าหมาย มีการบันทึกข้อมูลแล้วเสร็จตามที่กำหนด เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 100% ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	100%	100%	100%	100%	ผบค.		
	1.7 ติดตามผลการดำเนินงาน และสรุปสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า เป้าหมาย รายงานผลการดำเนินงานและสรุปการจัดการเสี่ยงของลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM-KAM-004) , (VOC-60-001) กฟช. เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม ไตรมาสละ 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	1	1	1	1	ผบค.		
	1.8 สรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ เป้าหมาย รายงานสรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ ภายใน ก.ค.2563 (CRM-KAM-005) เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	-	-	1	-	ผบค.		

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ช่วงเวลา	เป้าหมาย				หน่วยงานหลัก	งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
			ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4			
ตอบเกณฑ์ enablers ของสายงานฯ ประจำปี 2564									
1. แผนงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ	1.9 สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ KAM จากผลสำรวจโดย PEA Call Center เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	-	-	-	1	ผบค.		
	1.10 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไขข้อร้องเรียน จากผลการสำรวจโดย PEA Call Center เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม ไตรมาสละ 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน		1	1	1	1	ผบค.		
2. แผนงานสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า Key Account	2.1 การเยี่ยมเยียนลูกค้าและบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้าลงในโปรแกรม CRM Plus 2.1.1 ลูกค้ารายใหญ่ เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 312 ราย ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	112	90	90	20	ผบค.		
	2.1.2 ลูกค้า High Value (กลุ่ม H) เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 78 ราย ผลการดำเนินงาน		25	28	19	-	ผบค.		
	2.2 การเยี่ยมเยียนลูกค้าโดยผู้บริหารระดับสูง และบันทึกผลการเยี่ยมเยียน ลูกค้าลงในระบบ CRM Plus เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม ไตรมาสละ 6 ราย ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	6	6	6	6	ผบค.		
	2.3 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ เป้าหมาย (เฉพาะ กฟฟ.ที่มีรายได้เกิน 100 ลบ./เดือน) เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 8 แห่ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	-	-	8	-	ผบค.		
	3.1 ติดตามผลการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนที่เริ่มใช้ในไตรมาส 4/2563 โดยกำหนด SLA แยกตามประเภทข้อร้องเรียนและโดยรวม ของข้อร้องเรียนทั่วไป เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม รอค่าเป้าหมายจาก ธ ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	รอค่าเป้าหมายจาก ธ.				ผบค.		
ตามแผนงาน กฟผ. ปี 2564 กำหนดให้ดำเนินการ									
4. แผนงานพัฒนาศักยภาพพนักงานในด้านการสร้าง กับลูกค้า	4.1 สายงานฯ เข้าร่วม พัฒนาระบบการเรียนรู้และการพัฒนา บุคลากรตามสมรรถนะที่ ผบค. กำหนด เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม รอค่าเป้าหมายจาก ธ ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4					ผบค.		
			รอค่าเป้าหมายจาก ธ.						

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ช่วงเวลา	เป้าหมาย				หน่วยงานหลัก	งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
			ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4			
ตามแผนงาน VOC ของสายงานฯ กำหนดให้ดำเนินการ									
5. งานพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการของสายงานฯ	5.1 จัดอบรมจิตวิทยาการบริการให้กับพนักงาน Front ของ กฟส/กฟย. เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 1 หลักสูตร ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	-	-	1	-	ผบค.		
	5.2 จัดอบรมจิตวิทยาการบริการ/การสื่อสารพนักงานแก่ไฟฟ้าขัดข้อง กฟจ/กฟอ/กฟส/กฟย. เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 1 หลักสูตร ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	-	1	-	-	ผบป.		
	5.3 จัดประชุม คู่ค้า/ผู้รับจ้างงานบริการด้านมิเตอร์/จดหน่วย แจ้งค่าไฟฟ้า เกี่ยวกับการให้บริการกับลูกค้า เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 1 แห่ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	1	-	-	-	ผบป.		
6. แผนงานขยายผลการแจ้งค่าไฟฟ้าแบบ Smart Invoice ผ่านระบบ SMS,Email,Auto Fax	6.1 เชิญชวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ รายใหม่ทุกราย สมัครรับ Smart Invoice (e-mail หรือ Fax) ที่เกิดขึ้นในปี 2563 เป้าหมาย 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่ เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่ ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	100%	100%	100%	100%	ผบป.		
	7.1 ตั้งกลุ่ม Line Group ผู้นำชุมชนและ/หรือหัวหน้าส่วนราชการและแจ้งแผนการดับไฟผ่าน Line 100% ให้ครบทุกจุดรวมงาน และ กฟส. เป้าหมาย ทุกจุดรวมงาน และ กฟส. เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 100% ทุกจุดรวมงาน และ กฟส. (38 แห่ง) ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	100%	100%	100%	100%	ผบป.		
7. แผนงานแจ้งแผนการดับไฟผ่าน Line Group ผู้นำชุมชน	7.2 กฟฟ.จุดรวมงาน และกฟส. แจ้งแผนการดับไฟผ่านกลุ่ม Line Group ผู้นำชุมชนและ/หรือหัวหน้าส่วนราชการ และรายงาน กป.บ.น.3 เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม ไตรมาสละ 1 ครั้ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	1	1	1	1	ผบป.		
	8.1 ประสานงานศูนย์ AMR และลูกค้ากรณีข้อมูลจาก AMR ไม่ได้ เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 100% ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	100%	100%	100%	100%	ผมต.		
8. ประสานงานศูนย์ AMR									
9. แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	9.1 ระบบจ่ายงานอัจฉริยะ WOM เป้าหมาย กฟอ.พัฒนานิคม 38 แห่ง ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 2	-	38	-	-	ผบค. , ผมต.		

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ช่วงเวลา	เป้าหมาย				หน่วยงานหลัก	งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
			ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4			