



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

คู่มือการเย็บมเยือน ลูกค้ำ

สายงานธุรกิจและการตลาด
ฝ่ายลูกค้ำและการตลาด
กองบริหารลูกค้ำสัมพันธ์
(ปรับปรุงครั้งที่ 1)

อนุมัติ

(ลงชื่อ)

(นายศุภชัย เอกอุ่น)

ตำแหน่ง

ผู้ว่าการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

วันที่

29/ธ.ค. 2564

A-WM-01

คำนำ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ให้ความสำคัญในการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดยตระหนักว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการเติบโตขององค์กร เกิดจากความเชื่อมั่นและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร กฟภ. จึงมีแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับลูกค้าใหม่ ลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าที่ผูกพันต่อองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ สร้างความภักดีของต่อองค์กร ตลอดจนการต่อยอดรายได้ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเสริมของ กฟภ. ต่อไป

คู่มือการเยี่ยมเยียนลูกค้า ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์โดยวิธีการพบปะลูกค้า ทั้งในเชิงการสร้างความสัมพันธ์อันดี การแก้ไขผลกระทบจากการดำเนินงานของลูกค้า รวมถึงการต่อยอดธุรกิจตามเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์เพื่อรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า ตลอดจนการนำเสนอแผนงานต่างๆ ของ PEA รวมถึงการรวบรวมความต้องการ/ข้อเสนอแนะของลูกค้า ตลอดจนการเจรจาต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วถึง ช่วยกระชับความสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้า และการสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป

หากมีข้อสงสัยหรือเสนอแนะเกี่ยวกับคู่มือฉบับนี้ กรุณาติดต่อ กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด โทร 0-2009-6736

กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด
สายงานธุรกิจและการตลาด
เดือน ธันวาคม 2564

สารบัญ

	หน้า
1. วัตถุประสงค์	1
2. ขอบเขต	1
3. คำจำกัดความ	1
4. หน้าที่ความรับผิดชอบ	3
5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)	4
6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	6
7. มาตรฐานงาน	8
8. แบบฟอร์มที่ใช้	10
ภาคผนวก ก รายละเอียดแบบฟอร์ม	11
CRM-VST-001 รายชื่อลูกค้าเป้าหมายและแผนงานการเยี่ยมเยือนลูกค้า	
CRM-VST-002 รายงานสรุปการเยี่ยมเยือนลูกค้า	
CRM-VST-003 สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า	
ภาคผนวก ข ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน	25
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้จัดทำ	35

1. วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ โดยการพบปะลูกค้า ทำให้สามารถรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลาที่ อีกทั้งยังสามารถต่อยอดทางธุรกิจ และสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป

2. ขอบเขต

คู่มือการเยี่ยมเยือนลูกค้า ใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์โดยวิธีการพบปะลูกค้า ทั้งในเชิงการสร้างความสัมพันธ์อันดี การแก้ไขผลกระทบจากการดำเนินงานของลูกค้า รวมถึงการต่อยอดธุรกิจตามเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์เพื่อรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า ตลอดจนการนำเสนอแผนงานต่างๆ ของ PEA ซึ่งครอบคลุมแผนงานเยี่ยมเยือนต่างๆ ดังนี้

3. คำจำกัดความ

3.1 ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กฟภ. ครอบคลุมถึงลูกค้าในปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่งด้วย

3.2 ลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณา/คัดเลือก เพื่อดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าตามขอบเขตที่กำหนด

3.3 ลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer: HVC) หมายถึง กลุ่มลูกค้าจากผลการจัดลำดับมูลค่าความเป็นลูกค้า ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และแนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

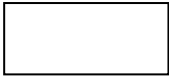
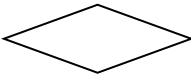
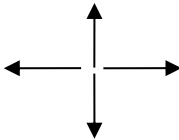
3.4 ลูกค้ารายใหญ่ หมายถึง ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายตั้งแต่ 100kVA หรือ ทุกขนาดรวมกันตั้งแต่ 100 kVA ขึ้นไป หรือเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุด ตั้งแต่ 30 กิโลวัตต์ขึ้นไป ทั้งรายที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย หรือใช้หม้อแปลงร่วมของ กฟภ.

3.5 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) หมายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด

3.6 การเยี่ยมเยือนลูกค้า หมายถึง การพบปะลูกค้า ทำให้สามารถรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และหาข้อสรุปหรือข้อเสนอแนะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลาที่ และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญ ลูกค้ามูลค่าสูง หรือลูกค้าที่ได้รับการพิจารณาตามความเหมาะสม

3.7 ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ระบบสารสนเทศที่ใช้ในงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ประกอบด้วย ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM Plus และ แอปพลิเคชัน CRM Mobile Workforce (อนาคต)

3.8 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน

- | | | |
|-------|---|---|
| 3.9.1 |  | คือ จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ |
| 3.9.2 |  | คือ กิจกรรมและการปฏิบัติงาน |
| 3.9.3 |  | คือ การตัดสินใจ |
| 3.9.4 |  | คือ ทิศทาง/การเคลื่อนไหวของงาน |
| 3.9.5 |  | คือ จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการเขียนกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน 1 หน้า |
| 3.9.6 |  | คือ เอกสาร/รายงาน |
| 3.9.7 |  | คือ ฐานข้อมูล |
| 3.9.8 |  | คือ จุดควบคุมกิจกรรมหลักที่คาดว่าจะเกิดปัญหาบ่อย/ต้องควบคุมเป็นพิเศษ |

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

4.1 กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด ทำหน้าที่กำหนดแผนงานโดยรวมรวบรวมผลดำเนินการในภาพรวมองค์กร ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการเยี่ยมเยือนฯ

4.2 ผชก.กฟข. ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร กฟข. และเป็นหัวหน้าคณะเยี่ยมเยือนฯ ตามแผนงานการเยี่ยมเยือนโดย ผชก.

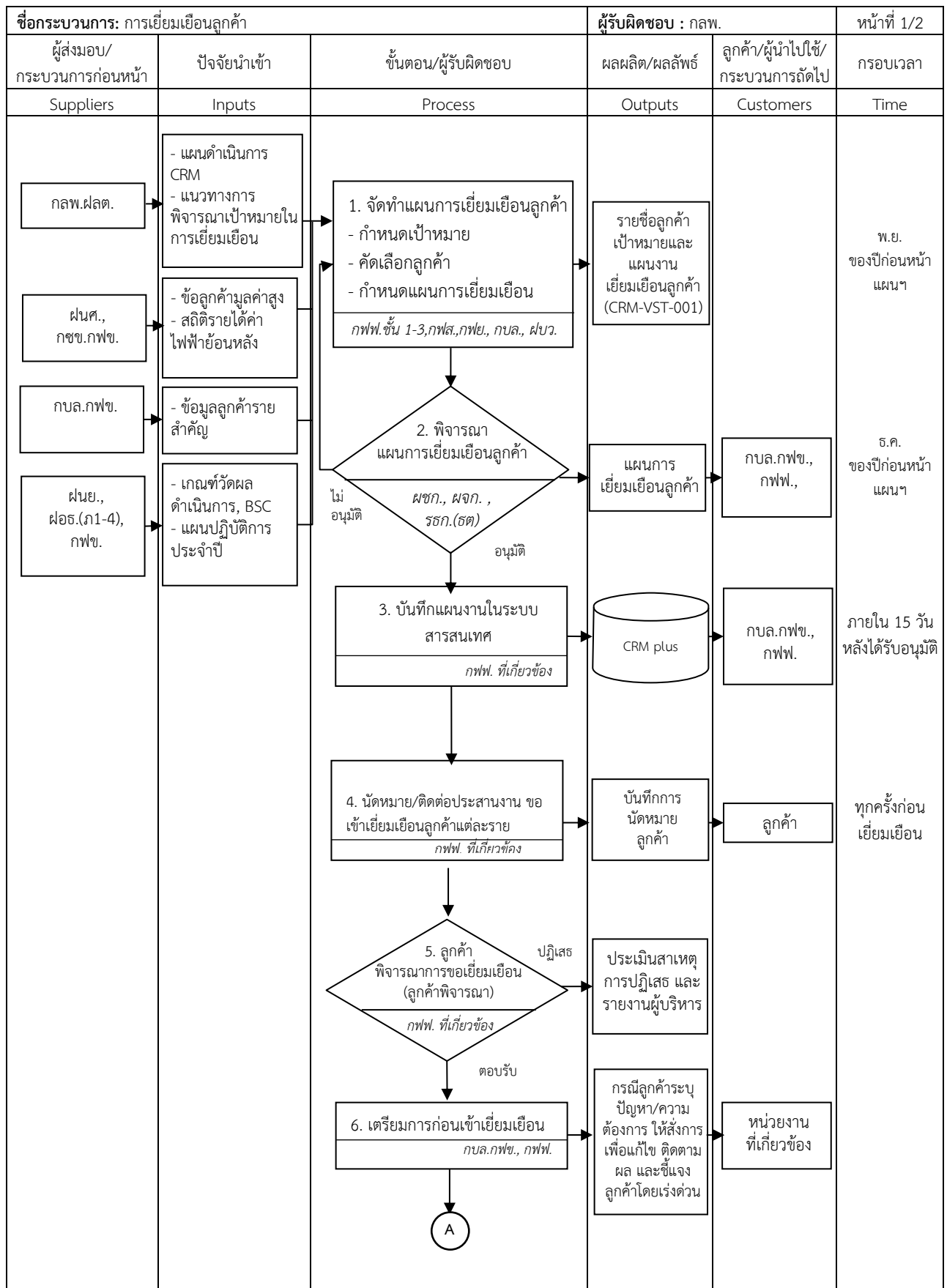
4.3 กพล.ฝพท. ทำหน้าที่พัฒนาและปรับปรุงระบบสารสนเทศด้านบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผน การบันทึกผล และการจัดการการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

4.4 กบล.กฟข. ทำหน้าที่จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร กฟข. โดยกำหนดเป้าหมาย คัดเลือกลูกค้า และกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนฯ ร่วมกับ กฟฟ. ในสังกัด เตรียมการก่อนการเยี่ยมเยือนและเข้าเยี่ยมเยือนตามแผนงานของ กฟข. รวบรวมและติดตามผลดำเนินการของ กฟฟ. ในสังกัด ตลอดจนติดตามเร่งรัดการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเร่งด่วน รวมถึงสรุปรายงานผลดำเนินการ และสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าเสนอผู้บริหาร

4.5 ผจก.กฟฟ. ชั้น 1-3 ,กฟส.,กฟย. ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าในสังกัด และเป็นหัวหน้าคณะเยี่ยมเยือนฯ ตามแผนงานการเยี่ยมเยือนโดย ผจก.

4.6 กฟฟ.ชั้น 1-3 ,กฟส.,กฟย. ทำหน้าที่จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าในสังกัด โดยกำหนดเป้าหมาย คัดเลือกลูกค้า และกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนฯ บันทึกแผนงานและผลการเยี่ยมเยือนฯ ในระบบสารสนเทศ นัดหมายลูกค้าก่อนการเยี่ยมเยือน เตรียมการก่อนการเยี่ยมเยือน เข้าเยี่ยมเยือนตามแผนงานของ กฟฟ. รวมทั้งเข้าร่วมเยี่ยมเยือนตามแผนงานของ กฟข. ตลอดจนประสานงานการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเร่งด่วน

5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)



ชื่อกระบวนการ : การเยี่ยมเยือนลูกค้า			ผู้รับผิดชอบ : กฟพ.		หน้าที่ 2/2
ผู้ส่งมอบ/ กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอน/ผู้รับผิดชอบ	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ลูกค้า/ผู้นำไปใช้/ กระบวนการถัดไป	กรอบเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Time
		A 7. เข้าเยี่ยมเยือนตามนัดหมาย กบล.กฟช.,กฟพ. 8. บันทึกผลการเยี่ยมเยือนใน ระบบสารสนเทศ กฟพ. ที่เกี่ยวข้อง 9. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยม เยือนลูกค้า ในระบบสารสนเทศ กฟพ.ที่เกี่ยวข้อง,กบล. 10. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยม เยือนลูกค้า ในภาพรวม กฟพ. กฟพ.ที่เกี่ยวข้อง,กบล..	กรณีลูกค้าระบุ ปัญหา/ความ ต้องการ ให้ส่งการ เพื่อแก้ไข ติดตามผล และชี้แจงลูกค้าโดย เร่งด่วน CRM plus รายงานผล ดำเนินการ (CRM-VST-002) และประเด็น ปัญหา/ความ ต้องการ (CRM-VST-003) รายงานสรุปการ ดำเนินงานใน ภาพรวม กฟพ.	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง กอง และ กฟพ. ที่เกี่ยวข้อง - ผลิต. - ผอ.ก(ภ1-ภ4) - สรก.(๓๓) - ฝบว. - กบว.กฟช.	ตามแผนงาน - ภายใน 7 วัน หลังเยี่ยมเยือน - กฟพ.ทุกเดือน รายไตรมาส ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาส (ดึงข้อมูลจาก ระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลัง สิ้นไตรมาส)

6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

6.1 จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า

กฟข., กฟฟ. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้าในส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยให้กำหนดเป้าหมายและคัดเลือกลูกค้าที่จะเข้าเยี่ยมเยียน ให้สอดคล้องกับข้อมูลลูกค้า, วัตถุประสงค์ของการเข้าเยี่ยมเยียน, เกณฑ์วัดผลดำเนินการ, BSC, แผนปฏิบัติการประจำปี และนโยบายของผู้บริหาร พร้อมทั้งกำหนดแผนงานการเยี่ยมลูกค้าแต่ละราย ตามแบบฟอร์ม CRM-VST-001

6.1.1 การกำหนดค่าเป้าหมายในการเยี่ยมเยียนลูกค้า ดังนี้

- (1) เยี่ยมเยียนโดย ผชก.กฟข. : ไตรมาสละ 3 ราย
- (2) เยี่ยมเยียนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 1 : ไตรมาสละ 8 ราย
- (3) เยี่ยมเยียนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3 : ไตรมาสละ 6 ราย
- (4) เยี่ยมเยียนโดย ผจก.กฟส. : ไตรมาสละ 3 ราย
- (5) เยี่ยมเยียนโดย ผจก.กฟย. : พิจารณาตามความพร้อม และศักยภาพของแต่ละพื้นที่

6.1.2 การจัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้า ตามค่าเป้าหมายที่กำหนดนั้น สามารถพิจารณารูปแบบการเยี่ยมเยียนลูกค้า ได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 การกำหนดแผนการเยี่ยมเยียน รูปแบบ **Onsite** ตามแผนงานของ กฟฟ.
(พิจารณาเป็นรูปแบบหลัก)

รูปแบบที่ 2 การกำหนดแผนการเยี่ยมเยียน รูปแบบ **Online Meeting** ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (พิจารณาเป็นรูปแบบรอง)

โดยการพิจารณาการกำหนดรูปแบบในการเยี่ยมเยียนลูกค้า ให้ กฟข., กฟฟ. พิจารณาตามความพร้อมและศักยภาพของแต่ละพื้นที่ เช่น ในสถานการณ์โรคระบาด หรือ เหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้สามารถพิจารณา แนวทางการเยี่ยมเยียนลูกค้าพิเศษ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนลูกค้า รูปแบบ Tele CRM ใช้สำหรับการติดต่อสอบถาม/ติดตามสถานะงาน/แก้ปัญหาให้กับลูกค้า หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ (ไม่สามารถกำหนดเป็นรูปแบบในการเยี่ยมเยียนลูกค้าตามแผนได้)

6.1.3 การพิจารณาวัตถุประสงค์ในการเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้า

เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและ กฟผ. ทำให้ลูกค้าเล็งเห็นถึงประโยชน์ หรือข้อดีในการดำเนินกิจกรรมของ กฟผ. โดยให้กำหนดวัตถุประสงค์ในการเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้า ควรพิจารณาวัตถุประสงค์ในการเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าตามความเหมาะสม ตามหัวข้อดังนี้

- 1) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. และลูกค้า
- 2) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการแก้ไขปัญหา และลดผลกระทบของลูกค้า อันเกิดจากการใช้บริการของ กฟผ.

3) เพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

4) อื่นๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารประจำหน่วยงาน

6.2 พิจารณาแผนงานเยี่ยมเยือนลูกค้า

ผู้บังคับบัญชาแต่ละหน่วยงานพิจารณาแผนงานเยี่ยมเยือนลูกค้าประจำหน่วยงาน พร้อมทั้งแจ้งแผนให้หน่วยงานและ กฟฟ. ที่เกี่ยวข้องทราบภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผน

6.3 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ

กฟฟ. บันทึกแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าในระบบสารสนเทศ (ปัจจุบันใช้โปรแกรม CRM Plus) โดยระบุวันที่จะเข้าเยี่ยมเยือนตามแผนงานสำหรับลูกค้าแต่ละราย ในกรณีแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร ให้ระบุหัวหน้าคณะเยี่ยมเยือนด้วย ทั้งนี้ให้สรุปรายงานแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 แจ้ง กบล.กฟข. เพื่อรวบรวมแจ้ง กฟฟ. ภายในเดือน ธ.ค. ของแต่ละปี และมีการเก็บผล สำหรับเข้าเยี่ยมเยือน ในวัตถุประสงค์การต่อยอดธุรกิจ และการแก้ไขปัญหา ตามข้อ (6.1.9-6.1.11)

6.4 นัดหมาย/ติดต่อประสานงาน ขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละราย

กฟฟ. ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการนัดหมาย ติดต่อประสานงาน อาทิ ทำหนังสือแจ้ง โทรศัพท์เพื่อนัดหมาย หรือ Email เพื่อแจ้งการขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า ก่อนแผนการเยี่ยมเยือนประมาณ 1 เดือนหรือตามความเหมาะสม โดยการนัดหมายหรือทำหนังสือแจ้งลูกค้า และสอบถามหรือแนบใบตอบรับการเยี่ยมเยือน

6.5 ลูกค้าพิจารณาการขอเยี่ยมเยือน

กฟฟ. ติดตามการตอบรับการขอเข้าเยี่ยมเยือนจากลูกค้า จากการสอบถามหรือใบตอบรับตามข้อ 6.4 ทั้งนี้หากลูกค้าปฏิเสธการขอเข้าเยี่ยมเยือน ให้ กฟฟ. ประเมินสาเหตุการปฏิเสธ และรายงานให้ กฟข. ทราบ รวมทั้งการปรับแผนโดยการคัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อให้ได้จำนวนตามเป้าหมายต่อไป

6.6 เตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยือน

เมื่อลูกค้าตอบรับการขอเข้าเยี่ยมเยือน ให้ กฟฟ./กบล.กฟข. และส่วนเกี่ยวข้องดำเนินการเตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยือนดังนี้

6.6.1 การกำหนดหัวข้อการนำเสนอ พิจารณาตามความเหมาะสม โดยมีแนวทางหัวข้อดังนี้

- แนะนำหน่วยงานและข้อมูลทั่วไป
- สภาพการจ่ายไฟและสถิติกระแสไฟฟ้าขัดข้อง
- การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าของ กฟผ. และบริษัทฯ
- การวิเคราะห์ลักษณะการใช้และอัตราค่าไฟฟ้า
- แผนงานปรับปรุงระบบไฟฟ้าของ กฟผ.
- การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าของ บริษัทฯ

- การวิเคราะห์/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า (จากการสอบถามหรือใบตอบรับของลูกค้า)

6.6.2 ของที่ระลึก (ตามความเหมาะสม)

6.7 เข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าตามนัดหมาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าตามนัดหมาย ทั้งนี้หากลูกค้าที่เข้าเยี่ยมเยือนเป็นลูกค้ารายสำคัญ ให้พนักงาน KAM ร่วมประสานงานและเข้าร่วมเยี่ยมด้วยทุกครั้ง และในกรณีที่ลูกค้าระบุปัญหา/ความต้องการที่ต้องมีการดำเนินการต่อ ให้ส่วนเกี่ยวข้องส่งการเพื่อแก้ไข ติดตามผล และชี้แจงลูกค้าโดยเร่งด่วน

6.8 บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศ

หลังจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าให้ กฟฟ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง / CRM Plus ภายใน 7 วันหลังเยี่ยมเยือนแล้วเสร็จ

6.9 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ในระบบสารสนเทศ

กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง/กบล.กฟข. นำข้อมูลในระบบสารสนเทศมาใช้ในการรายงานผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยสรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ให้ กฟฟ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 ทุกเดือน

6.10 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ในภาพรวม กฟผ.

กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง/กบล.กฟข. จัดทำรายงานสรุปการดำเนินงานในภาพรวม กฟผ. เพื่อรวบรวมแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นรายไตรมาส ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาส (โดย กฟผ. จะทำการดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส)

7. มาตรฐานงาน

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
1. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยือนลูกค้า	แต่ละหน่วยงานจัดทำยกร่างแผนการเยี่ยมเยือน โดยกำหนดแผนงาน และคัดเลือกลูกค้า ให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนดในแผนงานต่างๆ และสอดคล้องกับการจำแนกกลุ่มลูกค้า (แบบฟอร์ม CRM-VST-001)
2. พิจารณาแผนงานเยี่ยมเยือนลูกค้า	พิจารณาความเหมาะสมแผนงานของหน่วยงานในสังกัด และแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผน
3. บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ	บันทึกแผนการเยี่ยมเยือน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันใช้โปรแกรม CRM Plus) โดยระบุวันที่จะเข้าเยี่ยมเยือน และหัวหน้าคณะเยี่ยมฯ (หรือประเภทการเยี่ยมฯ) ภายใน 15 วันหลังได้รับอนุมัติแผนฯ

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
4. นัดหมาย/ติดต่อประสานงาน ขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละราย	ติดต่อประสานงานลูกค้าแต่ละราย ก่อนแผนการเยี่ยมเยือนประมาณ 1 เดือน หรือตามความเหมาะสม
5. ลูกค้าพิจารณาการขอเยี่ยมเยือน	ติดตามการตอบรับการขอเข้าเยี่ยมเยือนจากลูกค้า จาก การสอบถามหรือใบตอบรับตามข้อ 6.4 ทั้งนี้หากลูกค้า ปฏิเสธการขอเข้าเยี่ยมเยือน ให้ กฟพ. ประเมินสาเหตุ การปฏิเสธ และรายงานให้ กฟข. ทราบ รวมทั้งการปรับ แผนโดยการคัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อให้ได้จำนวนตาม เป้าหมาย - จัดเตรียมหัวข้อการนำเสนอต่างๆ - การวิเคราะห์/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า (จากการสอบถามหรือใบตอบรับของลูกค้า) - การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าของ บริษัทฯ (ตามความเหมาะสม) - ของที่ระลึก (ตามความเหมาะสม)
6. เตรียมการก่อนเข้าเยี่ยมเยือน	- จัดเตรียมหัวข้อการนำเสนอต่างๆ - การวิเคราะห์/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า (จากการสอบถามหรือใบตอบรับของลูกค้า) - การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าของ บริษัทฯ (ตามความเหมาะสม) - ของที่ระลึก (ตามความเหมาะสม)
7. เข้าเยี่ยมเยือนตามนัดหมาย	เข้าเยี่ยมลูกค้าตามนัดหมาย โดยจะต้องสรุปประเด็น ปัญหา ความต้องการ ข้อเสนอแนะจากลูกค้า รวมถึงการ สังเกตและติดตามเพื่อแก้ปัญหาลูกค้าโดยเร่งด่วน
8. บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศ	- บันทึกผลหลังการเยี่ยมเยือน สำหรับลูกค้าแต่ละรายใน ระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันใช้โปรแกรม CRM Plus) โดยระบุประเด็นปัญหา และความต้องการของ ลูกค้า ภายใน 7 วันหลังการเยี่ยมเยือน - รายงานผลดำเนินการ (แบบฟอร์ม CRM-VST-002) และประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือน ลูกค้า (แบบฟอร์ม CRM-VST-003) ทุกไตรมาส
9. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ใน ระบบสารสนเทศ	สรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่ สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ให้ กฟพ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST- 002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจาก การเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 ทุก เดือน
10. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ใน ภาพรวม กฟผ.	- ติดตามผลดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายของแผน ดำเนินการ และสรุปผลการเยี่ยมเยือนตามแผนงานที่

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
	กำหนด แนวทางการปรับปรุงแก้ไข - สรุปรายงานจัดทำรายงานสรุปการดำเนินงานในภาพรวม กฟภ. เพื่อรวบรวมแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นรายไตรมาส ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาส (โดย กฟพ. จะทำการดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส)

8.แบบฟอร์มที่ใช้

- CRM-VST-001 รายชื่อลูกค้าเป้าหมายและแผนงานการเยี่ยมเยือนลูกค้า
- CRM-VST-002 รายงานสรุปการเยี่ยมเยือนลูกค้า
- CRM-VST-003 สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า

ภาคผนวก ก

รายละเอียดแบบฟอร์ม

CRM-VST-001	รายชื่อลูกค้าเป้าหมายและแผนงานการเยี่ยมเยือนลูกค้า
CRM-VST-002	รายงานสรุปการเยี่ยมเยือนลูกค้า
CRM-VST-003	สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า

รายชื่อลูกค้าเป้าหมายและแผนงาน "การเยี่ยมเยือนลูกค้า"

ในสังกัด _____ (กฟข.) ประจำปี

[illegible]

หมายเหตุ

วัตถุประสงค์ในการเข้าเยี่ยมชมเรือนลูกค้า ให้กำหนดหมายเลขกำกับ ดังนี้

- 1) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟผ. และลูกค้า
- 2) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการแก้ไขปัญหา และลดผลกระทบของลูกค้า อันเกิดจากการใช้บริการของ กฟผ.
- 3) เพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
- 4) อื่นๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารประจำหน่วยงาน

รายงานสรุปการเยี่ยมชมเยือนลูกค้า (โดยรวม)

ในสังกัด _____ (กฟข.) ประจำปี _____

กลุ่มลูกค้า ทุกประเภท

สถานะข้อมูล ณ วันที่ _____

[illegible]

รายงานสรุปการเยี่ยมชมเยือนลูกค้า (โดยรวม)

ในสังกัด _____ (กฟข.) ประจำปี _____

กลุ่มลูกค้า อุตสาหกรรม

สถานะข้อมูล ณ วันที่ _____

[illegible]

รายงานสรุปการเยี่ยมชมเยือนลูกค้า (โดยรวม)

ในสังกัด _____ (กฟข.) ประจำปี _____

กลุ่มลูกค้า พาณิชย์

สถานะข้อมูล ณ วันที่ _____

[illegible]

[illegible]

สถานะข้อมูล ณ วันที่ _____

[illegible]

รายงานสรุปการเยี่ยมเยือนลูกค้า (โดยผู้บริหาร)
ในสังกัด _____ (กฟผ.) ประจำปี _____

กลุ่มลูกค้า พาณิชย์

สถานะข้อมูล ณ วันที่ _____

[illegible]

สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนงาน (โดยรวม)
ในสังกัด _____ (กฟข.) ไตรมาส _____ ปี _____
กลุ่มลูกค้า ทุกประเภท

ที่	รหัส กฟฟ.	ชื่อ กฟฟ.	ผลเยี่ยม (จำนวนราย)	ประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า (จำนวนเรื่อง)								อยู่ระหว่าง ดำเนินการ ติดตาม/แก้ไข
				เสถียรภาพการจ่ายไฟ และคุณภาพไฟฟ้า	แจ้งและติดตามการ แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	การแจ้งค่าไฟฟ้า และอัตราค่าไฟฟ้า	การแจ้งดับไฟ ตามแผน	งานบำรุงรักษา และบริการเสริม	การสนับสนุน ทางวิชาการ	อื่นๆ	รวม	
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
...												
...												
...												
รวม												

หมายเหตุ การเยี่ยมเยือนแต่ละครั้งสามารถระบุปัญหา/ความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า 1 เรื่อง

สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนงาน (โดยรวม)

ในสังกัด _____ (กฟข.) ไตรมาส _____ ปี _____

กลุ่มลูกค้า อุตสาหกรรม

ที่	รหัส กฟฟ.	ชื่อ กฟฟ.	ผลเยี่ยม (จำนวนราย)	ประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า (จำนวนเรื่อง)								อยู่ระหว่าง ดำเนินการ ติดตาม/แก้ไข
				เสถียรภาพการจ่ายไฟ และคุณภาพไฟฟ้า	แจ้งและติดตามการ แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	การแจ้งค่าไฟฟ้า และอัตราค่าไฟฟ้า	การแจ้งดับไฟ ตามแผน	งานบำรุงรักษา และบริการเสริม	การสนับสนุน ทางวิชาการ	อื่นๆ	รวม	
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
...												
...												
...												
รวม												

หมายเหตุ การเยี่ยมเยือนแต่ละครั้งสามารถระบุปัญหา/ความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า 1 เรื่อง

สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนงาน (โดยรวม)
ในสังกัด _____ (กฟข.) ไตรมาส _____ ปี _____
กลุ่มลูกค้า พาณิชย์

ที่	รหัส กฟฟ.	ชื่อ กฟฟ.	ผลเยี่ยม (จำนวนราย)	ประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า (จำนวนเรื่อง)								อยู่ระหว่าง ดำเนินการ ติดตาม/แก้ไข
				เสถียรภาพการจ่ายไฟ และคุณภาพไฟฟ้า	แจ้งและติดตามการ แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	การแจ้งค่าไฟฟ้า และอัตราค่าไฟฟ้า	การแจ้งดับไฟ ตามแผน	งานบำรุงรักษา และบริการเสริม	การสนับสนุน ทางวิชาการ	อื่นๆ	รวม	
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
...												
...												
...												
รวม												

หมายเหตุ การเยี่ยมเยือนแต่ละครั้งสามารถระบุปัญหา/ความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า 1 เรื่อง

สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร

ในสังกัด _____ (กฟข.) ไตรมาส _____ ปี _____

กลุ่มลูกค้า ทุกประเภท

ที่	รหัส กฟฟ. ชื่อ กฟฟ.	หัวหน้าคณะเยี่ยมฯ	ผลเยี่ยม (จำนวนราย)	ประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า (จำนวนเรื่อง)								อยู่ระหว่าง ดำเนินการ ติดตาม/แก้ไข
				เสถียรภาพการจ่ายไฟ และคุณภาพไฟฟ้า	แจ้งและติดตามการ แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	การแจ้งค่าไฟฟ้า และอัตราค่าไฟฟ้า	การแจ้งดับไฟ ตามแผน	งานบำรุงรักษา และบริการเสริม	การสนับสนุน ทางวิชาการ	อื่นๆ	รวม	
1	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
2	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
...	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
รวมทั้งสิ้น		รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										

หมายเหตุ การเยี่ยมเยือนแต่ละครั้งสามารถระบุปัญหา/ความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า 1 เรื่อง

สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร
ในสังกัด _____ (กฟข.) ไตรมาส _____ ปี _____
กลุ่มลูกค้า อุตสาหกรรม

ที่	รหัส กฟฟ. ชื่อ กฟฟ.	หัวหน้าคณะเยี่ยมฯ	ผลเยี่ยม (จำนวนราย)	ประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า (จำนวนเรื่อง)								อยู่ระหว่าง ดำเนินการ ติดตาม/แก้ไข
				เสถียรภาพการจ่ายไฟ และคุณภาพไฟฟ้า	แจ้งและติดตามการ แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	การแจ้งค่าไฟฟ้า และอัตราค่าไฟฟ้า	การแจ้งดับไฟ ตามแผน	งานบำรุงรักษา และบริการเสริม	การสนับสนุน ทางวิชาการ	อื่นๆ	รวม	
1	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
2	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
...	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
รวมทั้งสิ้น		รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										

หมายเหตุ การเยี่ยมเยือนแต่ละครั้งสามารถระบุปัญหา/ความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า 1 เรื่อง

สรุปประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร
ในสังกัด _____ (กฟข.) ไตรมาส _____ ปี _____
กลุ่มลูกค้า พาณิชย์

ที่	รหัส กฟฟ. ชื่อ กฟฟ.	หัวหน้าคณะเยี่ยมฯ	ผลเยี่ยม (จำนวนราย)	ประเด็นปัญหา/ความต้องการของลูกค้า (จำนวนเรื่อง)								อยู่ระหว่าง ดำเนินการ ติดตาม/แก้ไข
				เสถียรภาพการจ่ายไฟ และคุณภาพไฟฟ้า	แจ้งและติดตามการ แก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	การแจ้งค่าไฟฟ้า และอัตราค่าไฟฟ้า	การแจ้งดับไฟ ตามแผน	งานบำรุงรักษา และบริการเสริม	การสนับสนุน ทางวิชาการ	อื่นๆ	รวม	
1	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
2	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
...	รหัส ชื่อ	รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										
รวมทั้งสิ้น		รผก.										
		อช.										
		ผจก. กฟฟ. ชั้น 1-3										
		รวม										

หมายเหตุ การเยี่ยมเยือนแต่ละครั้งสามารถระบุปัญหา/ความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า 1 เรื่อง

ภาคผนวก ข

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	สถานะ	ปี พ.ศ.	หน่วยงานที่จัดทำ
1	จัดทำครั้งแรก	2558	คณะทำงานเพิ่มประสิทธิภาพการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า (อฝ.วธ.(จ3) ประธานคณะทำงานฯ)
2	ปรับปรุงครั้งที่ 1	2564	กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด
3			
4			
5			

รายละเอียดการปรับปรุงคู่มือการเยี่ยมเยือนลูกค้า
(ครั้งที่ 1)

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 1 ข้อที่ 1 วัตถุประสงค์	1.1 เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ โดยการพบปะลูกค้า ทำให้สามารถรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วทั้ง	1. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารายสำคัญและลูกค้ารายใหญ่ โดยการพบปะลูกค้า ทำให้สามารถรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วทั้ง อีกทั้งยังสามารถต่อยอดทางธุรกิจ และสร้างรายได้ให้กับ กฟภ. ต่อไป
หน้าที่ 1 ข้อที่ 2 ขอบเขต	1.2 โดยวิธีการพบปะลูกค้า เพื่อรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า ตลอดจนการนำเสนอ แผนงานต่างๆ ของ PEA ซึ่งครอบคลุมแผนงานเยี่ยมเยือนต่างๆ ดังนี้ - การเยี่ยมเยือนโดยผู้บริหารระดับต่างๆ ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 20 มี.ค. 2557 ซึ่งกำหนดเป้าหมายสำหรับผู้บริหารระดับ รผก., อช. และ ผวก. กฟภ. ชั้น 1-3 - การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ หรือลูกค้ามูลค่าสูง ตามคู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ - การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายใหญ่อื่นๆ ตามที่หน่วยงานกำหนด	2..... เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์โดยวิธีการพบปะลูกค้า ทั้งในเชิงการสร้างความสัมพันธ์อันดี การแก้ไขผลกระทบจากการดำเนินงานของลูกค้า รวมถึงการต่อยอดธุรกิจตามเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์เพื่อรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า ตลอดจนการนำเสนอแผนงานต่างๆ ของ PEA ซึ่งครอบคลุมแผนงานเยี่ยมเยือนต่างๆ
หน้าที่ 1 ข้อที่ 3 คำจำกัดความ	- ลูกค้าเป้าหมาย หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณา/คัดเลือก เพื่อดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้บริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายตามขอบเขตที่กำหนด	- ลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการพิจารณา/คัดเลือก เพื่อดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเข้าเยี่ยมเยือนตามขอบเขตที่กำหนด
	-	- ลูกค้ารายใหญ่ หมายถึง ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายตั้งแต่ 100kVA หรือทุกขนาดรวมกันตั้งแต่ 100 kVA ขึ้นไป หรือเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุด ตั้งแต่ 30 กิโลวัตต์ขึ้นไป ทั้งรายที่ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย หรือใช้

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	-	หม้อแปลงร่วมของ กฟภ. -การเยี่ยมเยือนลูกค้า หมายถึง การพบปะลูกค้า ทำให้สามารถรับทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากลูกค้า แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และหาข้อสรุปหรือข้อเสนอแนะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการและแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญ ลูกค้ามูลค่าสูง หรือลูกค้าที่ได้รับพิจารณาตามความเหมาะสม
	-	ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ระบบสารสนเทศที่ใช้ในงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ประกอบด้วย ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM Plus และแอปพลิเคชัน CRM Mobile Workforce
หน้าที่ 3 ข้อที่ 4 หน้าที่ความรับผิดชอบ	1.4.1 คณะกรรมการพัฒนางานด้านลูกค้า ทำหน้าที่กำหนดแผนงานโดยรวม รวบรวมผลดำเนินการในภาพรวมองค์กร ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการเยี่ยมเยือนฯ	4.1 กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด ทำหน้าที่กำหนดแผนงานโดยรวม รวบรวมผลดำเนินการในภาพรวมองค์กร ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการเยี่ยมเยือนฯ
	1.4.3 อช. ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร กฟภ. และเป็นหัวหน้าคณะเยี่ยมเยือนฯตามแผนงานการเยี่ยมเยือนโดย อช.	4.2 ผชก.กฟภ. ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร กฟภ. และเป็นหัวหน้าคณะเยี่ยมเยือนฯตามแผนงานการเยี่ยมเยือนโดย ผชก.
	-	4.4 กบล.กฟภ. ทำหน้าที่จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหาร กฟภ. โดยกำหนดเป้าหมาย คัดเลือกลูกค้า และกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนฯ ร่วมกับ กฟพ. ในสังกัด เตรียมการก่อนการเยี่ยมเยือนและเข้าเยี่ยมเยือนตามแผนงานของ กฟภ. รวบรวมและติดตามผลดำเนินการของ กฟพ. ในสังกัด ตลอดจนติดตามเร่งรัดการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเร่งด่วน รวมถึงสรุปรายงานผลดำเนินการ และสารสนเทศเสียงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าเสนอผู้บริหาร

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	1.4.7 ผจก.กฟฟ. ชั้น 1-3	4.5 ผจก.กฟฟ. ชั้น 1-3 ,กฟส.,กฟย.....
	1.4.8 กฟฟ. ชั้น 1-3	4.6 กฟฟ.ชั้น 1-3 ,กฟส.,กฟย.
หน้าที่ 4 ข้อที่ 5 ผังการไหลของ กระบวนการ (Work Flow Chart)	2.1 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) ชื่อกระบวนการ: การเยี่ยมเยียนลูกค้า ผู้รับผิดชอบ: ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 ผู้ที่เกี่ยวข้อง: ผจก.กฟส., ผจก.กฟย. วัตถุประสงค์: เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดี ขั้นตอนการดำเนินงาน: 1. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 2. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 3. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 4. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 5. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 6. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 7. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 8. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 9. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า	5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) ชื่อกระบวนการ: การเยี่ยมเยียนลูกค้า ผู้รับผิดชอบ: ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 ผู้ที่เกี่ยวข้อง: ผจก.กฟส., ผจก.กฟย. วัตถุประสงค์: เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดี ขั้นตอนการดำเนินงาน: 1. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 2. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 3. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 4. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 5. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 6. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 7. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 8. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 9. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า
	-	ชื่อกระบวนการ: การเยี่ยมเยียนลูกค้า ผู้รับผิดชอบ: ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 ผู้ที่เกี่ยวข้อง: ผจก.กฟส., ผจก.กฟย. วัตถุประสงค์: เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดี ขั้นตอนการดำเนินงาน: 1. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 2. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 3. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 4. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 5. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 6. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 7. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 8. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า 9. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า
หน้าที่ 6 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการ ปฏิบัติงาน	2.2.1 จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า ผวธ.(ก1-4), กฟข., กฟฟ. จัดทำแผนงาน การเยี่ยมเยียน.....//	6.1 จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า กฟข., กฟฟ. จัดทำแผนงานการเยี่ยมเยียน//
	-	6.1.1 การกำหนดค่าเป้าหมายในการเยี่ยม เยียนลูกค้า ดังนี้ (1) เยี่ยมเยียนโดย ผจก.กฟข. : ไตรมาสละ 3 ราย

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		(2) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 1 : ไตรมาสละ 8 ราย (3) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3 : ไตรมาสละ 6 ราย (4) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟส. : ไตรมาสละ 3 ราย (5) เยี่ยมเยือนโดย ผจก.กฟย. : พิจารณาตามความพร้อม และศักยภาพของแต่ละพื้นที่
	-	6.1.2 การจัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามค่าเป้าหมายที่กำหนดนั้น สามารถพิจารณารูปแบบ การเยี่ยมเยือนลูกค้า ได้ 2 รูปแบบ ดังนี้ <u>รูปแบบที่ 1</u> การกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนรูปแบบ Onsite ตามแผนงานของ กฟฟ. (พิจารณาเป็นรูปแบบหลัก) <u>รูปแบบที่ 2</u> การกำหนดแผนการเยี่ยมเยือนรูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (พิจารณาเป็นรูปแบบรอง) โดยการพิจารณาการกำหนดรูปแบบในการเยี่ยมเยือนลูกค้า ให้ กฟข., กฟฟ. พิจารณาตามความพร้อมและศักยภาพของแต่ละพื้นที่ เช่น ในสถานการณ์โรคระบาด หรือเหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ เป็นต้น
	-	สามารถพิจารณา <u>แนวทางการเยี่ยมเยือนลูกค้าพิเศษ</u> ได้แก่ การเยี่ยมเยือนลูกค้ารูปแบบ <u>Tele CRM</u> ใช้สำหรับการติดต่อสอบถาม/ติดตามสถานะงาน/แก้ปัญหาให้กับลูกค้า หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ (ไม่สามารถกำหนดเป็นรูปแบบในการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแผนได้)
หน้าที่ 7 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	-	6.1.3 การพิจารณาวัตถุประสงค์ในการเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าตามหัวข้อ ดังนี้ 1) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กฟภ. และลูกค้า 2) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการแก้ไขปัญหาและลดผลกระทบของลูกค้า อันเกิดจาก

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		การใช้บริการของ กฟผ. 3) เพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ ทั้งธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 4) อื่นๆ ตามดุลยพินิจของผู้บริหารประจำหน่วยงาน
	2.2.4 นัดหมายหรือทาหนังสือแจ้งขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละราย - กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการแจ้งการขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า ก่อนแผนการเยี่ยมเยือนประมาณ 1 เดือนหรือตามความเหมาะสม โดยการนัดหมายหรือทำหนังสือแจ้งลูกค้า และสอบถามหรือแนบใบตอบรับการเยี่ยมเยือน ดังตัวอย่างตามแบบฟอร์ม CRM-VST-004	6.4 นัดหมาย/ติดต่อประสานงาน ขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละราย - กฟผ. ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการนัดหมายติดต่อประสานงาน อาทิ ทำหนังสือแจ้งโทรศัพท์เพื่อนัดหมาย หรือ Email เพื่อแจ้งการขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้า ก่อนแผนการเยี่ยมเยือนประมาณ 1 เดือนหรือตามความเหมาะสม โดยการนัดหมายหรือทำหนังสือแจ้งลูกค้า และสอบถามหรือแนบใบตอบรับการเยี่ยมเยือน
	2.2.8 บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศ หลังจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าให้ กฟผ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศภายใน 7 วันหลังเยี่ยมเยือน ทั้งนี้ให้ กฟผ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 แจ้ง กบล.กฟผ. เพื่อรวบรวมแจ้ง ผวธ.(ภ1-4) ทุกไตรมาส	6.8 บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศ - หลังจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าให้ กฟผ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง / CRM Plus ภายใน 7 วันหลังเยี่ยมเยือนแล้วเสร็จ
หน้าที่ 8 ข้อที่ 6 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	2.2.9 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า และแนวทางการปรับปรุงแก้ไข นำเสนอผู้บริหาร - กบล.กฟผ. นำข้อมูลในระบบสารสนเทศมาใช้ในการรายงานผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยสรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข และสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า (แบบฟอร์ม VOC-CRM-001) แจ้ง ผวธ.(ภ1-4) ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส เพื่อให้ ผวธ.(ภ1-4) รวบรวมและสรุปผลดังกล่าว แจ้ง	6.9 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ในระบบสารสนเทศ - กฟผ.ที่เกี่ยวข้อง/กบล.กฟผ. นำข้อมูลในระบบสารสนเทศมาใช้ในการรายงานผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า โดยสรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ให้ กฟผ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
	คณะกรรมการพัฒนางานด้านลูกค้า ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส ต่อไป	VST-003 ทุกเดือน
	-	6.10 ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ในภาพรวม กฟภ. - กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง/กบล.กฟข. จัดทำรายงานสรุปการดำเนินงานในภาพรวม กฟภ. เพื่อรวบรวมแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นรายไตรมาส ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส (โดย กฟฟ. จะทำการดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส)
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	พิจารณาแผนงานเยี่ยมเยือนลูกค้า -พิจารณาความเหมาะสมแผนงานของหน่วยงานในสังกัดและแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือน ก.พ. ของแต่ละปี	2. พิจารณาความเหมาะสมแผนงานของหน่วยงานในสังกัด และแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผน
หน้าที่ 8 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ -บันทึกแผนการเยี่ยมเยือน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันกำหนดให้ใช้โปรแกรม BIC_SAP) โดยระบุวันที่จะเข้าเยี่ยมเยือน และหัวหน้าคณะเยี่ยมฯ (หรือประเภทการเยี่ยมฯ) ภายในเดือน มี.ค. ของแต่ละปี (แบบฟอร์ม CRM-VST-002)	3. บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ -บันทึกแผนการเยี่ยมเยือน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันใช้โปรแกรม CRM Plus) โดยระบุวันที่จะเข้าเยี่ยมเยือน และหัวหน้าคณะเยี่ยมฯ (หรือประเภทการเยี่ยมฯ) ภายใน 15 วันหลังได้รับอนุมัติแผนฯ
	นัดหมายหรือทำหนังสือแจ้งขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละราย	4. นัดหมาย/ติดต่อประสานงาน ขอเข้าเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละราย
	-	5. ลูกค้าพิจารณาการขอเยี่ยมเยือน - ติดตามการตอบรับการขอเข้าเยี่ยมเยือนจากลูกค้า จากการสอบถามหรือใบตอบรับตามข้อ 6.4 ทั้งนี้หากลูกค้าปฏิเสธการขอเข้าเยี่ยมเยือน ให้ กฟฟ. ประเมินสาเหตุการปฏิเสธ และรายงานให้ กฟข. ทราบรวมทั้งการปรับแผนโดยการคัดเลือกลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อให้ได้จำนวนตามเป้าหมาย - จัดเตรียมหัวข้อการนำเสนอต่างๆ - การวิเคราะห์/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า (จากการสอบถามหรือใบตอบรับของลูกค้า) - การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าของ บริษัทฯ

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
		(ตามความเหมาะสม) - ของที่ระลึก (ตามความเหมาะสม)
หน้าที่ 9 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศ - บันทึกผลหลังการเยี่ยมเยือน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันกำหนดให้ใช้โปรแกรม BIC_SAP) โดยระบุประเด็นปัญหา และความต้องการของลูกค้า ภายใน 7 วันหลังให้บริการ - รายงานผลดำเนินการ (แบบฟอร์ม CRM-VST-002)และประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า (แบบฟอร์ม CRM-VST-003) ทุกไตรมาส	8. บันทึกผลการเยี่ยมเยือนในระบบสารสนเทศ - บันทึกผลหลังการเยี่ยมเยือน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (ปัจจุบันใช้โปรแกรม CRM Plus) โดยระบุประเด็นปัญหา และความต้องการของลูกค้า ภายใน 7 วันหลังการเยี่ยมเยือน - รายงานผลดำเนินการ (แบบฟอร์ม CRM-VST-002) และประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า (แบบฟอร์ม CRM-VST-003) ทุกไตรมาส
หน้าที่ 9 ข้อที่ 7 มาตรฐานงาน	สรุปรายงานสถิตินำเสนอผู้บริหาร - ติดตามผลดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายของแผนดำเนินการ และสรุปผลการเยี่ยมเยือนตามแผนงานที่กำหนด แนวทางการปรับปรุงแก้ไข - สรุปรายงานวิเคราะห์ผลดำเนินการ และสรุปสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าด้านความต้องการความคาดหวัง และข้อเสนอแนะ ต่อผลิตภัณฑ์ บริการ และการสนับสนุน (แบบฟอร์มVOC-CRM-001) แจ้ง ผวธ.(ภ1-4) ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส	9. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้าในระบบสารสนเทศ -สรุปรายงานข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ให้ กฟผ. รายงานผลดำเนินการตามแบบฟอร์ม CRM-VST-002 และสรุปรายงานประเด็นปัญหา/ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้าตามแบบฟอร์ม CRM-VST-003 ทุกเดือน
	-	10. ติดตามและสรุปผลการเยี่ยมเยือนลูกค้า ในภาพรวม กฟผ. - ติดตามผลดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายของแผนดำเนินการ และสรุปผลการเยี่ยมเยือนตามแผนงานที่กำหนด แนวทางการปรับปรุงแก้ไข - สรุปรายงานจัดทำรายงานสรุปการดำเนินงานในภาพรวม กฟผ. เพื่อรวบรวมแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นรายไตรมาส ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาส (โดย กฟผ. จะทำการดึงข้อมูลจากระบบ CRM Plus ทุกวันที่ 10 หลังสิ้นไตรมาส)

หน้าที่.../ข้อที่...	ข้อความเดิม	ข้อความใหม่
หน้าที่ 10 ข้อที่ 8 แบบฟอร์มที่ใช้	-	CRM-VST-001 รายชื่อลูกค้าเป้าหมาย และแผนงานการเยี่ยมเยือนลูกค้า CRM-VST-002 รายงานสรุปการเยี่ยม เยือนลูกค้า CRM-VST-003 สรุปประเด็นปัญหา/ ความต้องการจากการเยี่ยมเยือนลูกค้า

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้จัดทำ

รายชื่อผู้จัดทำ

1. นายธีรพันธุ์ จันทรจินดา ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าและการตลาด
สายงานธุรกิจและการตลาด
2. นางสาวกนิษฐ์ พิมพ์พันธุ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าและการตลาด
สายงานธุรกิจและการตลาด
3. นายทรงศักดิ์ สกลนิยมพร ผู้อำนวยการกองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด
4. นายวรกิตติ แยมบู ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด
5. นายกัณฑ์วี รอดบุญพา ผู้ช่วยหัวหน้าแผนกบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและงานขาย
กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด
6. นางสาวพิชชาธิ์ อ่ำปลอด นักการตลาด ระดับ 6 แผนกบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า
และงานขาย กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด
7. นายเสฏฐวุฒิ แซ่หย่อง วิศวกร ระดับ 4 แผนกบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและงานขาย
กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด