

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและ มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่าง ยั่งยืน	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร - ความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มบ้านอยู่อาศัย กลุ่มพาณิชย์ กลุ่มอุตสาหกรรม กลุ่มอื่นๆ - ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) - ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับ การให้บริการลูกค้า	4. เป้าหมาย ระดับ 4.31 ระดับ 4.30 ระดับ 4.26 ระดับ 4.32 ระดับ 4.34 ระดับ 4.14 ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและ มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่าง ยั่งยืน	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน - ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 1 - ความพึงพอใจลูกค้า กลุ่มบ้านอยู่อาศัย กลุ่มพาณิชย์ กลุ่มอุตสาหกรรม กลุ่มอื่นๆ - ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการการแก้ไขปัญหา ไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า - ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) - ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับ การให้บริการลูกค้า	7. เป้าหมาย ร้อยละ 88 ร้อยละ 88 ร้อยละ 90 ร้อยละ 87 ร้อยละ 80 ระดับ 4.14 ร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย ปี 2560	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
1. แผนงานเพิ่มช่องทางการส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้า แผนบริการลูกค้า ดำเนินการปี 2560 - 2562 (พาณิชย์, อุตสาหกรรม) หมายเหตุ * ข้อ 1.1-1.3 ไม่รวมลูกค้าที่ไม่ประสงค์จะสมัครรับบริการ (พาณิชย์, อุตสาหกรรม) ผลส.กบล., ผสบ.กรท., ผบช.กชช.	1.1 ผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ รายเดิม (ก่อนปี 2560) สมัครรับ Smart Invoice (e-mail หรือ Fax) **กรท. แจ้งว่า 25% ปี 2560-2562 สรุบบีละ 8.33%** เป้าหมาย 25 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ทั้งหมด	กรท. ผสบ. กฟฟ.1-3 กฟส.	8.33% (345 ราย)	2.08% (86 ราย)	349 ราย	2.08% (86 ราย)		2.08% (86 ราย)		2.09% (87 ราย)	
			5.58	1.39	23.00	1.39		1.39		1.40	
	กฟจ.ลำปาง		22.82	5.70	5.00	5.70		5.70		5.73	
	กฟส.แจ้ห่ม		2.50	0.62	0.00	0.62		0.62		0.63	
	กฟส.จาว		1.67	0.42	0.00	0.42		0.42		0.42	
	1.2 ผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ รายใหม่ทุกราย สมัครรับ Smart Invoice (e-mail หรือ Fax) เป้าหมาย 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่	กรท. ผสบ. กฟฟ.1-3 กฟส.	100% รายใหญ่ รายใหม่	100% รายใหญ่ รายใหม่		100% รายใหญ่ รายใหม่		100% รายใหญ่ รายใหม่		100% รายใหญ่ รายใหม่	
	กฟจ.ลำปาง		100%	100%	66.67	100%		100%		100%	
	กฟส.แจ้ห่ม		100%	100%	0.00	100%		100%		100%	
	กฟส.จาว		100%	100%	0.00	100%		100%		100%	
	รับข้อมูลค่าไฟฟ้า และแจ้งเดือนหลังครบกำหนดชำระเงิน เป้าหมาย ร้อยละ 100 ของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหม่	กฟฟ.1-3 กฟส., กฟย.	100% รายใหม่	100% รายใหม่		100% รายใหม่		100% รายใหม่		100% รายใหม่	
	กฟจ.ลำปาง		100%	100%	52.63	100%		100%		100%	
	กฟส.แจ้ห่ม		100%	100%	56.92	100%		100%		100%	
	กฟส.จาว		100%	100%	65.38	100%		100%		100%	
	เป้าหมาย (ไตรมาสละ 1 ครั้ง)		4 ครั้ง	-	-	2		1		1	

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย ปี 2560	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
2. งานเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูล/ข่าวสาร กับผู้ใช้ไฟฟ้า บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย์ และอื่นๆ บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย์ และอื่นๆ	2.1 จัดกิจกรรมเชิญชวนให้ลูกค้า Download และติดตั้งใช้งาน PEA Mobile App เป้าหมาย (ไตรมาสละ 1 ครั้ง)	กฟจ.ลป กฟฟ.1-3	4 ครั้ง	1	1	1		1		1	
5. งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (กลุ่มพาณิชย์, อุตสาหกรรม)	5.1 จัดทำแผนเยี่ยมเยียนลูกค้าในระบบ BIC_SAP 5.1.1 ลูกค้ารายใหญ่										
	กฟจ.ลำปาง	25	6	11	6		6		7		
	กฟส.แจ้ห่ม	4	1	4	1		1		1		
	กฟส.จาว	4	1	4	1		1		1		
5. งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ) (กลุ่มพาณิชย์, อุตสาหกรรม)	5.1 จัดทำแผนเยี่ยมเยียนลูกค้าในระบบ BIC_SAP 5.1.2 ลูกค้ากลุ่ม High Value เป้าหมาย (น1 จำนวน 63 ราย)										
	กฟจ.ลำปาง	6	1	6	2		1		2		
	5.2 เยี่ยมเยียนลูกค้าและบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ลงในโปรแกรม BIC_SAP ตาม CRM-VST-002,003 5.2.1 ลูกค้ารายใหญ่	กบล. ผลส. กฟฟ.1-3									
	กฟจ.ลำปาง	25	6	11	6		6		7		
	กฟส.แจ้ห่ม	4	1	4	1		1		1		
	กฟส.จาว	4	1	4	1		1		1		

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย ปี 2560	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
(อุตสาหกรรม)	5.2.2 ลูกค้ากลุ่ม High Value	กบล. ผลส.									
	เป้าหมาย (น1 จำนวน 63 ราย)		63 ราย	9	63	17		21		16	
	กฟจ.ลำปาง		6	1	6	2		1		2	
	5.3 เยี่ยมเยียนลูกค้าโดยผู้บริหารระดับสูง และบันทึกผล										
	การเยี่ยมเยียนลูกค้าลงในระบบ BIC_SAP										
	เป้าหมาย อช.น.1 12 ราย	High Value	รายใหญ่	3	3	3		3		3	
	กฟจ.ลำปาง	1	-	-	-	-		1		-	
ผจก.1-2-3 6 ราย/ไตรมาส	เป้าหมาย ผจก. น.1 360 ราย	High Value	รายใหญ่	90	#REF!	90		90		90	