

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ ทุกกลุ่มลูกค้า

(Customer Value Proposition)

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

และการให้บริการของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

และรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

และการให้บริการของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

และรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	11 ช่วงเวลา	ผู้รับผิดชอบ		
			กฟข.	กฟฟ.ชั้น 1-3	กฟส.
1. แผนงานปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า (นโยบาย KEEN 14 ด้าน KE2 : Smart Service)	1.1 กฟฟ.1-3,กฟส. นำสถิติข้อร้องเรียนที่สูงสุดประเภทสูงสุดปี 2561 มาวิเคราะห์หาสาเหตุ และวางแผนการแก้ไข/ป้องกัน	เม.ย. 2562	กบล.	✓	✓
	1.1.1 วิเคราะห์หาสาเหตุข้อร้องเรียน จากผลข้อร้องเรียนปี 2561 และจัดทำแผน				
	การแก้ไข/ป้องกัน สาเหตุข้อร้องเรียน 3 ลำดับแรก				
	กฟฉ.1 1 ครั้ง	จัดส่งให้ ผวธ.(ภ2) ภายในวันที่ 31 มีนาคม 2562			
	กฟฉ.2 1 ครั้ง				
	กฟฉ.3 1 ครั้ง				
	ภาค 2 3 ครั้ง				
	ผวธ.(ภ2) สรุปและรวบรวมแผนฯภายใน 18 เมษายน 2562				
	กฟจ.อบ. การให้บริการแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องล่าช้า				
	กฟส.ม่วงสามสิบ คุณภาพไฟฟ้า (ไฟตก)				
	กฟส.เขื่องใน คุณภาพไฟฟ้า (ไฟดับ)				

1. แผนงานปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า (ต่อ)	1.1.2 ดำเนินการแก้ไข/ป้องกัน ตามข้อ 1.1.1		ไตรมาส 4	กบล.	✓
(นโยบาย KEEN 14 ด้าน KE2 : Smart Service)	กฟฉ.1	100%	จัดส่งให้ ผวธ.(ภ2) ภายในวันที่ 13 กันยายน 2562		
	กฟฉ.2	100%			
	กฟฉ.3	100%			
	ภาค 2	100%			
	ผวธ.(ภ2) รายงานภายใน 30 กันยายน 2562				
	กฟจ.อบ.				
	กฟส.มสส.				
	กฟส.ชน.				
	1.2 ดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนคุณภาพไฟฟ้า (ไฟตกไฟดับ) ให้แล้วเสร็จทุกราย		ไตรมาส 1-4	กบล.	✓
	ติดตามผลการดำเนินการทุกไตรมาส				
	กฟฉ.1	100%	ภายในไตรมาส 4 (ไม่รวมข้อร้องเรียนที่เกิดในไตรมาส 4 ปี 2562)		
	กฟฉ.2	100%			
	กฟฉ.3	100%			
	ภาค 2	100%			
	กฟจ.อบ.				
	กฟส.มสส.				
	กฟส.ชน.				
2. แผนงานขยายผลปฏิบัติงานของผู้จัดการศูนย์	2.1 จัดอบรมหลักสูตร Front Manager ให้ กฟฟ.ชั้น1-3 และ กฟส.		ไตรมาส 2	ผวธ.(ภ2)	
งานบริการลูกค้า (Front Manager)	กฟฉ.1	- ครั้ง	ภายในไตรมาส 2		
(นโยบาย KEEN 14 ด้าน NH1: Smart Workforce)	กฟฉ.2	- ครั้ง			
	กฟฉ.3	- ครั้ง			
	ภาค 2	1 ครั้ง			

	2.2 ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน (KPI) ของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า			ไตรมาส 1-4	กบล.	✓	✓
	(Front manager) ตามคู่มือการปฏิบัติงานของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า						
	กฟฉ.1	100%	} ทุกไตรมาส				
	กฟฉ.2	100%					
	กฟฉ.3	100%					
	ภาค 2	100%					
	กฟจ.อบ.						
	กฟส.มสส.						
	กฟส.ชน.						
2. แผนงานขยายผลปฏิบัติงานของผู้จัดการศูนย์	2.3 จัดอบรมหลักสูตรการบริการด้วยใจ (Service mind) ให้กับพนักงานที่ติดต่อกับ			พ.ค. 2562	-	-	-
งานบริการลูกค้า (Front Manager) (ต่อ)	ลูกค้าโดยตรง เช่น กลุ่มพนักงาน Front Office, พนักงาน E/O เป็นต้น						
(นโยบาย KEEN 14 ด้าน NH1: Smart Workforce)	กฟฉ.1	-	ครั้ง	} ภายในเดือน พ.ค 2562			
	กฟฉ.2	-	ครั้ง				
	กฟฉ.3	-	ครั้ง				
	ภาค 2	1	ครั้ง				
	2.4 จัดอบรม/OJT การบริการด้วยใจ (Service mind) ให้กับตัวแทน เช่น ตัวแทนตัด			ไตรมาส 1	กรท.,กบล.,กบษ.	✓	✓
	ต่อกลับมิเตอร์, ตัวแทนตัดต้นไม้, ตัวแทนติดตั้ง รื้อถอน สับเปลี่ยน มิเตอร์ เป็นต้น				กบษ.		
	กฟฉ.1	1	ครั้ง	} ภายในไตรมาส 1			
	กฟฉ.2	1	ครั้ง				
	กฟฉ.3	1	ครั้ง				
	ภาค 2	3	ครั้ง				
	กฟจ.อบ.						
	กฟส.มสส.						
	กฟส.ชน.						

3. แผนงานเพิ่มสมรรถนะทางด้านธุรกิจการตลาด	3.1 เชิญชวนให้ผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหม่ลงทะเบียนรับบริการผ่าน SMS (รายใหม่ 100%)	ไตรมาส 1-4	กรท.	✓	✓
และการบริการขององค์กร	(เฉพาะผู้ใช้ไฟที่มีโทรศัพท์มือถือและมีความประสงค์ขอรับบริการ SMS)				
(นโยบาย KEEN 14 ด้าน KE2 : Smart Service)	กฟฉ.1 100% ของผู้ใช้บริการ				
	กฟฉ.2 100% ของผู้ใช้บริการ				
	กฟฉ.3 100% ของผู้ใช้บริการ				
	ภาค 2 100% ของผู้ใช้บริการ				
	ผวธ.(ภ2) สรุปรายงานผลภายใน 30 วัน หลังสิ้นไตรมาส				
	กฟจ.อบ.				
	กฟส.มสส.				
	กฟส.ชน.				
	3.2 ขยายผลบริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่านนวัตกรรม Smart Invoice สำหรับลูกค้ารายใหญ่	ไตรมาส 1-4	กรท.	✓	✓
	โดยการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่าน E-mail หรือโทรสารแบบอัตโนมัติ				
	3.2.1 เชิญชวนให้ลูกค้ารายใหญ่ให้ใช้บริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่านนวัตกรรม Smart Invoice				
	(รายเดิมไม่น้อยกว่า 50% ของจำนวนลูกค้ารายใหญ่ทั้งหมด)				
	กฟฉ.1 3,461 ราย				
	กฟฉ.2 2,531 ราย				
	กฟฉ.3 3,956 ราย				
	ภาค 2 9,948 ราย				
	ผวธ.(ภ2) สรุปรายงานผลภายใน 30 วัน หลังสิ้นไตรมาส				
	กฟจ.อุบลราชธานี 301 ราย				
	กฟส.ม่วงสามสิบ 11 ราย				
	กฟส.เซื่องโน 17 ราย				

3. แผนงานเพิ่มสมรรถนะทางด้านธุรกิจการตลาด	3.2.2 เชิญชวนให้ลูกค้ารายใหญ่ใช้บริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่านนวัตกรรม Smart Invoice			ไตรมาส 1-4	กรท.	✓	✓
และการบริการขององค์กร (ต่อ)	(รายใหม่100%)						
(นโยบาย KEEN 14 ด้าน KE2 : Smart Service)	กฟฉ.1	100%	ของผู้ใช้บริการ				
	กฟฉ.2	100%	ของผู้ใช้บริการ				
	กฟฉ.3	100%	ของผู้ใช้บริการ				
	ภาค 2	100%	ของผู้ใช้บริการ				
	ผวธ.(ภ2) สรุปรายงานผลภายใน 30 วัน หลังสิ้นไตรมาส						
	กฟจ.อบ.						
	กฟส.มสส.						
	กฟส.ชน.						
4.แผนงานเพิ่มรายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องของ PEA	4.1 ตั้งคณะทำงานด้านธุรกิจเสริม และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (15 มี.ค.62)			ไตรมาส 1			
และ Doing Business	กฟฉ.1	}	รายงานภายในวันที่ 15 มี.ค. 2562				
(นโยบาย KEEN 14 ด้าน EB2 : PEA Product)	กฟฉ.2						
	กฟฉ.3						
	ภาค 2						
	4.2 กำหนดกลยุทธ์, เป้าหมาย และแผนงานด้านการตลาด (31 มี.ค. 2562)			มี.ค. 2562			
	กฟฉ.1	}	รายงานภายในวันที่ 20 มี.ค. 2562				
	กฟฉ.2						
	กฟฉ.3						
	ภาค 2	เชิญประชุมคณะทำงาน ภายในเดือนมีนาคม 2562					
4.แผนงานเพิ่มรายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องของ PEA	4.3 ศึกษาวิเคราะห์ธุรกิจหลังมิเตอร์ เช่น เดินสายไฟในอาคาร , แก๊ไฟฟ้าขัดข้อง			มี.ค. 2562			
และ Doing Business (ต่อ)	หลังมิเตอร์, solar rooftop ฯลฯ (31 มี.ค. 2562)						
(นโยบาย KEEN 14 ด้าน EB2 : PEA Product)	กฟฉ.1	}	รายงานภายในวันที่ 20 มี.ค. 2562				
	กฟฉ.2						
	กฟฉ.3						
	ภาค 2	เชิญประชุมคณะทำงาน ภายในเดือนมีนาคม 2562					

	4.4 ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์จากคณะทำงาน	ไตรมาส 2	กบล.	✓	✓
	กฟฉ.1				
	กฟฉ.2	เริ่มดำเนินการ 30 เม.ย. 2562			
	กฟฉ.3				
	ภาค 2				
	4.5 ประเมินผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 4			
	กฟฉ.1	ภายในไตรมาส 4			
	กฟฉ.2				
	กฟฉ.3				
	ภาค 2				
	ผวธ.(ภ2) รายงานภายใน 30 วันหลังสิ้นไตรมาส				