



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

คู่มือการสนับสนุน ลูกค้ารายใหม่

สายงานธุรกิจและการตลาด
ฝ่ายลูกค้าและการตลาด
กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์
(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. จึงมีแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งในส่วนของลูกค้าปัจจุบัน รวมถึงลูกค้าใน เพื่อสร้างความพึงพอใจ สร้างความภักดีของต่อองค์กร ตลอดจนการต่อยอดรายได้ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเสริมของ กฟภ. ต่อไป

สำหรับ “คู่มือการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่” จัดทำขึ้นเพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ภายใน กฟภ. ใช้เป็นแนวทางในการได้มาซึ่งข้อมูลของลูกค้าเป้าหมายที่มีโอกาสที่จะเป็นลูกค้าของ กฟภ. ในอนาคตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การติดต่อลูกค้าโดยตรง และแหล่งข้อมูลอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำแผนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และสนับสนุนข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการขยายฐานลูกค้า ตลอดจนสร้างรายได้ทั้งในส่วน of ธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้กับ กฟภ. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นมาตรฐานเดียวกัน

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	2
5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)	4
6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	5
7. มาตรฐานงาน	6
8. แบบฟอร์มที่ใช้	6
ภาคผนวก ก รายละเอียดแบบฟอร์ม	7
CRM-NCS-001 สรุปผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่	
CRM-NCS-002 รายละเอียดการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่	
ภาคผนวก ข ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน	10
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้จัดทำ	12

1. วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการทำการตลาดในเชิงรุก โดยมุ่งเน้นการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพและโอกาสที่จะเป็นลูกค้าของ กฟภ. ในอนาคต อันได้แก่ กลุ่มภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีการจัดตั้งใหม่ หรือ ขยายตัวทางธุรกิจในพื้นที่การจำหน่ายไฟฟ้าของ กฟภ. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี ตลอดจนสนับสนุนข้อมูลและแนะนำบริการต่างๆ ของ กฟภ. แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การขยายฐานลูกค้ารายใหม่ ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ลดการสูญเสียลูกค้าให้กับคู่แข่ง และสร้างรายได้ให้กับ กฟภ.ต่อไป

2. ขอบเขต

คู่มือการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ใช้เป็นแนวทางในการได้มาซึ่งข้อมูลของลูกค้าเป้าหมายที่มีโอกาสที่จะเป็นลูกค้าของ กฟภ. ในอนาคตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การติดต่อลูกค้าโดยตรง และแหล่งข้อมูลอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำแผนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และสนับสนุนข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการขยายฐานลูกค้า ตลอดจนสร้างรายได้ทั้งในส่วน of ธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้กับ กฟภ. ต่อไป

3. คำจำกัดความ

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

3.2 ลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) หมายถึง กลุ่มภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีการจัดตั้งใหม่ หรือ ขยายตัวทางธุรกิจในพื้นที่การจำหน่ายไฟฟ้าของ กฟภ. ซึ่งอาจจะเป็นส่วนที่เป็นลูกค้ารายเดิมของ กฟภ. แต่มีการขยายธุรกิจ หรือ ลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ.

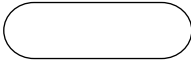
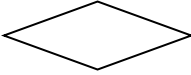
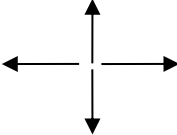
3.3 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) หมายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด

3.4 การสนับสนุนลูกค้า (Customer Support) หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึง หรือ ได้รับข้อมูลสารสนเทศในด้านการขอใช้ไฟฟ้า บริการเสริม การทำธุรกรรม รวมถึงข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3.5 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท. : Board of Investment (BOI)) หมายถึง หน่วยงานที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการส่งเสริมการลงทุนทั้งในประเทศและการลงทุนของไทยในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้ประเทศของเราก้าวพ้นการเป็นประเทศที่มีรายได้ระดับปานกลาง (Middle Income Trap) ไปจนถึงเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

3.6 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด หมายถึง หน่วยงานที่เป็นตัวแทนกระทรวงอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 การกำกับดูแลตามพระราชบัญญัติแร่ พระราชบัญญัติน้ำบาดาล และพระราชบัญญัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรม กลุ่มอาชีพ และการนำนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรมลงสู่พื้นที่

3.7 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน

- | | | |
|-------|---|---|
| 3.7.1 |  | คือ จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ |
| 3.7.2 |  | คือ กิจกรรมและการปฏิบัติงาน |
| 3.7.3 |  | คือ การตัดสินใจ |
| 3.7.4 |  | คือ ทิศทาง/การเคลื่อนไหวของงาน |
| 3.7.5 |  | คือ จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการเขียนกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน 1 หน้า |
| 3.7.6 |  | คือ เอกสาร/รายงาน |
| 3.7.7 |  | คือ ฐานข้อมูล |
| 3.7.8 |  | คือ จุดควบคุมกิจกรรมหลักที่คาดว่าจะเกิดปัญหาบ่อย/ต้องควบคุมเป็นพิเศษ |

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

4.1 การไฟฟ้าชั้น 1-3

4.1.1 เข้าสร้างความสัมพันธ์ แนะนำตัว และแจ้งวัตถุประสงค์ในการเข้าขอข้อมูลลูกค้ากลุ่มภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีการจัดตั้งใหม่ หรือขยายตัวทางธุรกิจในพื้นที่ กับหน่วยงานส่วนท้องถิ่น เช่น อุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น

4.1.2 เข้าขอคัดกรอง หรือขอรับข้อมูลภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีการจัดตั้งใหม่ หรือขยายตัวทางธุรกิจในพื้นที่ ทั้งนี้ หากเป็นการได้รับข้อมูลจากหน่วยงานระดับจังหวัด ให้ กฟจ. เป็นตัวแทนในการขอรับข้อมูล และจัดส่งข้อมูลให้ กฟฟ.ที่เกี่ยวข้องต่อไป

4.1.3 รวบรวมข้อมูลภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีการจัดตั้งใหม่ หรือขยายตัวทางธุรกิจในพื้นที่ จากหน่วยงานส่วนท้องถิ่น กผส. และแหล่งข้อมูลอื่นๆ

4.1.4 พิจารณาข้อมูล และจัดทำแผนงานในการติดต่อหรือเข้าพบลูกค้า เพื่อสนับสนุนข้อมูลแก่ลูกค้ารายใหม่

4.1.5 ดำเนินการตามแผนการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่

4.1.6 จัดทำสรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามแบบฟอร์ม CRM-NCS-002 นำเสนอ ผจก. และจัดส่งให้ กบล.

4.2 กองบริการลูกค้า (กบล.)

4.2.1 คัดกรองข้อมูลสรุปจำนวนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) จากหน่วยงาน กผส. และจัดส่งข้อมูลให้การไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง

4.2.2 ประสานงาน ติดตามเร่งรัดการดำเนินงานสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ของ กฟฟ.ในสังกัด

4.2.3 จัดทำสรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามแบบฟอร์ม CRM-NCS-002 ในภาพรวมของ กฟข. นำเสนอ ออก.บล. และจัดส่งให้ กลพ.

4.3 กองบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (กลพ.)

4.3.1 กำหนดแนวทางและแผนการสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าโดยรวมของ กฟภ. และสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4.3.2 ประสานงาน ติดตามเร่งรัดผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ในภาพรวม กฟข.

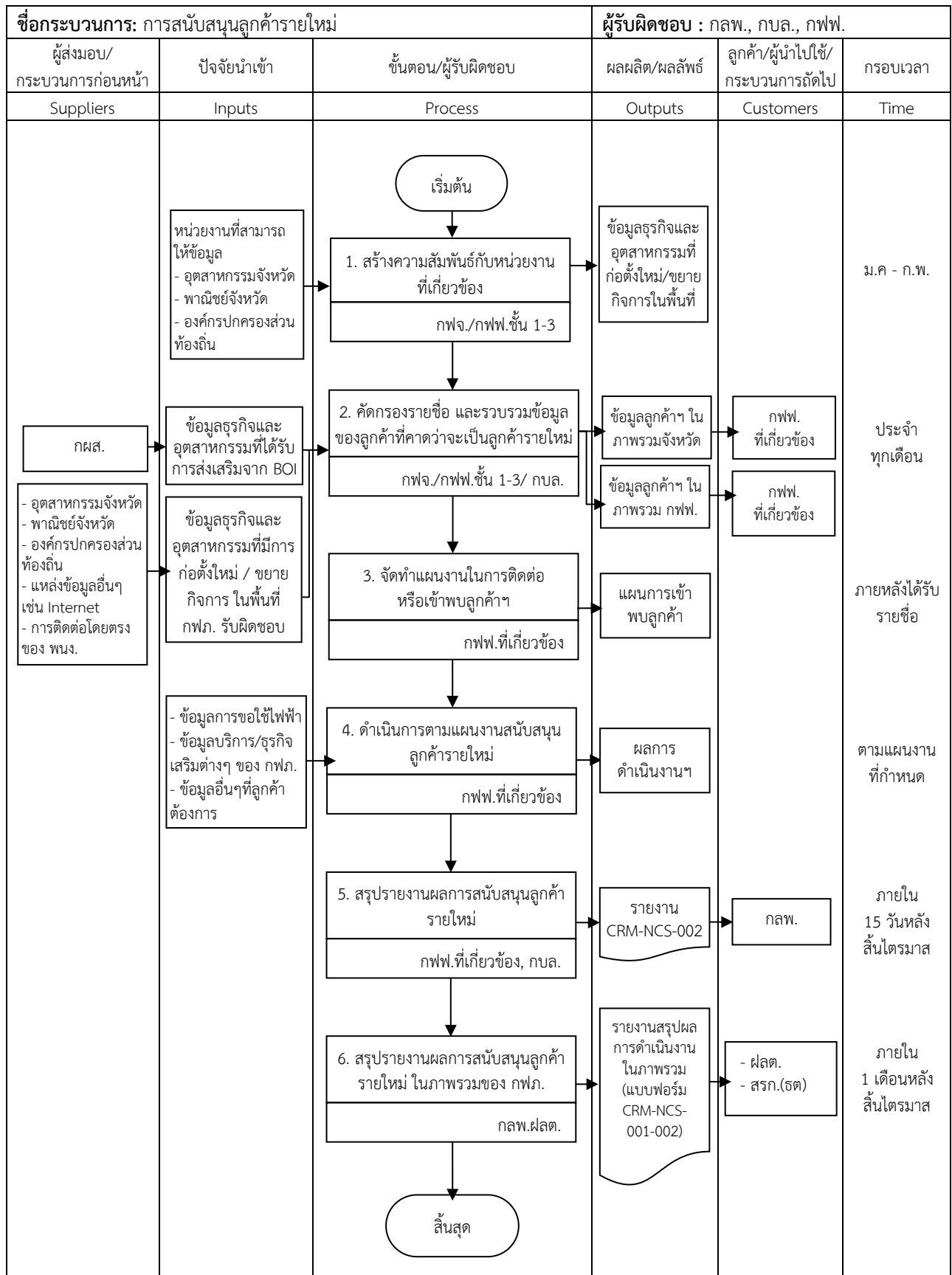
4.3.3 จัดทำสรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามแบบฟอร์ม ตามแบบฟอร์ม CRM-NCS-001 ในภาพรวมของ กฟภ.

4.3.4 รับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงระบบสารสนเทศในด้านการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า

4.4 กองวางแผนวิสาหกิจ (กผส.)

จัดทำข้อมูลสรุปจำนวนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) จากหน่วยงาน กองวางแผนวิสาหกิจ (กผส.) ประจำเดือน และเผยแพร่ข้อมูลในเว็บไซต์หน่วยงาน

5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)



6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

6.1 สร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การไฟฟ้า ชั้น 1-3 เข้าดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ และแนะนำตัวกับหน่วยงานส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อขอข้อมูลหน่วยงานภาครัฐกิจและอุตสาหกรรมที่มีการจัดตั้งใหม่ หรือ ขยายตัวทางธุรกิจในพื้นที่ที่รับผิดชอบ ในช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ของทุกปี สำหรับหน่วยงานส่วนท้องถิ่นระดับจังหวัด ให้หน่วยงานการไฟฟ้าระดับจังหวัดเป็นตัวแทนในการเข้าสร้างความสัมพันธ์ และขอข้อมูลในภาพรวมจังหวัด

6.2 คัดกรองรายชื่อ และรวบรวมข้อมูลของลูกค้าที่คาดว่าจะเป็ลูกค้ารายใหม่

6.2.1 การไฟฟ้า ชั้น 1-3 ขอคัดกรอง และขอรับรายชื่อจากหน่วยงานส่วนท้องถิ่นเป็นประจำทุกเดือน ทั้งนี้ การได้รับข้อมูลจากหน่วยงานส่วนท้องถิ่นระดับจังหวัด หากพบว่าเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการไฟฟ้าจุดรวมงานอื่นๆ ให้การไฟฟ้าจังหวัด ดำเนินการจัดส่งข้อมูลดังกล่าวให้ การไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลไปจัดทำแผนการสนับสนุนข้อมูลลูกค้ารายใหม่

6.2.2 กองบริการลูกค้า (กบล.) พิจารณาคัดกรองข้อมูลสรุปจำนวนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) จากหน่วยงาน กองวางแผนวิสาหกิจ (กผส.) ประจำเดือน หากพบว่ามิข้อมูลของลูกค้า ภายได้สังกัด กฟข. ให้ดำเนินการจัดส่งข้อมูลให้การไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง

6.2.3 การไฟฟ้า ชั้น 1-3 รวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานส่วนท้องถิ่น และสรุปจำนวนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) (ตามข้อ 2.2.2.1 – 2.2.2.2) หรือช่องทางอื่นๆ เช่น แหล่งข้อมูลทาง Internet เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผนการสนับสนุนข้อมูลลูกค้ารายใหม่ต่อไป

6.3 จัดทำแผนงานในการติดต่อหรือเข้าพบลูกค้า

การไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการพิจารณาคัดเลือกลูกค้า และจัดทำแผนในการติดต่อ หรือเข้าพบลูกค้า ภายหลังได้รับรายชื่อ

6.4 ดำเนินการตามแผนงานสนับสนุนลูกค้ารายใหม่

การไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการติดต่อ หรือเข้าพบลูกค้า เพื่อเข้าสนับสนุนข้อมูลทั้งในส่วนขอข้อมูลการใช้ไฟฟ้า ข้อมูลบริการหรือธุรกิจเสริมต่างๆ ของ กฟผ. รวมถึงข้อมูลอื่นๆ ที่มีความเหมาะสมต่อธุรกิจหรือหน่วยงานของลูกค้า ตามช่วงเวลา และแผนงานที่กำหนด

6.5 สรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ในภาพรวมของ กฟฟ. และ กฟข.

6.5.1 การไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการสรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามแบบฟอร์ม CRM-NCS-002 เป็นประจำทุกไตรมาส พร้อมนำเสนอ ผจก. และจัดส่งให้ กบล. เพื่อรวบรวมในภาพรวม กฟข. ต่อไป

6.5.2 กองบริการลูกค้า (กบล.) รวบรวมและสรุปข้อมูลจากการไฟฟ้า ที่มีการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามแบบฟอร์ม CRM-NCS-002 เป็นประจำทุกไตรมาส พร้อมนำเสนอ อก.บล. และจัดส่งให้ กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (กลพ.) ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส

6.6 สรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ในภาพรวมของ กฟผ.

กลพ. ดำเนินการติดตาม รวบรวมและสรุปรายงานผลสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ในภาพรวมของ กฟผ. ตามแบบฟอร์ม CRM-NCS-001 เป็นประจำทุกไตรมาส พร้อมนำเสนอ รผก.(ธต) ภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส

7. มาตรฐานงาน

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
1. สร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	จัดทำกร่างแผนการเยี่ยมเยือน โดยกำหนดแผนงานวัตถุประสงค์และคัดเลือกลูกค้า ให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนดในแผนงานต่างๆ และสอดคล้องกับการจำแนกกลุ่มลูกค้า (แบบฟอร์ม CRM-VST-001) ภายในเดือน พ.ย. ของปีก่อนหน้าแผนงาน
2. คัดกรองรายชื่อ และรวบรวมข้อมูลของลูกค้าที่คาดว่าจะเป็ลูกค้ารายใหม่	พิจารณาแผนงานของหน่วยงานในสังกัด และแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเดือน ธ.ค. ของปีก่อนหน้าแผนงาน
3. จัดทำแผนงานในการติดต่อหรือเข้าพบลูกค้า	บันทึกแผนการเยี่ยมเยือน สำหรับลูกค้าแต่ละรายในระบบสารสนเทศที่กำหนด (CRM Plus, CRM Mobile Workforce) โดยระบุวันที่จะเข้าเยี่ยมเยือน และหัวหน้าคณะเยี่ยมฯ (หรือประเภทการเยี่ยมฯ) อย่างครบถ้วนถูกต้อง ภายใน 15 วันหลังได้รับอนุมัติ (แบบฟอร์ม CRM-VST-002)
4. ดำเนินการตามแผนงานสนับสนุนลูกค้ารายใหม่	ติดต่อการติดต่อประสานงานลูกค้า ให้ครบถ้วนตามแผนงานที่กำหนด
5. สรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ในภาพรวมของ กฟฟ. และ กฟข.	- สรุปรายงานผลการดำเนินงาน (แบบฟอร์ม CRM-NCS-002) นำเสนอ ผจก. และจัดส่งให้ กบล. ทุกไตรมาส - กบล. ติดตามรวบรวม และสรุปรายงานผลการดำเนินงาน ในภาพรวม กฟข. นำเสนอ อ.ก.บล. ทุกไตรมาส - จัดส่งรายงานฯ ในภาพรวม กฟข. ให้ กฟฟ. ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส
6. สรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ในภาพรวมของ กฟภ.	- สรุปรายงานผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ในภาพรวมของ กฟภ. นำเสนอผู้บริหารและส่วนที่เกี่ยวข้อง ให้แล้วเสร็จภายใน 1 เดือนหลังสิ้นไตรมาส (แบบฟอร์ม CRM-NCS-001)

8. แบบฟอร์มที่ใช้

8.1 แบบฟอร์ม CRM-NCS-001 สรุปผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ ในภาพรวม กฟภ.

8.2 แบบฟอร์ม CRM-NCS-002 รายละเอียดการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ ในสังกัด กฟข.

ภาคผนวก ก

รายละเอียดแบบฟอร์ม

CRM-NCS-001	สรุปผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/ แหล่งข้อมูลอื่นๆ ในภาพรวม กฟภ.
CRM-NCS-002	รายละเอียดการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/ แหล่งข้อมูลอื่นๆ ในสังกัด กฟช.

สรุปผลการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ ในภาพรวม กฟผ.

ประจำไตรมาส.....ปี.....

สถานะข้อมูล ณ วันที่.....

[illegible]

รายละเอียดการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ ในสังกัด กฟผ.
หน่วยงาน (กฟผ./กฟล.)..... ไตรมาสประจำปี.....

วันที่ข้อมูล ณ วันที่.....

ที่	รหัส กฟผ. (TRSG)	ชื่อ กฟผ.	ชื่อลูกค้า	ประเภทธุรกิจ/ กิจการ	แหล่งข้อมูล เช่น BOI/หน่วยงานท้องถิ่น (ไปรษณีย์)	วันที่ติดต่อ	ชื่อผู้ประสานงาน ของลูกค้า	หมายเลขโทรศัพท์	วิธี/ช่องทางการ ติดต่อสื่อสาร	สถานะลูกค้า		กลุ่มลูกค้า (อุตสาหกรรม/ พาณิชย์/อื่นๆ)	ความต้องการพลัง ไฟฟ้า (ใหม่/ เพิ่มเติม) (kW)	ประเด็นการสื่อสาร/สนับสนุนลูกค้า (ระบุได้มากกว่า 1 ประเด็น)	รายละเอียดข้อมูล	สถานะดำเนินการ
										รายใหม่	รายเดิม (ระบุ CA)					

BOI
อุตสาหกรรมจังหวัด
พาณิชย์จังหวัด
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
ติดต่อลูกค้าโดยตรง
อื่นๆ (ไปรษณีย์)

เข้าเยี่ยม
โทรศัพท์
E-mail
โทรสาร
อื่นๆ (ไปรษณีย์)

อุตสาหกรรม
พาณิชย์
ภาครัฐ
อื่นๆ (ไปรษณีย์)

การใช้ไฟฟ้า
ขยายเขตระบบไฟฟ้า
ก่อสร้างสถานีไฟฟ้า
ตรวจสอบ บำรุงรักษา
อื่นๆ (ไปรษณีย์)

ภาคผนวก ข

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ประวัติการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	สถานะ	ปี พ.ศ.	หน่วยงานที่จัดทำ
1	จัดทำครั้งแรก	2564	กองบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าและการตลาด สายงานธุรกิจและการตลาด
2			
3			
4			
5			

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้จัดทำ

รายชื่อผู้จัดทำ

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