

การบริหารความสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อลูกค้า



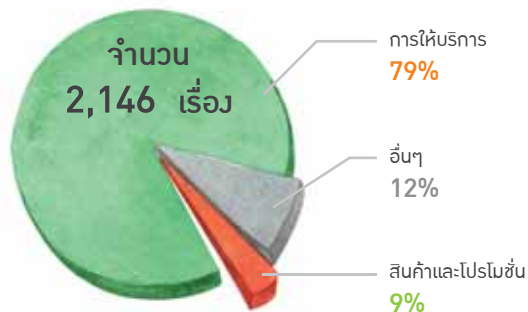
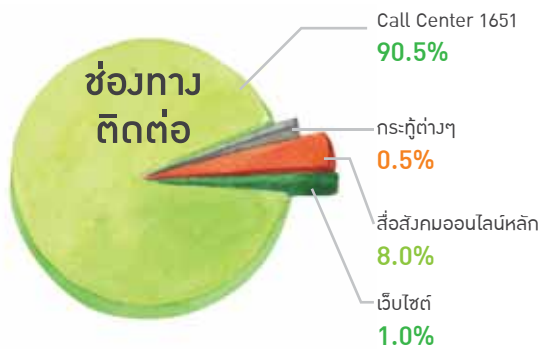
เป้าหมาย The Most Admired Brand

การพัฒนาบุคลากรสื่อสารสองทิศทางระหว่างลูกค้า และบริษัทฯ	การพัฒนาระบบและเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนความสัมพันธ์	การจัดการความสัมพันธ์เพื่อรักษาลูกค้าปัจจุบัน และเพิ่มลูกค้าใหม่
<p>1. ค้นหาข้อมูล (Seeking Information)</p> <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาสื่อสังคมออนไลน์/ออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ผู้แทนการตลาด Call Center 1651 Facebook Website Email Line Official Line@ Live Chat Mobile Application Net Listening Software ค้นหาข้อมูลลูกค้าจากสื่อสังคมออนไลน์ <p>2. ช่องทางทำธุรกรรม (Obtaining Services)</p> <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาช่องทางสั่งซื้อน้ำมันผ่านศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) มาตั้งแต่ปี 2550 เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันชุมชน สามารถสั่งซื้อน้ำมันได้ทุกช่องทางตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทาง Web Ordering และ Mobile Application เพิ่มช่องทางการรับชำระเงินให้กับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน เพื่อความสะดวก รวดเร็วมากขึ้น <p>3. วัดผลลัพธ์ Feedback</p> <ul style="list-style-type: none"> เพิ่มระบบ Call Survey เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ประเมินความพึงพอใจผู้บริโภครู้ที่ใช้บริการ และทำรายงานสรุปข้อร้องเรียน ข้อสอบถาม คำชมเชย ข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่น และคำแนะนำบริการ เป็นประจำทุกเดือน ส่งไปยังส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการนำไปปรับปรุงการบริการ การวิจัยทางการตลาดประจำปี การจัดทำ Focus Group เพื่อค้นหาความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า บันทึกคำชมเชยของลูกค้า เพื่อให้รางวัลแก่พนักงานที่ปฏิบัติงานดีเป็นขวัญและกำลังใจต่อผู้ปฏิบัติงาน 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบ Customer Relation Management (CRM) ให้สามารถรองรับคุณลักษณะ (Feature) ใหม่ ๆ ติดตั้งระบบ Point of Sale Automation ของสถานีบริการ สามารถลงทะเบียนบัตรสมาชิกที่สถานีบริการได้ (ปัจจุบัน 787 แห่ง) พัฒนาระบบ Mobile Application ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เช่น ค้นหาทำเลสถานีบริการ, ตรวจสอบคะแนนบัตรสมาชิก, ปรึกษาคะแนนให้แก่องค์กรการกุศล ฯลฯ พัฒนาระบบ Live Chat เพื่อรองรับการติดต่อของผู้บริโภค เพิ่มช่องทาง Line@ เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่ติดต่อเข้ามา 	<p>ผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> สมาชิกบัตรบางจากรายใหม่ ได้รับคะแนนพิเศษจากการลงทะเบียนบัตรสมาชิกกรีนไมล์ ส่วนสมาชิกเก่า หากมีการอัปเดตฐานข้อมูล จะได้รับคะแนนพิเศษเช่นกัน สมาชิกบัตรบางจากรายใหม่จะได้รับคะแนนให้กับองค์กรการกุศลเป็นประจำทุกปีและยังเพิ่มช่องทางการบริจาคผ่าน Bangchak Mobile Application อีกด้วย จัดรายการส่งเสริมการขาย ในวันที่น้ำมันปรับราคาขึ้น สมาชิกจะได้รับส่วนลดของราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น คืนเป็นคะแนนสะสม เพิ่มฟังก์ชันการแลกคะแนนจากบัตรสมาชิก เป็นสินค้า อาหาร และเครื่องดื่มต่างๆ ทั้งจากบริษัทในเครือ และพันธมิตรที่เข้าร่วมผ่าน Bangchak Mobile Application สินค้าส่งเสริมการขายตามเทศกาลสำคัญ เช่น แก้วแรงใจ น้ำดื่ม แจกต้นไม้ สับปะรดอบแห้ง หนังสือมหัศจรรย์ 55 เมืองรอง คุปองชิงโชค คุปองเดลินิวส์ รวมถึงสินค้าพรีเมียมชั้นของน้ำมันหล่อลื่น เช่น นาฬิกา น้บักว เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย มอบสิทธิพิเศษแก่สมาชิกบัตร ให้รับสิทธิ์คุ้มครองประกันภัยการเดินทาง, การช่วยเหลือฉุกเฉินบนท้องถนน, การตรวจสภาพรถฟรี ตามเทศกาลวันหยุดต่อเนื่อง การเล่นเกมผ่านช่องทาง Facebook และ Line Official มีการชดเชยให้กับลูกค้าที่ได้รับความสะดวกเสียหายจากการใช้บริการตามข้อกำหนดกลุ่มผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน/สถานีบริการน้ำมันชุมชน เพิ่มศักยภาพการบริหารธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการด้วยหลักสูตรการบริหาร Triple M พัฒนาระบบ Professional Franchise Scheme ให้การบริหารสถานีบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ให้ความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรของสถานีบริการ เช่น ผลิตภัณฑ์ งานบริการ การสื่อสารโปรโมชันที่ถูกต้องไปยังลูกค้า <p>กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> ให้ความรู้ด้านต่างๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์/การอบรมแผนฉุกเฉิน/การบริการหลังการขาย/สนับสนุนอุปกรณ์/ ตรวจเช็คระยะ อุปกรณ์ ดูแลรักษาเครื่องจักร

ในปี 2561 พนักงานศูนย์ Call Center ได้รับรางวัลจากการประกวดประเภท Individual ในหัวข้อ The Best Contact Center Support Professional of The Year จำนวน 2 ท่าน จากสมาคมการค้าธุรกิจศูนย์บริการทางโทรศัพท์ไทย (TCCTA : Thai Contact Center Trade Association)

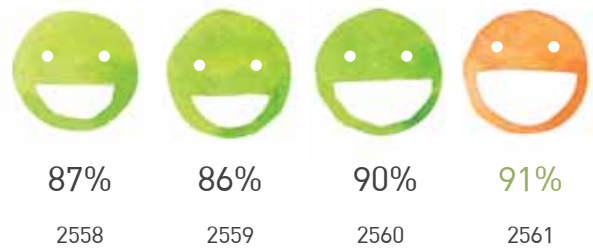


ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ



ผลลัพธ์

ความพึงพอใจต่อการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ (เป้าหมาย 90%)



ประเมินการกลับมาใช้บริการ (เป้าหมาย 95%)



ไม่มีการละเมิดต่อกฎหมายด้านการสื่อสาร
ทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญ

(Disclosure 417-3)

แผนงานสำคัญในปีถัดไป

ในปี 2562 บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นในการสร้างประสบการณ์และนวัตกรรมสีเขียวให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนในการขยายสถานีบริการน้ำมันมาตรฐานเพิ่มขึ้นอีกมากกว่า 80 แห่ง สถานีบริการน้ำมันสหกรณ์อีก 10 แห่ง และขยายธุรกิจร้านสะดวกซื้อใหม่แบรนด์ SPAR เพิ่มอีก 51 สาขา รวมถึงขยายร้านกาแฟใน Brand Inthanin อีก 200 สาขา เพิ่มจำนวนพันธมิตร และจำนวนสาขาธุรกิจนอนออยล์ นอกจากนี้บริษัทฯ มีแผนที่จะต่อยอดความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมสีเขียว ด้วยการพัฒนาสถานีบริการตามมาตรฐาน Inno-Green Station และพัฒนาระบบ CRM ของบริษัทฯ โดยการนำนวัตกรรมมาใช้วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการสร้างโอกาสให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม