

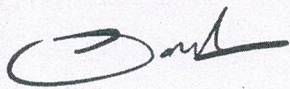
เลขที่ กคพ.(สข) 797/2564

เรียน รผก.(ธต)., รผก.(ภ1-ภ4)., รผก.(ทส).,รผก.(ย).,

รผก.(บก). และ ผชก.ทุกเขต

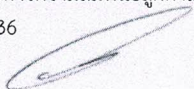
เพื่อโปรดทราบและโปรดแจ้งส่วนที่เกี่ยวข้อง
ดำเนินการตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 29 ธันวาคม 2564
อนุมัติปรับปรุง คู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์
กับลูกค้า ตั้งแต่ มกราคม 2565 เป็นต้นไป

ทั้งนี้ สามารถดาวน์โหลดคู่มือกิจกรรมการสร้าง
ความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2565 ได้ที่ เว็บไซต์ของฝ่ายลูกค้า
และการตลาด (URL : <http://cmd.pea.co.th/manual>)



(นายทรงศักดิ์ สุกนนิมพร)

อก.ลพ





การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

จาก กลพ.

เลขที่ กลพ.(สข)777/2564

เรื่อง ขออนุมัติปรับปรุงคู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

เรียน อ.ลต. ผ่าน ร.ลต.(คุณอภิรักษ์)

ถึง ผลต.

วันที่ 27 ธ.ค. 2564

สวท.
เลขที่รับ 4089/69
วันที่ 28 ธ.ค. 2564

ผู้ว่าการ
วันที่ 28 ธ.ค. 2564
เลขที่รับ 4922

ผู้ช่วยผู้ว่าการ (ต)
เลขที่ 3005
วันที่ 27 ธ.ค. 2564
เวลา

ผลต.
เลขที่รับ 3399
วันที่ 27 ธ.ค. 2564

1. เรื่องเดิม

1.1 ตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 5 มกราคม 2558 อนุมัติคู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2558 โดยมีสาระสำคัญ (รายละเอียดตามเอกสารแนบ 1) ดังนี้

ข้อ 4.1 อนุมัติกระบวนการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และคู่มือกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย

- 4.1.1 การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย
- 4.1.2 การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management
- 4.1.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้า
- 4.1.4 การสัมมนาลูกค้ารายใหญ่
- 4.1.5 การสื่อสารผ่าน SMS (การแจ้งค่าไฟฟ้า)

ข้อ 4.2 อนุมัติกรณีการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ตามแนวทางการจัดประชุมผู้ใช้ไฟ ตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 5 ต.ค. 2542 วงเงินไม่เกิน 100,000 บาท/ครั้ง ขออนุมัติให้ อช. มีอำนาจอนุมัติ การเบิกจ่ายค่าตอบแทนวิทยากรเพิ่มเติม สำหรับการสัมมนาในรูปแบบที่มีวิทยากรภายนอก นอกเหนือจาก วงเงินข้างต้นทั้งนี้ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 25 พ.ค. 2547 เรื่องปรับปรุงเกณฑ์การจัดประชุม ผูกอบรมสัมมนา จากงบทำการของ กฟผ. ที่จัดประชุม

1.2 ตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 5 มีนาคม 2561 อนุมัติปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) ประจำปี 2561 โดยมีสาระสำคัญ (รายละเอียดตามเอกสารแนบ 2) ดังนี้

ข้อ 4.2 อนุมัติคู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual) กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management: KAMT) ปี 2561

ข้อ 4.3 อนุมัติค่าสนับสนุนการปฏิบัติงานสำหรับการติดต่อลูกค้ารายสำคัญแบบเหมาจ่ายของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำสำนักงานใหญ่ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำเขต และพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า คนละ 500.- บาทต่อเดือน

ข้อ 4.4 อนุมัติหลักการให้บริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ประกอบด้วย

- 4.4.1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol)
- 4.4.2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile)
- 4.4.3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.4.4 ตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer)
- 4.4.5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม
- 4.4.6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า)
- 4.4.7 บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย

ทั้งนี้การกำหนดประเภทบริการ เป้าหมาย และแผนงานการให้บริการ แตกต่างกันตามระดับของลูกค้ารายสำคัญ ดังแนวทางตามคู่มือการปฏิบัติงานฯ (ข้อ 4.2)

ข้อ 4.5 ปรับปรุงหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ โดยอนุมัติหลักการให้ สัมมนาลูกค้า ครอบคลุมการจัดศึกษาดูงาน และกิจกรรมนันทนาการ เช่น การเลี้ยงรับรอง และการแข่งขัน กีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า และ กฟผ. เป็นต้น ดังนี้

4.5.1 กรณี กฟผ. ให้ อช. มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ กรอบวงเงินงบประมาณเป็นไปตามหลักเกณฑ์ฯ

4.5.2 กรณีสำนักงานใหญ่ ให้ รผก.(ย) มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ในกรอบวงเงินงบประมาณไม่เกิน 100,000 บาท/ปี รวมถึงค่าสมนาคุณ/ค่าตอบแทนวิทยากร เพิ่มเติม สำหรับการสัมมนาในรูปแบบที่มีวิทยากร

4.5.3 หลักเกณฑ์การคิดค่าใช้จ่ายในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ให้อ้างอิง ระเบียบ กฟผ. ว่าด้วยการฝึกอบรมและสัมมนา พ.ศ. 2560 โดยค่าใช้จ่ายในส่วนลูกค้าให้แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับบริหาร เทียบเท่าพนักงานระดับ 8 ขึ้นไป 2) ระดับปฏิบัติ เทียบเท่าพนักงานระดับ 1-7 ทั้งนี้ เพื่อประสิทธิผลการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หากมีรายการค่าใช้จ่ายเกินกว่าที่ระเบียบกำหนด ให้เสนอผู้มีอำนาจตามข้อ 4.5.1 และ 4.5.2 พิจารณาเป็นกรณี ๆ ไป

ข้อ 4.6 ให้ รผก.(ย) เป็นผู้ที่มีอำนาจอนุมัติรายชื่อบริษัทลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหาร ลูกค้ารายสำคัญ ค่าสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้าราย สำคัญของสำนักงานใหญ่ และ อช. เป็นผู้ที่มีอำนาจอนุมัติรายชื่อบริษัทลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้าราย สำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของหน่วยงานในสังกัด ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงอัตราค่าสิ่งที่มีอยู่ และ งบประมาณที่ได้รับการจัดสรร

ข้อ 4.7 ให้ ฝพบ. ร่วมกับ ฝวธ.(ภ1-4) และ ฝบว. กำหนดหลักสูตรฝึกอบรม และ เกณฑ์การทดสอบพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ พร้อมทั้งดำเนินการจัดฝึกอบรมและทดสอบพนักงาน บริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกปี

ข้อ 4.8 ให้ ฝพท. พัฒนาระบบสารสนเทศด้านบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุน การบริหารลูกค้ารายสำคัญ ในการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ ข้อมูลพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ แผนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ การบันทึกผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และการรายงานผล ดำเนินการ ให้แล้วเสร็จภายในเดือน มิ.ย. 2561

ข้อ 4.9 ให้ ฝนศ. วิเคราะห์และสรุปรายชื่อบริษัทลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer) จัดส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในเดือน ต.ค. ของทุกปี

ข้อ 4.10 ให้ ฝวส. ประสานงาน 1129 PEA Call Center สสำรวจและประเมินความ พึงพอใจลูกค้ารายสำคัญ และสรุปรายงานส่ง ฝบว., ฝวธ.(ภ1-4) และ กฟช. ภายใน 15 ก.ย. ของทุกปี

1.2 ตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 23 พฤษภาคม 2563 การปรับโครงสร้างการบริหารงาน กฟผ. ระยะ 1 ตุลาคม 2563 - กันยายน 2565 (ตามเอกสารแนบ 3) เรื่องการกำหนดโครงสร้างการบริหารงาน ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สายงานธุรกิจและการตลาด ซึ่งมีหน้าที่และความรับผิดชอบกำกับ ดูแล และงาน บริหารลูกค้าและการตลาด ส่งผลให้โครงสร้างหลัก และสายการบังคับบัญชาเปลี่ยนแปลงไป โดยกอง บริหารลูกค้าสัมพันธ์ (กลพ.) ฝ่ายลูกค้าและการตลาด ทำหน้าที่พิจารณากำหนดลูกค้าเป้าหมาย วัตถุประสงค์กิจกรรม CRM สำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม คัดเลือกกิจกรรมและกำหนดแผนงานโดยรวม รวบรวม ผลดำเนินการในภาพรวมองค์กร ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับ ลูกค้า กำหนดแผนงานและกิจกรรมในการบริหารลูกค้ารายสำคัญ ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ ตลอดจน ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

2. ข้อเท็จจริง

2.1 ตามแผนปฏิบัติการ กฟผ. ประจำปี 2564 (ฉบับทบทวน) วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 : มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า S8 การสร้างความสัมพันธ์และรักษาสถานลูกค้า Key Account กำหนดให้ กลพ. วิเคราะห์และประเมินการบริการบริหารลูกค้ารายสำคัญ เพื่อนำไปพัฒนา

กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญให้เหมาะสมและขออนุมัติปรับปรุงในช่วง ตุลาคม-ธันวาคม ปี 2564 (ตามเอกสารแนบ 4)

2.2 ตามแผนแม่บทบริการลูกค้าและการตลาดของ กฟผ. พ.ศ. 2564 – 2568 แผนงานที่ 8 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โครงการที่ 30 โครงการพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมและนอกนิคมโดยรอบ กฟผ. ขอความเห็นชอบแผนงานการดำเนินการเพื่อสร้างความผูกพันและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมและนอกนิคมอุตสาหกรรมโดยรอบหรือลูกค้ากลุ่มเสี่ยงที่จะสูญเสียรายได้ เพื่อยกระดับการให้บริการที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว รวมทั้งรักษาฐานลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมและนอกนิคมโดยรอบ โดยให้ กฟผ. ทั้ง 12 เขต ดำเนินการประเมินลูกค้ากลุ่มเสี่ยงฯ ตามแนวทาง Risk Assessment Matrix รวมทั้งจัดทำแผนการรองรับลูกค้ากลุ่มเสี่ยงพิเศษ (ตามเอกสารแนบ 5)

2.3 ผลดำเนินการบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำปี 2564 สรุปได้ดังนี้

รายชื่อการไฟฟ้า		จำนวนลูกค้ารายสำคัญ (ราย)					จำนวน KAMR			ภาพรวมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	
		Strategic	Star	Status	Streamline	รวม	KAMR ประจำเขต	KAMR ประจำ กฟผ.	Senior KAMR	ความคาดหวัง (เฉลี่ย)	ความพึงพอใจ (เฉลี่ย)
ภาค 1	บ.1	20	1	145	0	166	2	17	17	4.698	4.472
	บ.2	31	7	142	57	237	4	18	12	4.531	4.380
	บ.3	23	0	202	122	347	4	21	13	4.555	4.452
ภาค 2	ฉ.1	26	102	205	23	356	4	33	16	4.504	4.354
	ฉ.2	34	173	33	0	240	3	24	14	4.583	4.408
	ฉ.3	64	115	202	56	437	4	40	15	4.563	4.482
ภาค 3	ก.1	179	109	316	747	1351	4	61	25	4.579	4.454
	ก.2	281	232	392	1442	2347	3	91	22	4.576	4.340
	ก.3	48	5	400	0	453	4	44	17	4.545	4.460
ภาค 4	ค.1	52	119	19	3	193	4	22	14	4.481	4.525
	ค.2	20	2	181	148	351	4	20	17	4.624	4.580
	ค.3	44	116	103	48	311	4	29	13	4.470	4.452
สนย.	สนย.	19	20	22	0	61	0	8	0	4.643	4.750
รวม		841	1001	2362	2646	6850	44	428	195	4.559	4.434

2.4 กฟผ. และ กศฟ. ได้เชิญผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วม workshop การรักษารฐานลูกค้า เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2564 ตามหนังสือ กศฟ. เลขที่ กศฟ.(วฟ) 859/2564 ลงวันที่ 21 กรกฎาคม 2564 โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของกลุ่มลูกค้า และรักษารฐานลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer) โดยรวบรวมข้อมูลลูกค้ากลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสจะย้ายไปใช้ไฟฟ้ากับ SPP หรือผลิตไฟฟ้าใช้เอง รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบต่อกฟผ. และกำหนดแนวทางในการรักษารฐานลูกค้า (ตามเอกสารแนบ 6)

2.5 ผลต. และ กบล.ทุกเขต ได้ร่วมประชุมหารือเกี่ยวกับคู่มือปฏิบัติงานด้านการรับฟังเสียงและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2564 ตามหนังสือ ผลต. เลขที่ ผลต. 473/2564 ลงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2564 เพื่อทบทวนและปรับปรุงกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ตามข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจประจำปี 2564 เกณฑ์วัดการดำเนินงาน Core Business Enablers ขององค์กรซึ่งกำหนดให้มีแนวทางและกลไกการกำกับ ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานด้านการรับฟังลูกค้า และแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยมีการนำปัจจัยนำเข้าจากประสิทธิภาพของกระบวนการในปีที่ผ่านมา เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ รวมถึงการบูรณาการหลักเกณฑ์การสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (ตามเอกสารแนบ 7)

2.6 ตามอนุมัติคู่มือฯ รผก.(ย) ลงวันที่ 15 ธันวาคม 2564 อนุมัติคู่มือการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อพัฒนาระบบงานและกระบวนการสอดคล้องตามวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ตามเอกสารแนบ 8)

3. ข้อพิจารณา

กลพ. พิจารณาแล้ว เพื่อการเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญของ กลพ. จึงเห็นควรพิจารณาปรับปรุงหลักเกณฑ์และคู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

3.1 เพื่อให้มีกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ที่สามารถรองรับยุทธศาสตร์องค์กร และสอดคล้องกับกระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้า จึงเห็นควรกำหนดกระบวนการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเป็นระบบ ในการประเมินกิจกรรมที่มีอยู่เดิม และการกำหนดกิจกรรมใหม่ในอนาคต รวมถึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดกระบวนการให้ส่วนที่เกี่ยวข้อง

3.2 จากการทบทวนกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ร่วมกับข้อเสนอแนะจากการประชุม กบส.ทุกเขต ทหารเรือเกี่ยวกับคู่มือปฏิบัติงานด้านการรับฟังเสียงและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อทบทวนและปรับปรุงกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ตามข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงาน รัฐวิสาหกิจประจำปี 2564 เกณฑ์วัดการดำเนินงาน Core Business Enablers เห็นควรปรับปรุงกระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ที่	กระบวนการ/กิจกรรม	ผลการทบทวน
1	การสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	- ปรับปรุงขั้นตอน และกรอบระยะเวลาในผังการไหลของกระบวนการฯ เพื่อให้สามารถบูรณาการและสอดคล้องกับกระบวนการอื่น ๆ ด้านลูกค้าของ กลพ. - ปรับปรุงผู้รับผิดชอบกระบวนการให้สอดคล้องตามโครงสร้างองค์กรในปัจจุบัน
2	การบริหารลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management	- เพิ่มเติมแนวทางในการยกระดับความสำคัญของลูกค้าลูกค้ามูลค่าสูงได้โดยสามารถนำ Gross Margin ของลูกค้าที่มี CA มากกว่า 1 หมายเลข และอยู่ภายใต้ BP และการไฟฟ้าเดียวกัน มารวมกัน หากมีผลรวมเป็นไปตามเกณฑ์ที่ กศพ. กำหนด ให้สามารถยกระดับสถานะลูกค้าเพื่อการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ปรับปรุงแนวทางการกำหนดลูกค้าเป้าหมายการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยปรับเพิ่มรายละเอียดคุณสมบัติกลุ่มหลัก ด้านกลุ่มเสี่ยงต่อการสูญเสียรายได้ให้คู่แข่ง SPP ไปเป็นการกำหนดแนวทางคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ โดยการประเมินลูกค้ากลุ่มเสี่ยง ตาม Risk Assessment Matrix - กำหนดแนวทางคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ โดยการประเมินลูกค้ากลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสสูญเสียให้ SPP ตามแนวทาง Risk Assessment Matrix จะพิจารณาความเสี่ยงใน 2 มิติ ประกอบด้วย มิติที่ 1 ระดับโอกาสในการสูญเสียลูกค้า (Probability) และ มิติที่ 2 ระดับผลกระทบต่อการสูญเสียลูกค้า (Impact) เพื่อนำมาประเมินแนวทางการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเสี่ยง ทั้งนี้ จำแนกอันดับความเสี่ยงออกเป็น 4 ระดับ (สูงมาก สูง ปานกลาง และต่ำ) พร้อมทั้งแผนการรองรับในลูกค้ากลุ่มเสี่ยงพิเศษ - ปรับปรุงหลักเกณฑ์ทบทวนและคัดเลือกพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Manager: KAMR) ดังนี้

ที่	กระบวนการ/กิจกรรม	ผลการทบทวน
		1. ให้มีหลักเกณฑ์เพิ่มเติมของคุณสมบัติพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำการไฟฟ้า และประจำสำนักงานใหญ่ โดยหากมีการอนุมัติแต่งตั้งพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญทดแทนผู้ปฏิบัติหน้าที่เดิมระหว่างปีที่ปฏิบัติงาน ให้ผู้รับตำแหน่งใหม่ ต้องเข้ารับการฝึกอบรมตามหลักสูตร Key account ภายใน 3 เดือนหลังได้รับการแต่งตั้ง 2. ให้ กฟฟ. ชั้น 1-3 มีพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) อย่างน้อย 1 คน โดยหาก กฟฟ. ชั้น 1-3 ที่มีจำนวนลูกค้ารายสำคัญไม่เป็นไปตามเกณฑ์ขั้นต่ำที่ 6 คะแนน ให้พิจารณาลูกค้ารายใหญ่ที่มีนัยสำคัญในลำดับถัดไปเพิ่มเติม และกรณี กฟฟ. ชั้น 1-3 หรือ กฟส. มีจำนวนลูกค้ารายสำคัญไม่เป็นไปตามเกณฑ์ขั้นต่ำที่ 6 คะแนน แต่ไม่น้อยกว่า 4 คะแนน สำหรับแต่งตั้งพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญคนใดสามารถพิจารณาลูกค้ารายใหญ่ที่มีนัยสำคัญในลำดับถัดไปเพิ่มเติม ทั้งนี้ ลูกค้ารายใหญ่ที่พิจารณาคัดเลือกเพิ่มเติมทั้ง 2 กรณี ให้กำหนดให้เป็นกลุ่ม Status จนกระทั่งครบจำนวนตามเกณฑ์ผลรวมแบบถ่วงน้ำหนักที่กำหนด โดยลูกค้ารายดังกล่าวจะได้รับสิทธิ์ประโยชน์ในกลุ่ม RBA และ COM เช่นเดียวกับกลุ่ม Status แต่ในส่วนของการบริการเสริมประเภท FMS 1-5 ไม่เกิน 3 บริการ เท่านั้น - ปรับปรุงหลักเกณฑ์การกำหนดพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญอาวุโสประจำการไฟฟ้า (Senior KAMR) โดยมีการกำหนดเพิ่มเติมบทบาท ภาระหน้าที่ของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญอาวุโสให้ชัดเจน - ปรับปรุงขั้นตอน และกรอบเวลาในผังการไหลของกระบวนการฯ เพื่อให้สอดคล้องตามแนวทางการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการฯ
3	การเยี่ยมเยือนลูกค้า	- พิจารณาปรับปรุงคำเป้าหมายในการเยี่ยมเยือนลูกค้า - ให้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมเยือนลูกค้าที่ชัดเจน ประกอบการเยี่ยมเยือน - ปรับปรุงรูปแบบการเยี่ยมเยือนลูกค้า ให้สามารถกำหนดได้ 2 รูปแบบ Onsite (รูปแบบหลัก) และรูปแบบ Online Meeting (รูปแบบรอง) - ให้มีแนวทางการเยี่ยมเยือนลูกค้าพิเศษ ได้แก่ การเยี่ยมเยือนลูกค้า รูปแบบ Tele CRM ใช้สำหรับการติดต่อสอบถาม/ติดตามสถานะงาน/แก้ปัญหาให้กับลูกค้า หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ (ไม่สามารถกำหนดเป็นรูปแบบในการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนได้)
4	การสัมมนาลูกค้ารายใหญ่	- มีแนวทางตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 5 ตุลาคม 2542 อนุมัติแนวทางการจัดประชุมผู้ใช้ไฟโดยกำหนดวงเงินไม่เกิน 100,000 บาท/ครั้ง

ที่	กระบวนการ/กิจกรรม	ผลการทบทวน
		- มีแนวทางตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 5 มกราคม 2558 อนุมัติให้ออ. มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายค่าตอบแทนวิทยากรเพิ่มเติมสำหรับการสัมมนาในรูปแบบที่มีวิทยากรภายนอกนอกเหนือจากวงเงินข้างต้น - มีแนวทางตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 5 มีนาคม 2561 อนุมัติหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ โดยครอบคลุมการจัดศึกษาดูงาน และกิจกรรมนันทนาการ เช่น การเลี้ยงรับรอง และการแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า และ กฟผ. เป็นต้น - ปรับปรุงผู้รับผิดชอบกระบวนการให้สอดคล้องตามโครงสร้างองค์กรในปัจจุบัน
5	การสนับสนุนลูกค้ารายใหม่	- พิจารณาจัดทำคู่มือฯ ขึ้นใหม่ เพื่อกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม/พาณิชย์รายใหญ่) ที่มีศักยภาพ ในการเป็นลูกค้าในอนาคต
6	การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์	- พิจารณาจัดทำคู่มือฯ ขึ้นใหม่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัย/พาณิชย์รายย่อย) (ตามอนุมัติคู่มือฯ รผก.(ย) ลงวันที่ 15 ธันวาคม 2564)

ทั้งนี้ รายละเอียดการปรับปรุงแก้ไขหลักเกณฑ์กระบวนการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และคู่มือกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2565 แสดงดังเอกสารแนบ 8

4. ข้อเสนอ

เพื่อให้การดำเนินการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มีกระบวนการที่สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร และมีประสิทธิภาพ สามารถติดตามประเมินผล รวบรวม และรายงานผลได้ในระดับองค์กร ตลอดจนมีแนวทางการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการอย่างเป็นระบบ และเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดกระบวนการให้ส่วนที่เกี่ยวข้อง จึงเห็นควรอนุมัติดำเนินการ ดังนี้

4.1 ยกเลิกแนวทาง คู่มือปฏิบัติงาน และอนุมัติที่เกี่ยวข้องดังนี้

4.1.1 ยกเลิกกระบวนการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และคู่มือกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ข้อ 4.1 ตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 5 มกราคม 2558)

4.1.2 ยกเลิกคู่มือปฏิบัติงาน (Work Manual) กระบวนการการบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management: KAMT) (ข้อ 4.2, 4.6-4.8 และ 4.10 ตามอนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 5 มีนาคม 2561)

4.2 อนุมัติกระบวนการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และคู่มือกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2565 (ตามเอกสารแนบ 9) ทั้งนี้ ให้เริ่มปฏิบัติงานตามคู่มือดังกล่าว ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 เป็นต้นไป ซึ่งประกอบด้วย

4.2.1 คู่มือสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

4.2.2 คู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management: KAMT)

4.2.3 คู่มือการเยี่ยมเยือนลูกค้า

4.2.4 คู่มือการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่

4.2.5 คู่มือการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่

4.3 ให้ รผก.(ธต) เป็นผู้มีอำนาจอนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ค่าสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของสำนักงานใหญ่ และให้ ผชก.กฟข. เป็นผู้มีอำนาจอนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ ค่าสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญของหน่วยงานในสังกัด ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงอัตรากำลังที่มีอยู่ และงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร

4.4 ให้ รผก.(ธต) เป็นผู้มีอำนาจอนุมัติเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่สำหรับสำนักงานใหญ่ และให้ ผชก.กฟข. เป็นผู้มีอำนาจอนุมัติเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่สำหรับ กฟข./กฟฟ. ทั้งนี้ กรอบวงเงินงบประมาณเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

4.5 ให้ ผพบ. ร่วมกับ ผลต. กำหนดแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงจัดทำหลักสูตรฝึกอบรม และเกณฑ์การทดสอบพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ พร้อมทั้งดำเนินการจัดฝึกอบรมและทดสอบพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกปี

4.6 ให้ ผพท. ร่วมกับ ผลต. พัฒนาระบบสารสนเทศด้านบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและข้อมูลพนักงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า แผนงาน/การบันทึกผล/รายงานผลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมทั้งดำเนินการแก้ไขปรับปรุงระบบ CRM Plus ให้ระบบสามารถดำเนินการสอดคล้องกับกระบวนการและคู่มือปฏิบัติงานฉบับปรับปรุง ตลอดจนปรับปรุงเพิ่มเติมส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบงาน CRM ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

4.7 ให้สายงานธุรกิจและการตลาด, สายงานการไฟฟ้าภาค 1-4, สายงานสารสนเทศและสื่อสาร, สายงานยุทธศาสตร์, สายงานบริหารองค์กร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พิจารณารับแผนดำเนินการให้สอดคล้องกับกิจกรรมและเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามข้อ 4.2

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบโปรดนำเสนอขออนุมัติ ผวก. ตามข้อเสนอที่ 4.1-4.7 และลงนามในคู่มือฯ ต่อไป

(นายทรงศักดิ์ สุกุลนิมพร)

อ.ก.ลพ.

เรียน รผก.(ธต) ผ่าน ผชก.(ธต) ผ่าน ผชช.13 (ธต)

เพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบโปรดนำเสนอ
ขออนุมัติ ผวก. ตามข้อเสนอที่ ก.ลพ. เสนอ และลงนาม
ในคู่มือฯ ต่อไป

(นายธีรพันธุ์ จันทน์จินดา)
อ.ผ.ลต.

อนุมัติตามเสนอ-ลงนามแล้ว

(นายศุภชัย เอกอุ่น)
ผวก.

29 ธ.ค. 2564

ผชช.ก.ลพ.
โทร. 6736

(นายชาติชาย ภูมิรินทร์)

รองผู้อำนวยการธุรกิจและการตลาด

28 ธ.ค. 2564



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

คู่มือการสร้างและจัดการ ความสัมพันธ์กับลูกค้า

สายงานธุรกิจและการตลาด
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด
กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
(ปรับปรุงครั้งที่ 1)

อนุมัติ

(ลงชื่อ)

(นายศุภชัย เอกอุ่น)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

วันที่ 2.9.ค. 2564

A-WM-01