ภาพรวมโครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

ขั้นตอนการกำหนดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และกำหนดแนวทางสนับสนุนลูกค้า

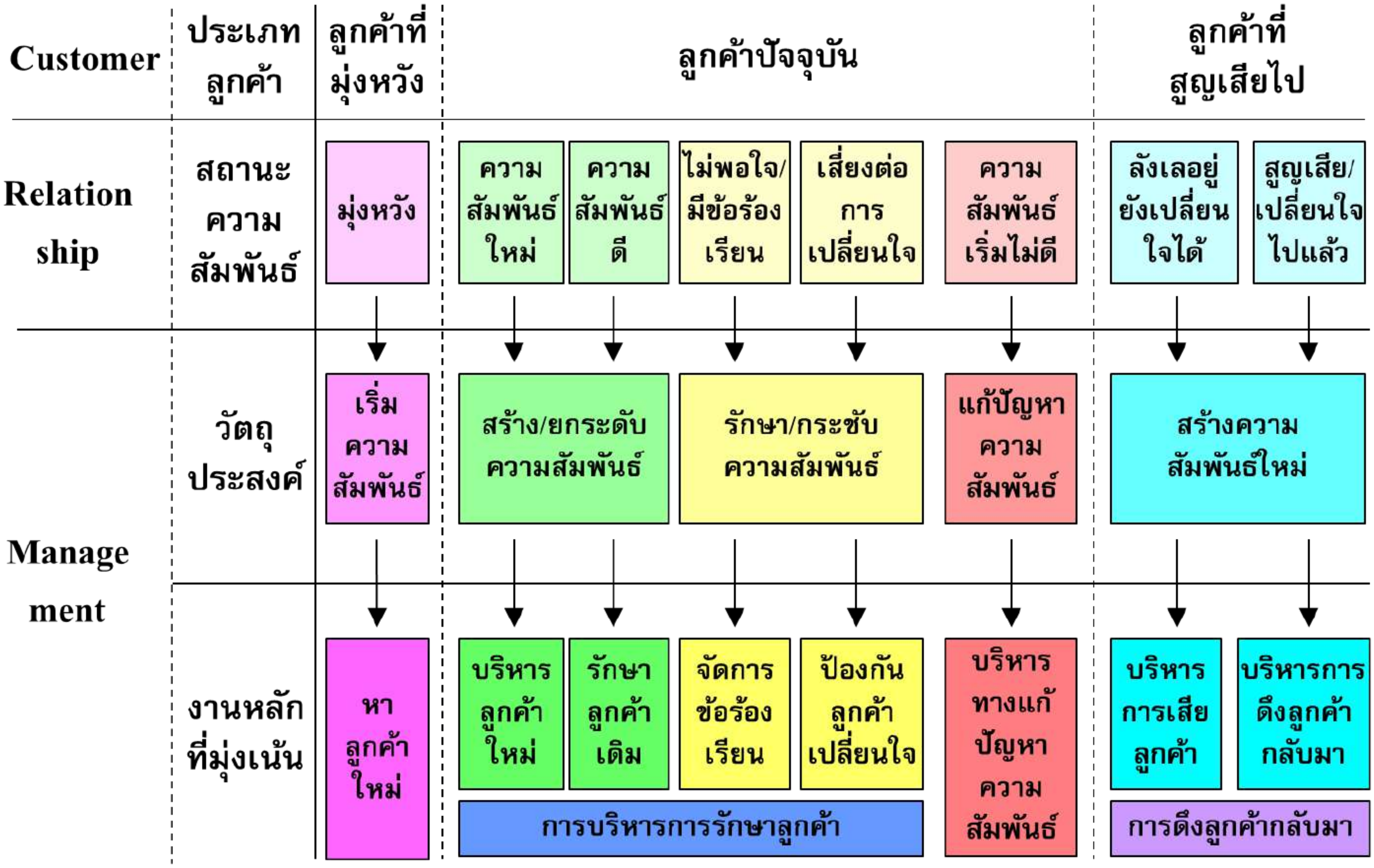
- Feedback Report ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ของการเคหะแห่งชาติ ปีที่ผ่านมา
- กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard)

1. ทบทวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
2. กำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
3. วิเคราะห์เพื่อระบุกลุ่มลูกค้า ที่จะจัดการความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม
4. วิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์
5. วิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ ปี 2566
6. ทบทวนช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
7. วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า
8. กำหนดแนวทางการสนับสนุนลูกค้าสำหรับทุกกลุ่มลูกค้า
9. กำหนดแนวทางและจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566
10. สื่อสาร/ถ่ายทอด เพื่อนำไปปฏิบัติ และติดตามประเมินผล รวมทั้งสรุปผลการดำเนินการโครงการ

การทบทวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ภาพรวมการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า

แนวคิดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)



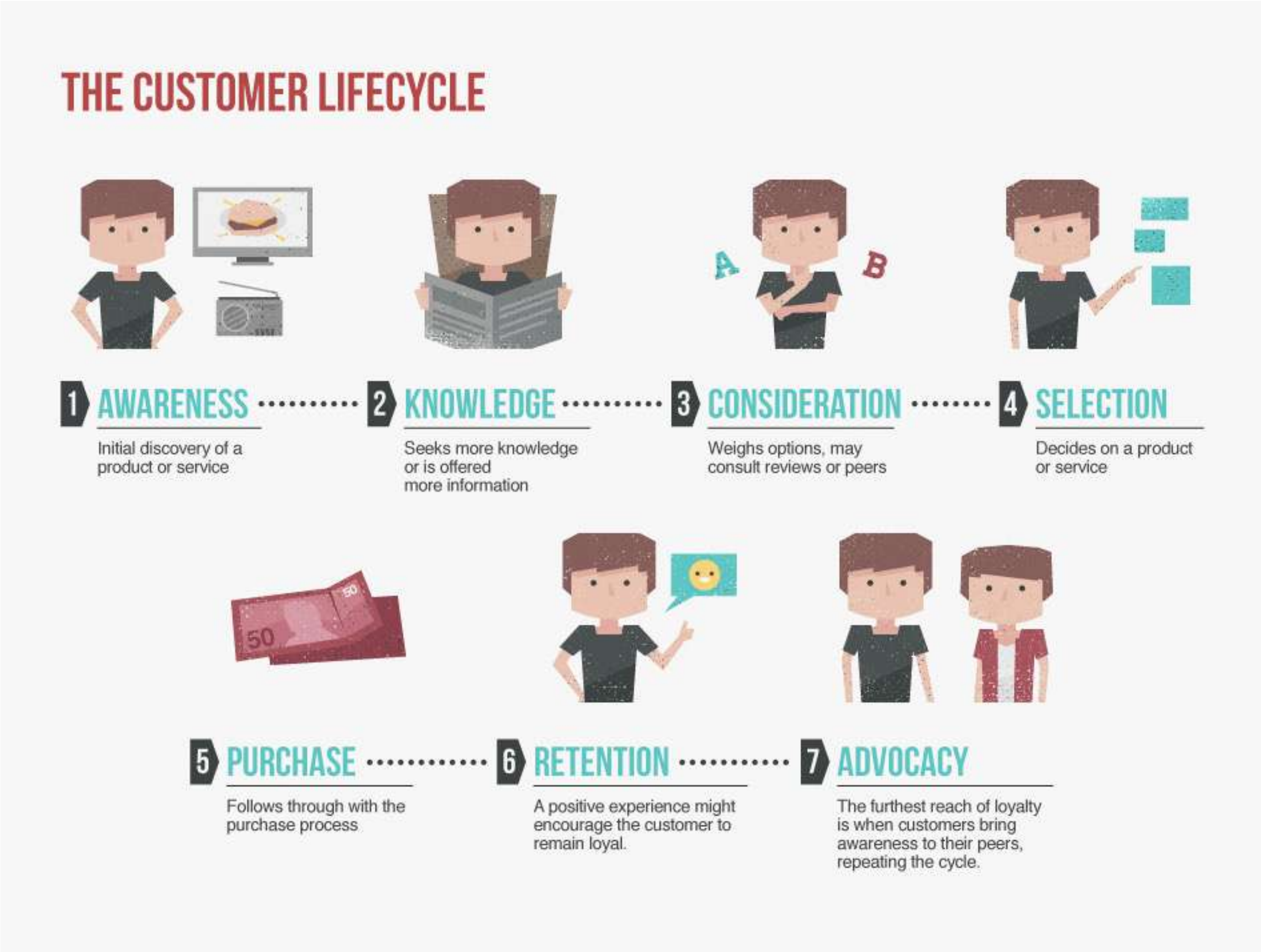
นิยามลูกค้าในอดีต ลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าในอนาคต ปี 2566

ลูกค้าในอดีต	ลูกค้าปัจจุบัน	ลูกค้าในอนาคต
ลูกค้าที่มีสถานะเคยทำสัญญาจอง เช่า เช่าเพื่อซื้อ เช่าซื้อ หรือสัญญาจะซื้อจะขาย แต่ปัจจุบันได้ยกเลิกสัญญาไปแล้ว	ลูกค้าที่มีสถานะทำสัญญาจอง เช่า เช่าเพื่อซื้อ เช่าซื้อ หรือสัญญาจะซื้อจะขาย รวมถึงลูกค้าที่อยู่อาศัยในโครงการที่อยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติ	ประชาชนทั่วไปที่มีความต้องการและแสดงความต้องการที่อยู่อาศัยผ่านช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้าของการเคหะแห่งชาติ

หมายเหตุ:

- กลุ่มลูกค้าในอดีต ลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าในอนาคต พิจารณาครอบคลุมลูกค้าเชิงสังคม และเชิงพาณิชย์ (Customer Segment) จำแนกเป็นแนวราบและแนวสูง (Market Segment)

วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle)



ภาพรวมการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า

ลูกค้าที่ยังไม่รู้จักโครงการ

ลูกค้าคู่เทียบ
ลูกค้ามุ่งหวัง

ระดับที่ 1: Awareness
- โฆษณา ประชาสัมพันธ์
- เปิดตัวโครงการ

ลูกค้าที่สนใจโครงการ

ลูกค้าในอนาคต

ระดับที่ 2: Consideration
- พัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ
- ส่งเสริมการตลาด

ระดับที่ 5: Advocacy
- ให้ค่าตอบแทนการแนะนำบอกต่อ

ลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ

ลูกค้าปัจจุบัน

- ลูกค้าที่จองและทำสัญญา
- ลูกค้าที่ผ่อนชำระเงินดาวน์
- ลูกค้าที่ยื่นขอสินเชื่อ
- ลูกค้าที่โอนกรรมสิทธิ์
- ลูกค้าที่เข้าอยู่อาศัย
- ลูกค้าที่ร้องเรียน
- ลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนา/บริหารชุมชน

ระดับที่ 3: Purchase
- เตรียมความพร้อมก่อนยื่นขอสินเชื่อ/เช่าซื้อ
- บริการก่อนเข้าอยู่อาศัย
- บริการหลังเข้าอยู่อาศัย

ระดับที่ 4: Loyalty
- ปรับปรุงคุณภาพบริการ
- พัฒนาและบริหารชุมชน
- พัฒนาอาชีพ สร้างรายได้

ลูกค้าในอดีต

ลูกค้าที่ไม่ผ่านสินเชื่อ/ไม่ทำเช่าซื้อ และยกเลิกสัญญา

ระดับแก้ไข: Win Back
- สำรวจสาเหตุสูญเสียลูกค้า
- แก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า
- ส่งเสริมให้ลูกค้ากลับมา

วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ของการเคหะแห่งชาติ ในปัจจุบัน

ขั้นตอนหลัก และขั้นตอนย่อย	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และอื่น ๆ	สถานะลูกค้า
1. ตระหนัก (Awareness) • เห็น/ได้ยินเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัย จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ และจากการบอกต่อ • สนใจและตระหนักถึงความต้องการที่อยู่อาศัย	<u>ก่อนการขาย</u> (เพื่อทำให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์และเพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่) • การโฆษณาประชาสัมพันธ์การรณรงค์ส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ Direct Mail รถแห่ หน่วยขาย ป้ายคัดเอาท์ Facebook Website หรือการออกบูธประชาสัมพันธ์ ฯลฯ	ลูกค้ามุ่งหวัง ลูกค้าคู่เทียบ
2. หาความรู้ (Knowledge) • ค้นหาข้อมูล/ความรู้ เกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัย จากแหล่งต่าง ๆ และจากผู้คนรอบตัว	• การกำหนดช่องทางให้การสนับสนุนลูกค้าเพื่อค้นหาสารสนเทศและทำธุรกรรม	ลูกค้ามุ่งหวัง ลูกค้าคู่เทียบ
3. พิจารณา (Consideration) • เปรียบเทียบโครงการที่อยู่อาศัยหลายแห่ง	• การ Update ข้อมูลในระบบจองออนไลน์ ที่แสดงข้อมูลพื้นฐาน เช่น ที่ตั้ง จำนวนหน่วยว่างพร้อมขาย ราคา ขนาดพื้นที่ใช้สอย ฯลฯ เพื่อให้ผู้สนใจพิจารณาเปรียบเทียบโครงการต่าง ๆ ของการเคหะแห่งชาติ	ลูกค้ามุ่งหวัง ลูกค้าคู่เทียบ

วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ของการเคหะแห่งชาติ ในปัจจุบัน

ขั้นตอนหลัก และขั้นตอนย่อย	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และอื่น ๆ	สถานะลูกค้า
4. คัดเลือก (Selection) • เลือกโครงการที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	• การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของโครงการที่อยู่อาศัย ให้ลูกค้าเลือกตามความต้องการของลูกค้า	ลูกค้ามุ่งหวัง ลูกค้าคู่เทียบ
• แจ้งความต้องการที่อยู่อาศัย หรือติดต่อโดยตรงกับการเคหะแห่งชาติ	• รับแจ้งความต้องการที่อยู่อาศัย ในระบบแจ้งความต้องการที่อยู่อาศัย เพื่อรองรับความต้องการที่อยู่อาศัยของลูกค้า	ลูกค้าในอนาคต
5. ซื้อสินค้า/บริการ (Purchase) • ติดต่อสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ • เลือกอาคาร ทำสัญญา	<u>ระหว่างการขาย</u> (ลูกค้าจองทำสัญญาจนถึงขั้นตอนก่อนส่งมอบอาคาร) • เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้สะดวกรวดเร็ว โดยเพิ่มสำนักงานขาย พัฒนาระบบการจอง Online (Smart Device) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า <u>หลังการขาย</u> (ก่อนส่งมอบอาคาร) • เพิ่มช่องทางการชำระเงินค่าเช่า เช่าซื้อ เงินดาวน์ ค่างวด เฉพาะที่ทำสัญญากับการเคหะแห่งชาติ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า	ลูกค้าปัจจุบัน

วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ของการเคหะแห่งชาติ ในปัจจุบัน

ขั้นตอนหลัก และขั้นตอนย่อย	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และอื่น ๆ	สถานะลูกค้า
6. สานสัมพันธ์ (Retention) • ผ่อนดาวน์ • ติดตามความคืบหน้าการก่อสร้าง • ยื่นสินเชื่อ • เซ็นสัญญาเงินกู้ • รับกุญแจ • เข้าอยู่อาศัย • ชำระค่างวด/ค่าเช่า ผ่อนชำระเงินกู้ • โอนกรรมสิทธิ์ • เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและบริหารชุมชน	• ให้บริการสินเชื่อให้กับลูกค้าแบบ One Stop Service • แจ้งความคืบหน้าการก่อสร้างโครงการ <u>หลังการขาย</u> (ภายหลังการส่งมอบอาคารให้ลูกค้า) เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มความภักดี ตอบสนองความต้องการ ให้เหนือกว่าความหวัง และให้กล่าวถึงองค์กรในทางที่ดี • เพิ่มช่องทางการชำระค่างวด ค่าเช่า เช่าซื้อ เงินดาวน์ • พัฒนาระบบบริการข้อมูลลูกค้าออนไลน์ (M service) ตรวจสอบยอดชำระค่างวดผ่านโทรศัพท์มือถือ • จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าและติดตามประเมินผลฯ รายกิจกรรม • การเยี่ยมลูกค้าในชุมชน	ลูกค้าปัจจุบัน

วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ของการเคหะแห่งชาติ ในปัจจุบัน

ขั้นตอนหลัก และขั้นตอนย่อย	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และอื่น ๆ	สถานะลูกค้า
7. แนะนำ บอกต่อ (Advocate) • พึงพอใจในสินค้าและบริการ • แนะนำ บอกต่อ	• สำรวจความพึงพอใจ และปรับปรุงคุณภาพบริการ • สำรวจลูกค้าในอดีต ด้านการแนะนำบอกต่อ	ลูกค้าปัจจุบัน/ ลูกค้าในอดีต
8. ส่งเสริมให้ลูกค้ากลับมา (Win Back) • สำรวจสาเหตุสูญเสียลูกค้า • แก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า • ส่งเสริมให้ลูกค้ากลับมา	• สำรวจลูกค้าในอดีต ด้านความสนใจโครงการ กคช. • สำรวจลูกค้าในอดีต ด้านสิ่งที่ต้องการให้ กคช. ทำเพื่อทำให้กลับมาเป็นลูกค้าอีก	ลูกค้าในอดีต

การจัดทำแนวทางพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

Module 2: การมุ่งเน้นลูกค้า

1. ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

1.1 ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

2. ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

2.1 การจำแนกลูกค้า

3. การรับฟังลูกค้า

3.1 การรับฟังลูกค้า

3.2 การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

4. การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

4.1 การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

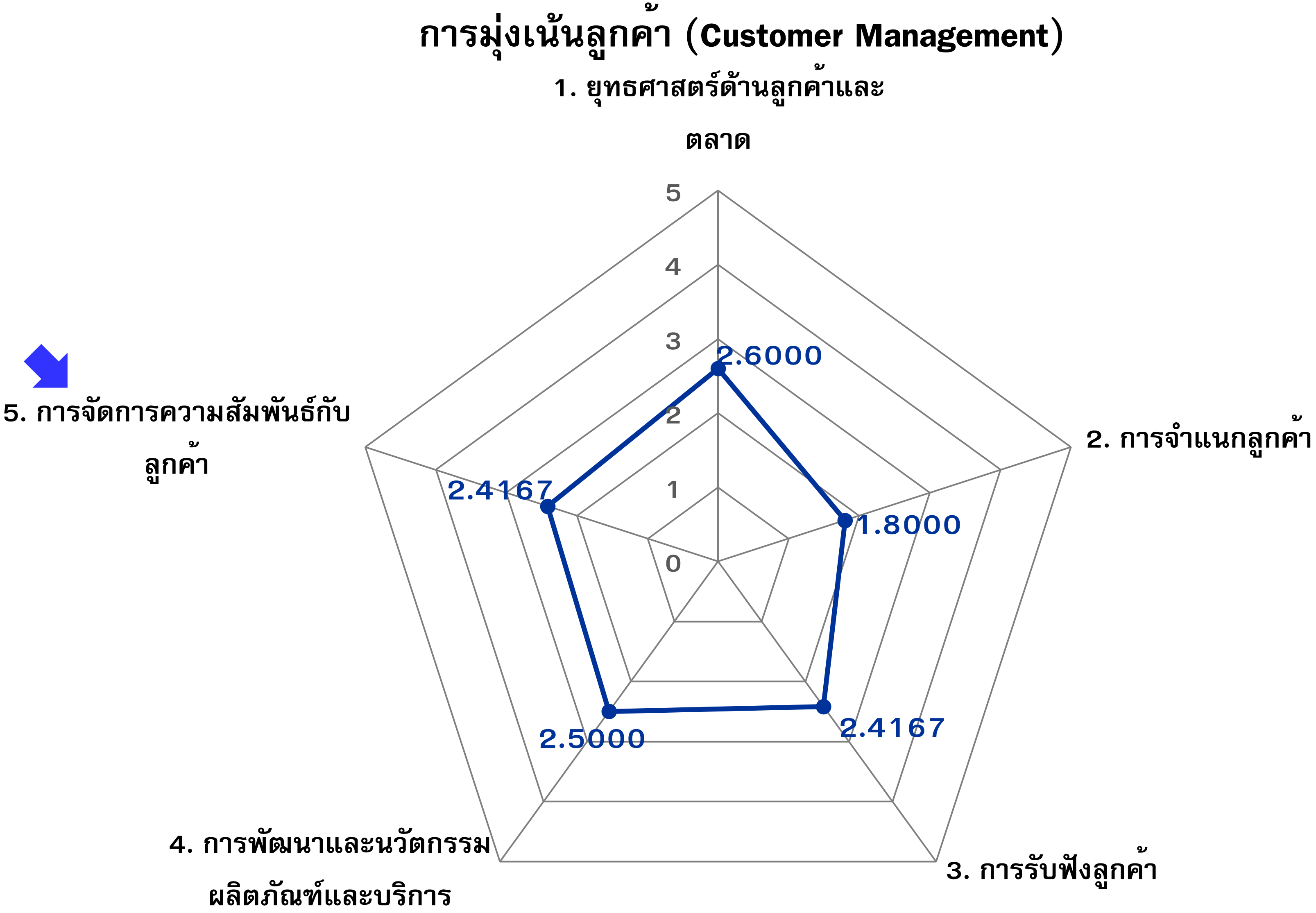
5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

5.1 การสนับสนุนลูกค้า

5.2 การสร้างความผูกพัน

5.3 การจัดการข้อร้องเรียน

กราฟสรุปผลการประเมิน ผลการดำเนินงานของการเคหะแห่งชาติ (กคช.)
ด้าน Core Business Enablers หัวข้อ “การมุ่งเน้นลูกค้า” ปี 2565



การจัดทำแนวทางพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

หัวข้อ	สรุปหัวข้อสำคัญ/แนวทางพัฒนาปรับปรุง
5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า : ระดับคะแนน 2.4167 คะแนน	
สรุปประเด็นสำคัญ: 1. กคช. มีการ • วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ และกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้าตลอดจนจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle)	**สรุปหัวข้อสำคัญ** • กำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า
• รวมถึงการจัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ที่สอดคล้องกับความต้องการความคาดหวังของลูกค้าครอบคลุมทั้งด้านการบริการสารสนเทศ การทำธุรกรรมหรือการขอรับบริการและการให้ข้อมูลป้อนกลับ	• จัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ ที่สอดคล้องกับความต้องการความคาดหวังการสนับสนุนที่สำคัญ 4 ด้าน คือ 1) การบริการสารสนเทศ 2) การทำธุรกรรม 3) การขอรับบริการ และ 4) การให้ข้อมูลป้อนกลับ
• และมีการจัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจหรือคณะอนุกรรมการที่ได้รับมอบหมาย	• กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ กคช.
• เผยแพร่กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ ให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการและบุคลากรภายในรัฐวิสาหกิจทราบ	• เผยแพร่กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ
• และมีการคัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อจัดการความสัมพันธ์	• คัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อจัดการความสัมพันธ์
• และวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าเป้าหมาย คู่แข่งคู่เทียบ เพื่อกำหนดแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	• วิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าเป้าหมาย คู่แข่งคู่เทียบ และกำหนดแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
• และสื่อสารให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ	• สื่อสารการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้หน่วยงานต่าง ๆ รับทราบ
• และมีการกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตามควบคุมการปฏิบัติงานตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	• กำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับ ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
• และมีการติดตามการดำเนินงานของแผนงาน/โครงการต่าง ๆ	• ติดตามการดำเนินงานของแผนงาน/โครงการ
• รวมถึงมีการกำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียน และนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรมีองค์ประกอบและมาตรฐานการปฏิบัติงาน ได้แก่ วัตถุประสงค์	• กำหนดช่องทางรับข้อร้องเรียน และกำหนดนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร

การจัดทำแนวทางพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

หัวข้อ	สรุปหัวข้อสำคัญ/แนวทางพัฒนาปรับปรุง
5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า : ระดับคะแนน 2.4167 คะแนน	
สรุปประเด็นสำคัญ: ขอบเขต นิยาม และข้อกำหนดที่สำคัญและมาตรฐานในการจัดการข้อร้องเรียนครอบคลุม การรับข้อร้องเรียน และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ร้องเรียน การตอบรับและการตอบกลับข้อร้องเรียน และการแก้ไขข้อร้องเรียน • และมีการเผยแพร่นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนทั้งภายในและภายนอกรัฐวิสาหกิจผ่านช่องทางที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม กคช. ควรมี • กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ และรายละเอียดการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ • และการกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการที่กำหนด • รวมถึงการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการสนับสนุนลูกค้าอย่างเหมาะสม • และควรมีแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม • และควรมีการวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเหมาะสม • รวมทั้งควรมีนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนที่มีรายละเอียดการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ • รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม	**สรุปหัวข้อสำคัญ** • เผยแพร่นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนทั้งภายในและภายนอก กคช. ผ่านช่องทางที่สำคัญ **แนวทางพัฒนาปรับปรุง** • เพิ่มเติมการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน • เพิ่มเติมการกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการที่กำหนด • เพิ่มเติมการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการสนับสนุนลูกค้าอย่างเหมาะสม • เพิ่มเติมการกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแนวทางการสนับสนุนลูกค้า • เพิ่มเติมการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเหมาะสม • เพิ่มเติมการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจน ในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน • เพิ่มเติมการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม

การจัดทำแนวทางพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

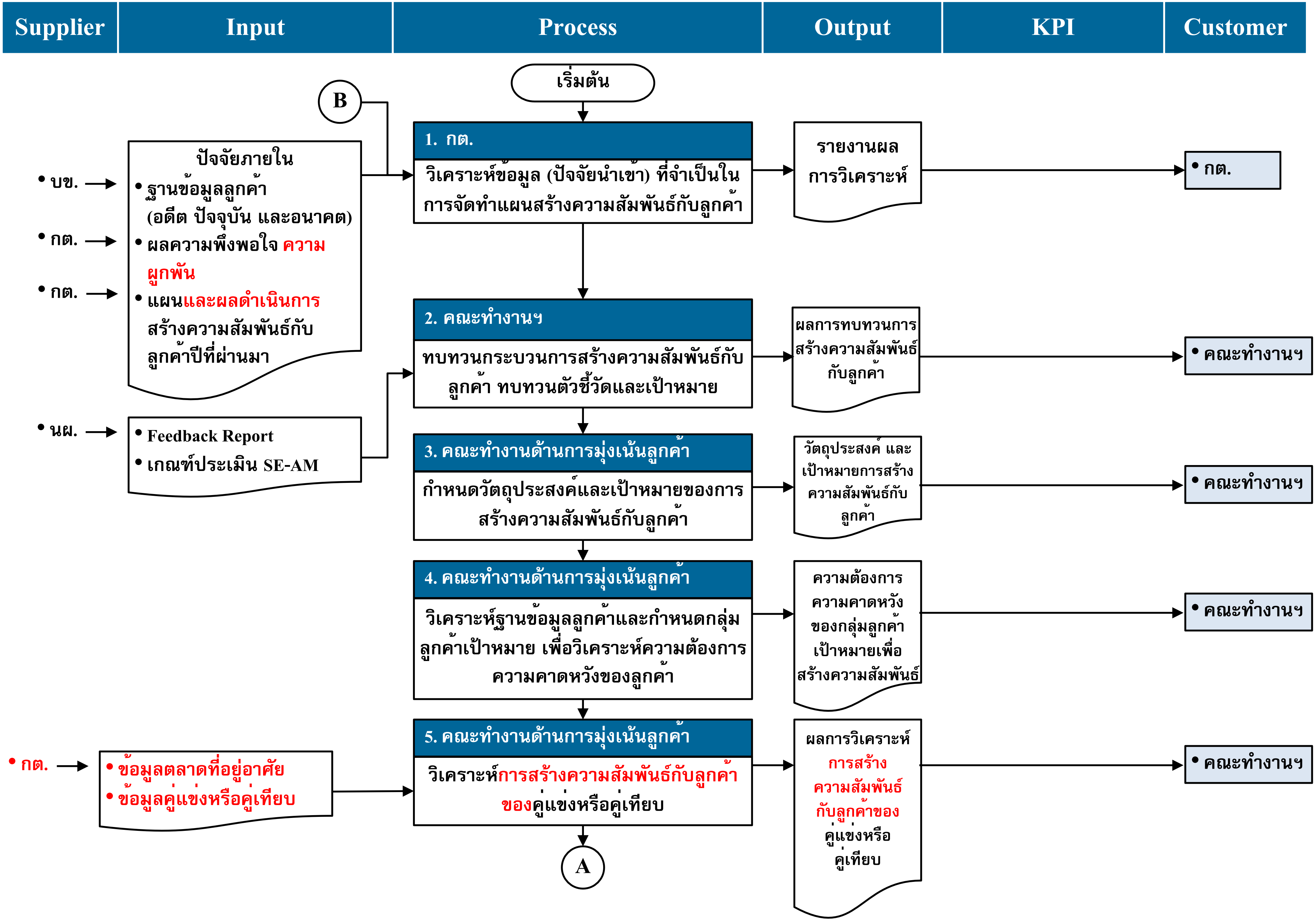
หัวข้อ	แนวทางพัฒนาปรับปรุง
5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า : ระดับคะแนน 2.4167 คะแนน	
สรุปข้อเสนอแนะด้านการมุ่งเน้นลูกค้า: 1. กคช. ควรมีการ • ถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ • รวมทั้งควรมีนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน ตลอดจนด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม	แนวทางพัฒนาปรับปรุง • เพิ่มเติมการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจน • เพิ่มเติมการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจน ในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน • เพิ่มเติมการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม

การจัดทำแนวทางพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

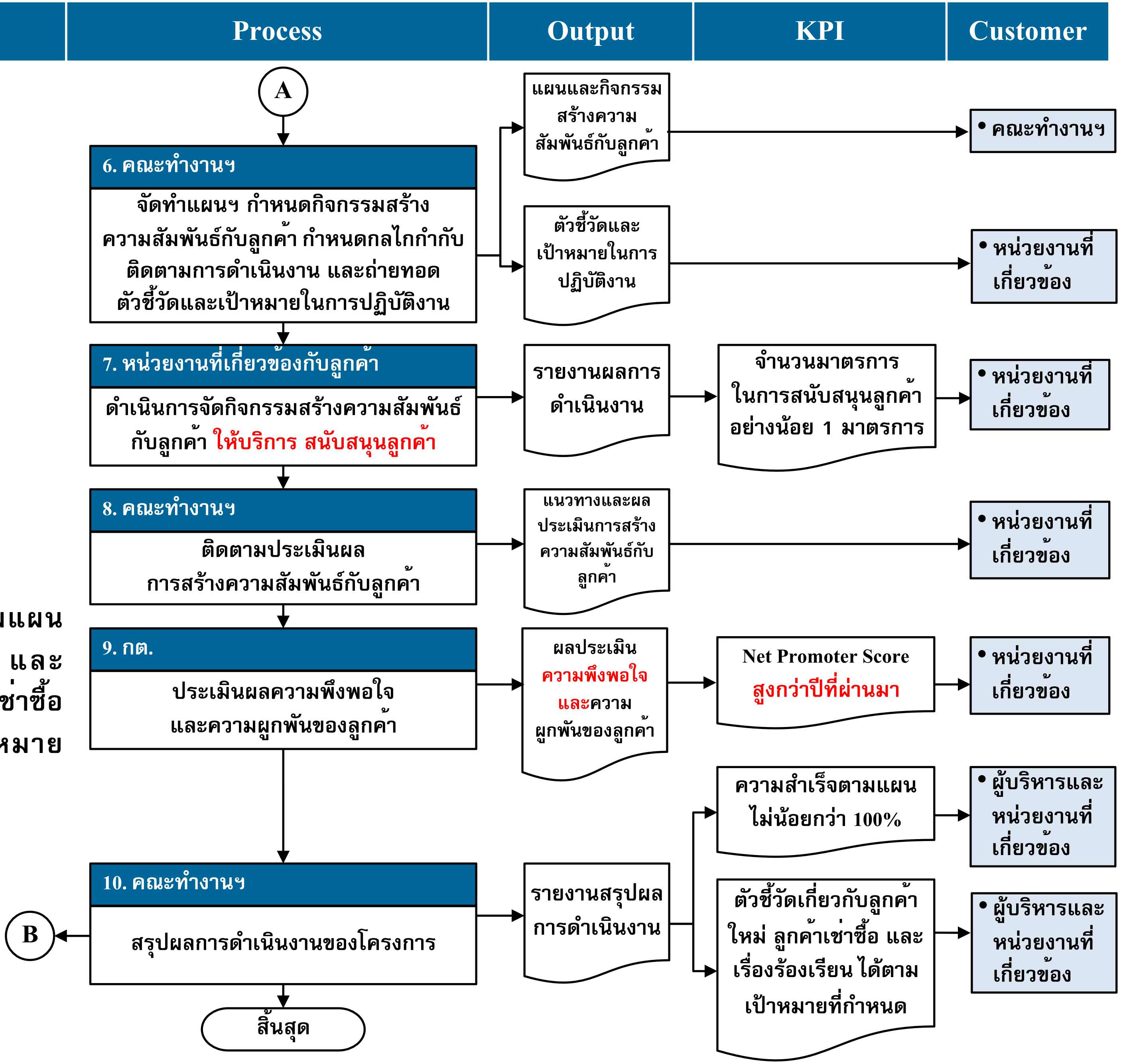
หัวข้อ	สรุปหัวข้อสำคัญ/แนวทางพัฒนาปรับปรุง
5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า : ระดับคะแนน 2.4167 คะแนน	
สรุปประเด็นสำคัญ: ขอบเขต นิยาม และข้อกำหนดที่สำคัญและมาตรฐานในการจัดการข้อร้องเรียนครอบคลุม การรับข้อร้องเรียน และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ร้องเรียน การตอบรับและการตอบกลับข้อร้องเรียน และการแก้ไขข้อร้องเรียน • และมีการเผยแพร่นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนทั้งภายในและภายนอกรัฐวิสาหกิจผ่านช่องทางที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม กคช. ควรมี • กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ และรายละเอียดการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ • และการกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการที่กำหนด • รวมถึงการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการสนับสนุนลูกค้าอย่างเหมาะสม • และควรมีแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม • และควรมีการวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเหมาะสม • รวมทั้งควรมีนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนที่มีรายละเอียดการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ • รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม	**สรุปหัวข้อสำคัญ** • เผยแพร่นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนทั้งภายในและภายนอก กคช. ผ่านช่องทางที่สำคัญ **แนวทางพัฒนาปรับปรุง** • เพิ่มเติมการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน • เพิ่มเติมการกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการที่กำหนด • เพิ่มเติมการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการสนับสนุนลูกค้าอย่างเหมาะสม • เพิ่มเติมการกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแนวทางการสนับสนุนลูกค้า • เพิ่มเติมการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเหมาะสม • เพิ่มเติมการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจน ในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน • เพิ่มเติมการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม

การทบทวนกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
ของการเคหะแห่งชาติ ปี 2566

กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของการเคหะแห่งชาติ ปี 2566



กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของการเคหะแห่งชาติ ปี 2566



ตัวชี้วัด: ระดับความสำเร็จตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และตัวชี้วัดเกี่ยวกับลูกค้าใหม่ ลูกค้าเช่าซื้อ และเรื่องร้องเรียน บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด

หมายเหตุ:
1. ตัวชี้วัดข้างต้น เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566
2. คณะทำงานฯ หมายถึง คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การกำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และวิเคราะห์เพื่อระบุกลุ่มลูกค้า ที่จะจัดการความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

การกำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและเป้าหมาย ของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2565

ปี	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายของตัวชี้วัด	ผลลัพธ์	ประเมินวัตถุประสงค์
2565	1. ได้ลูกค้าใหม่	• จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า)	5,621 ครัวเรือน	6,673 ครัวเรือน	สำเร็จ
	2. เพิ่มความผูกพันและให้ลูกค้ากล่าวถึงกคช. ในทางที่ดี	• Net Promoter Score	เป็น Baseline	ร้อยละ 13.24	สำเร็จ
	3. ลดการสูญเสียลูกค้า	• จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า	อย่างน้อย 1 มาตรการ	1 มาตรการ	สำเร็จ
	4. ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า	• จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า	อย่างน้อย 1 มาตรการ	3 มาตรการ	สำเร็จ
		• ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 18.5	ร้อยละ 31.3	สำเร็จ
		• จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ลดลง	ลดลงจาก ปีที่ผ่านมา	ปี 2564: 57 ปี 2565: 60 สรุป: เพิ่มขึ้น	ไม่สำเร็จ

สรุปผลการส่งมอบ ประจำปีงบประมาณ 2565

โครงการ	ผลดำเนินงานสะสม เดือน ตุลาคม 2564 – กันยายน 2565										
	แผน				ผล					สูง/ต่ำ	คิดเป็น (%) ของทั้งปี
	post	คบส.	เช่าซื้อ	รวม	post	คบส.	เช่าซื้อ	เช่า	รวม		
โครงการบ้านเอื้ออาทร	2,040	170	–	2,210	810	194	271	2,487	3,762	1,552	170.23%
โครงการเคหะชุมชน	118	–	18	136	24	5	100	41	170	34	125.00%
โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุดที่ 1 ปี 2557	644	156	71	871	168	247	200	–	615	(256)	70.61%
โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุดที่ 1 ปี 2558	619	147	81	847	395	71	127	–	593	(254)	70.01%
โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุดที่ 1 ปี 2559	510	175	12	697	463	297	60	–	820	123	117.65%
โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุดที่ 1 ปี 2560	513	145	8	666	527	116	70	–	713	47	107.06%
โครงการประชานิเวศน์ (TOD)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	
โครงการบ้านสวัสดิการข้าราชการ (เช่าซื้อ)	135	32	27	194	–	–	–	–	–	(194)	
โครงการบ้านเคหะกตัญญู (คลองหลวง)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	
รวมแผน	4,579	825	217	5,621	2,387	930	828	2,528	6,673	1,052	118.72%

เป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด = 5,621 ครัวเรือน

จำนวนครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อ = 930 + 828 = 1,758 ครัวเรือน

จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า) = **6,673 ครัวเรือน**

การคำนวณค่าผลลัพธ์ของตัวชี้วัด:

ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด = $\frac{\text{จำนวนครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อ} \times 100}{\text{จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด}}$ = $\frac{1{,}758 \times 100}{5{,}621}$ = **ร้อยละ 31.3**

สรุปค่า Net Promoter Score ปี 2565

จากรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง และความผูกพันของลูกค้าการเคหะแห่งชาติ ปี 2565 บทที่ 5 ผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง และความผูกพันกลุ่มลูกค้าปัจจุบันของการเคหะแห่งชาติ หัวข้อ 5.4.4 ค่า NPS ของการเคหะแห่งชาติ หน้า 5-29 มีข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับค่า Net Promoter Score หรือคำย่อคือ NPS ดังนี้

5.4.4 ค่า NPS ของการเคหะแห่งชาติ

ผลการศึกษาความภักดีด้วยค่า Net Promoter Score ต่อสำนักงานการเคหะแห่งชาติ พบว่า ระดับการยอมรับมีค่า NPS เท่ากับ 13.54 ระดับการแนะนำต่อ มีค่า NPS เท่ากับ 12.36 และระดับการบอกต่อ เท่ากับ 11.70 พิจารณาในภาพรวมของ NPS พบว่า มีค่าเท่ากับ 13.24 ตามลำดับ ทั้งนี้ พิจารณาจำแนกตามกลุ่มลูกค้าพบว่า กลุ่มลูกค้าเชิงสังคม กลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ และกลุ่มลูกค้าโครงการเช่า มีค่า NPS เท่ากับ 17.17 12.82 และ 9.95 ตามลำดับ แสดงข้อมูลตามตารางที่ 5-37

ตารางที่ 5-37 : แสดงข้อมูลระดับความภักดีต่อสำนักงานการเคหะแห่งชาติ

ความภักดี	ระดับความภักดี			
	เชิงสังคม	เชิงพาณิชย์	โครงการเช่า	รวม
1. การยอมรับ	17.74	14.09	12.71	13.54
2. การแนะนำ	16.19	8.47	5.76	12.36
3. การบอกต่อ	15.55	12.08	3.10	11.70
รวม	17.17	12.82	9.95	13.24

ค่า Net Promoter Score (NPS) = 13.24

จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ "ลดการสูญเสียลูกค้า"

ตารางสรุปอนุมัติมาตรการให้ความช่วยเหลือกรณีลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน และชะลอการฟ้องดำเนินคดี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ครั้งที่	บันทึกอนุมัติเลขที่	ผว. อนุมัติ	รายละเอียด	ระยะเวลาดำเนินการ
1	พม 5144/146 ลว. 4 มี.ค. 64	4 มี.ค. 64	1. ปรับโครงสร้างหนี้ลูกค้าโครงการบ้านเอื้ออาทรที่ถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน และลูกค้าที่ถูกซื้อคืนในระหว่างระยะเวลาของมาตรการโดยให้ทำสัญญาเช่าซื้อกับ กคช. โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้ 1.1 ลดค่าเสียหายตามสัญญาจะซื้อจะขายจากวันละ 100 บาท คงเหลือวันละ 50 บาท นับตั้งแต่วันที่ซื้อคืนถึงวันที่ทำสัญญาเช่าซื้อ และยกเว้นค่าธรรมเนียมต่อสัญญา (ถ้ามี) กรณีชำระค่าเสียหายวันละ 100 บาทมาแล้ว เมื่อปรับลดเหลือวันละ 50 บาท หากคำนวณแล้วมีส่วนเกินให้นำมาลดวงเงินทำสัญญาเช่าซื้อ 1.2 ปรับโครงสร้างหนี้โดยนำเงินต้นซื้อคืนรวมดอกเบี้ยซื้อคืน ค่าเสียหาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี ค่าอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมคำนวณเป็นเงินต้นเพื่อทำสัญญาเช่าซื้อ 1.3 อัตราดอกเบี้ย อัตราผ่อนชำระและระยะเวลาการทำสัญญาเช่าซื้อเป็นไปตามที่ ผว. อนุมัติไว้ ตามบันทึกที่ พม 5168/06 ลว.12 ม.ค. 64 (อัตราผ่อนชำระค่าเช่าซื้อต่อเดือน ปีที่ 1-30 โครงการที่อยู่อาศัยของ กคช.) 1.4 ยกเว้นการปฏิบัติตามประกาศการเคหะแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการเช่าซื้อโครงการการเคหะแห่งชาติ เนื่องจากเป็นการแก้ไขปัญหาบ้านว่างไม่พร้อมขาย ที่เกิดจากการซื้อคืนจากสถาบันการเงินฯ และลูกค้าไม่ออกจากอาคาร 1.5 มอบ คล. และ คจ. ชช.1-4 มีอำนาจอนุมัติทำสัญญาเช่าซื้อตามมาตรการนี้	-ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 64- 30 ก.ย. 64

จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า
เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ "ลดการสูญเสียลูกค้า"

ตารางสรุปอนุมัติมาตรการให้ความช่วยเหลือกรณีลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน และชะลอการฟ้องดำเนินคดี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ครั้งที่	บันทึกอนุมัติเลขที่	ผว. อนุมัติ	รายละเอียด	ระยะเวลาดำเนินการ
1	พม 5144/146 ลว. 4 มี.ค. 64	4 มี.ค. 64	1. ปรับโครงสร้างหนี้ลูกค้าโครงการบ้านเอื้ออาทรที่ถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน และลูกค้าที่ถูกซื้อคืนในระหว่างระยะเวลาของมาตรการโดยให้ทำสัญญาเช่าซื้อกับ กคช. โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้ (ต่อ) 1.6 ค่าธรรมเนียมการโอนกรรมสิทธิ์กำหนดให้เป็นไปตามสัญญาจะซื้อจะขายเดิม 1.7 ค่าธรรมเนียมการโอนสิทธิเช่าซื้อให้ปฏิบัติตามระเบียบการเคหะแห่งชาติ ฯ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562 2. อนุมัติให้ ชช.1-4 และ สน. ชะลอการฟ้องดำเนินคดีออกไปจนถึงวันที่ 31 พ.ค. 64 กรณีลูกค้าค้างค้างชำระให้ดำเนินการบอกเลิกสัญญาตามคู่มือการปฏิบัติงานตามปกติ	-ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 64- 30 ก.ย. 64
2	พม 5144/419 ลว. 23 ม.ย. 64	25 มิ.ย. 64	อนุมัติเพิ่มเติม : ขยายระยะเวลาชะลอการฟ้องดำเนินคดีลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเวิน ถึงวันที่ 30 พ.ย. 64 (เดิมถึงวันที่ 31 พ.ค. 64 ขยายเป็นถึงวันที่ 30 พ.ย. 64)	1 มิ.ย.-30 พ.ย. 64
3	พม 5144/603 ลว. 10 ก.ย. 64	14 ก.ย. 64	อนุมัติเพิ่มเติม : ขยายระยะเวลาปรับโครงสร้างหนี้กรณีลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน (หลักเกณฑ์เงื่อนไขตามเดิม)	ขยายระยะเวลามาตรการถึงวันที่ 30 ธ.ค. 64

จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า
เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ "ลดการสูญเสียลูกค้า"

ตารางสรุปอนุมัติมาตรการให้ความช่วยเหลือกรณีลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน และชะลอการฟ้องดำเนินคดี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ครั้งที่	บันทึกอนุมัติเลขที่	ผว. อนุมัติ	รายละเอียด	ระยะเวลาดำเนินการ
4	พม 5144/11 ลว. 7 ม.ค. 65	12 ม.ค. 65	อนุมัติปรับโครงสร้างหนี้ กรณีลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน ระยะ 2 โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขมาตรการ ดังนี้ 1. เป็นลูกค้าโครงการบ้านเอื้ออาทร โครงการเคหะชุมชน ที่ กคช. ซื้อคืนจากธนาคารตามภาระค้ำประกันและลูกค้ายังไม่คืนอาคารให้ กคช. 2. ลดค่าเสียหาย 50% จากวันละ 100 บาท คงเหลือวันละ 50 บาท นับตั้งแต่วันที่ซื้อคืนถึงวันที่ทำสัญญาเช่าซื้อและยกเว้นค่าธรรมเนียมการต่อสัญญา (ถ้ามี) 3. ปรับโครงสร้างหนี้ทำสัญญาเช่าซื้อกับ กคช. โดยนำเงินต้นซื้อคืน ดอกเบี้ยซื้อคืน ค่าเสียหาย ค่าจ้างทนายและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ถ้ามี) นำมารวมคำนวณเพื่อทำสัญญาเช่าซื้อกับ กคช. 4. อัตราดอกเบี้ยเช่าซื้อตามที่ ผว. อนุมัติปี 2565 5. ระยะเวลาสัญญาเช่าซื้อไม่เกิน 30 ปี เมื่อรวมกับอายุผู้ซื้อต้องไม่เกิน 70 ปี 6. การบอกเลิกสัญญาให้ปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงาน และชะลอการฟ้องดำเนินคดี สำหรับลูกค้าที่อาศัยอยู่ในอาคารและมีความประสงค์เข้าร่วมมาตรการปรับโครงสร้างหนี้ 7. กรณีผู้เช่าซื้อร่วม ผู้เช่าซื้อร่วมต้องเป็นบิดา มารดา พี่น้องร่วมบิดา-มารดา หรือสามีภริยาจดทะเบียนสมรสหรือไม่จดทะเบียนสมรส ใช้อายุผู้เช่าซื้อร่วมมาคำนวณระยะเวลาการผ่อนชำระ 8. โอนสิทธิ/รับสิทธิ ให้ปฏิบัติตามระเบียบการเคหะแห่งชาติ ฯ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562 และ<u>อำนาจการโอนสิทธิให้เป็นไปตามที่ ผว. อนุมัติ โดยให้โอนสิทธิได้ทันทียังไม่ต้องชำระหนี้ค้างให้เป็นปัจจุบัน และยกเว้นค่าธรรมเนียมการโอนสิทธิเฉพาะกรณีโอนให้บุตรหรือบุตรบุญธรรม</u>	1 ม.ค. 65 – 30 มิ.ย. 65

จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ "ลดการสูญเสียลูกค้า"

ตารางสรุปอนุมัติมาตรการให้ความช่วยเหลือกรณีลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน และชะลอการฟ้องดำเนินคดี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ครั้งที่	บันทึกอนุมัติเลขที่	ผว. อนุมัติ	รายละเอียด	ระยะเวลาดำเนินการ
5	พม 5144/444 ลว 22 มิ.ย. 65	5 ก.ค. 65	แก้ไข/เพิ่มเติมมาตรการ ดังนี้ 1. กรณีปรับโครงสร้างหนี้ ให้เรียกเก็บค่าเช่าซื้อล่วงหน้าไว้จำนวน 1งวด ในวันทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้ 2. ขยายระยะเวลาการทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้ลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินฯ ออกไปจนถึงวันที่ 29 ธันวาคม 2565 หลักเกณฑ์เงื่อนไขเป็นไปตามที่อนุมัติไว้เดิม โดยเพิ่มเติม ดังนี้ 1. มอบให้ คล. หรือ คจ. ฝ่าย ชบ. ชล. ชฉ. ชน. ชอ. ชต. ที่รับผิดชอบโครงการในพื้นที่ กรณีตำแหน่ง คจ. คจ. ไม่มีหรือว่างลง มอบให้ ผอก. ที่รับผิดชอบเป็นผู้มีอำนาจอนุมัติสัญญาเช่าซื้อ 2. กรณีการผ่อนชำระไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ มอบ ผอ. หรือ รอง ผอ. ฝ่าย ชบ. ชล. ชฉ. ชน. ชอ. ชต. มีอำนาจอนุมัติเป็นรายกรณีตามความเหมาะสม	ขยายเวลาสิ้นสุดถึงวันที่ 29 ธ.ค. 65

สรุป: จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ "ลดการสูญเสียลูกค้า" ประกอบด้วย 1 มาตรการ คือ 1) ปรับโครงสร้างหนี้ลูกค้าโครงการบ้านเอื้ออาทรที่ถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินตามภาระค้ำประกัน และลูกค้าที่ถูกซื้อคืนในระหว่างระยะเวลาของมาตรการโดยให้ทำสัญญาเช่าซื้อกับ กคช.

จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า
เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ “ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า”

ตารางสรุปอนุมัติมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกค้าเช่าซื้อปัจจุบัน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ครั้งที่	บันทึกอนุมัติเลขที่	ผว. อนุมัติ	รายละเอียด	ระยะเวลาดำเนินการ
1	พม 5144/284 ลว. 26 เม.ย. 64	27 เม.ย. 64	1. ลดอัตราดอกเบี้ยลูกค้าเช่าซื้อที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าร้อยละ 6.50 รวมทั้งลูกค้าที่จะมีอัตราสูงกว่าร้อยละ 6.50 ในปีต่อ ๆ ไป ให้เหลือร้อยละ 6.50 โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้ 1.1 ลูกค้าไม่มีหนี้ค้างชำระ ปรับลดอัตราดอกเบี้ยคงเหลือร้อยละ 6.50 ทุกประเภทสัญญา และให้นำเงินต้นคงเหลือรวมเป็นสัญญาเดียว กรณีสัญญาประนอมหนี้ หรือสัญญาแบบอื่นที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำร้อยละ 6.50 ให้คงอัตราดอกเบี้ยเดิม 1.2 ขยายระยะเวลาสัญญาเช่าซื้อรวมที่ผ่อนชำระมาแล้วเป็นไม่เกิน 30 ปี เมื่อรวมกับอายุผู้เช่าซื้อไม่เกิน 70 ปี กรณีอายุเกินให้ใช้อายุตามสัญญาเดิม ลูกค้าสามารถเลือกระยะเวลาการผ่อนชำระสั้นกว่าเกณฑ์ที่กำหนดได้ 1.3 ลดค่าปรับร้อยละ 85 ทุกประเภทสัญญา กรณีลูกค้าค้างชำระค่าเช่าซื้อเป็นปัจจุบันในวันมาทำสัญญาลดดอกเบี้ย 2. ปรับโครงสร้างหนี้ลูกค้าเช่าซื้อที่มีหนี้ค้างชำระทุกอัตราดอกเบี้ย โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้ 2.1 ลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระทั้งที่บอกเลิกสัญญาแล้ว หรือยังไม่บอกเลิกสัญญา หรือลูกค้าที่ค้างชำระงวดชำระครบ โดยยอดเงินปรับโครงสร้างหนี้ ได้แก่ เงินต้น คงเหลือ หนี้ค้างชำระ ค่าปรับ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี ค่าเสียหายอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมคำนวณทำสัญญาเช่าซื้อใหม่ กรณีมีเฉพาะสัญญาประนอมหนี้ให้ปรับโครงสร้างหนี้เป็นสัญญาประนอมหนี้เหมือนเดิม	-ลงทะเบียนเพื่อนัดนัดหมายวันทำสัญญาเช่าซื้อ 1 มิ.ย.-30 พ.ย. 64 -เริ่มทำสัญญาเช่าซื้อตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค.-30 ธ.ค. 64

จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า
เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ "ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า"

ตารางสรุปอนุมัติมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกค้าเช่าซื้อปัจจุบัน
ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ครั้งที่	บันทึกอนุมัติเลขที่	ผว. อนุมัติ	รายละเอียด	ระยะเวลาดำเนินการ
1	พม 5144/284 ลว. 26 เม.ย. 64	27 เม.ย. 64	2. ปรับโครงสร้างหนี้ลูกค้าเช่าซื้อที่มีหนี้ค้างชำระทุกอัตราดอกเบี้ย โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้ (ต่อ) 2.2 ลดอัตราดอกเบี้ยคงเหลือร้อยละ 6.50 ทุกประเภทสัญญา กรณีอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 6.50 ให้คงอัตราดอกเบี้ยเดิม กรณีมีสัญญาประนอมหนี้/สัญญาแนบอื่น ๆ ให้ปรับโครงสร้างหนี้เป็นสัญญาเดียว กรณีสัญญาใดมีอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 6.50 ให้คงอัตราดอกเบี้ยเดิม 2.3 ขยายระยะเวลาสัญญาเช่าซื้อรวมที่ผ่อนชำระมาแล้วเป็นไม่เกิน 30 ปี เมื่อรวมกับอายุผู้เช่าซื้อไม่เกิน 70 ปี กรณีอายุเกินให้ใช้อายุตามสัญญาเดิม ลูกค้าสามารถเลือกระยะเวลาการผ่อนชำระสั้นกว่าเกณฑ์ที่กำหนดได้ 2.4 ลดค่าปรับร้อยละ 85 ทุกประเภทสัญญา กรณีค้างชำระงวดเงินสดครบ คำนวณค่าปรับจากงวดชำระเงินสดครบ และยกเว้นค่าธรรมเนียมในการต่อสัญญา 3. ให้ส่วนลดค่างวดเช่าซื้อ จำนวน 1,000 บาท โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้ 3.1 ให้ส่วนลดลูกค้าเช่าซื้อที่มีอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 6.50 และไม่มีหนี้ค้างชำระ ณ วันที่ 31 พ.ค. 64 และทำสัญญาเช่าซื้อก่อนวันที่ 1 พ.ค. 64 3.2 ได้รับส่วนลดค่าเช่าซื้อ จำนวน 1,000 บาท เพียงครั้งเดียว โดย กคช.จะให้ส่วนลดอัตโนมัติในเดือน ก.ค. 64 กรณีค่าเช่าซื้อไม่ถึง 1,000 บาท ให้ส่วนลดเท่ากับค่างวดในเดือน ก.ค. 64	-ลงทะเบียนเพื่อนัดนัดหมายวันทำสัญญาเช่าซื้อ 1 มิ.ย.-30 พ.ย. 64 -เริ่มทำสัญญาเช่าซื้อ ตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค.-30 ธ.ค. 64

จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า
เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ “ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า”

ตารางสรุปอนุมัติมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกค้าเช่าซื้อปัจจุบัน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ครั้งที่	บันทึกอนุมัติเลขที่	ผว. อนุมัติ	รายละเอียด	ระยะเวลาดำเนินการ
2	พม 5144/436 ลว. 2 ก.ค. 64	2 ก.ค. 64	อนุมัติหลักเกณฑ์เงื่อนไขเพิ่มเติม : กรณีขยายระยะเวลาสัญญาเช่าซื้อรวมกับที่ผ่อนชำระมาแล้วเป็นไม่เกิน 30 ปี เมื่อรวมกับอายุผู้เช่าซื้อไม่เกิน 70 ปี แต่พบว่าผู้เช่าซื้อปัจจุบันมีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากกว่า 2,000 ราย เมื่อเข้าร่วมมาตรการแล้วเหลือเวลาผ่อนเพียง 10 ปี ดังนั้น จึงขออนุมัติเพิ่มเติม ดังนี้ 1. ให้เพิ่มผู้เช่าซื้อร่วมได้และใช้อายุผู้เช่าซื้อร่วมมาคำนวณระยะเวลาการผ่อนชำระ โดยไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียม 2. กำหนดให้ผู้เช่าซื้อร่วมต้องเป็นบิดามารดา พี่น้องร่วมบิดามารดา บุตร บุตรบุญธรรม หรือสามีภริยาจดทะเบียนสมรสหรือไม่จดทะเบียนสมรส 3. ให้โอนสิทธิรับสิทธิได้โดยไม่ต้องชำระหนี้ค้างให้เป็นปัจจุบัน ภายหลังรับสิทธิแล้วให้สามารถนำหนี้ค้างชำระมารวมเพื่อคำนวณปรับโครงสร้างหนี้ตามมาตรการที่ 2 ได้	ตั้งแต่ 1 ก.ค. 64 เป็นต้นไป
3	พม 5144/812 ลว. 3 ธ.ค. 64	3 ธ.ค. 64	แก้ไข/เพิ่มเติมมาตรการ : สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ผ่อนคลายลง 1. อนุมัติให้ลูกค้าที่เข้าเกณฑ์ตามมาตรการที่ 1 และ 2 สามารถ Walk in ได้โดยไม่ต้องลงทะเบียนเพื่อนัดทำสัญญา 2. สามารถ Walk in เพื่อทำสัญญาได้ถึงวันที่ 30 ธ.ค. 64	1 – 30 ธ.ค. 64

จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า
เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ "ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า"

ตารางสรุปอนุมัติมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกค้าเช่าซื้อปัจจุบัน
ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ครั้งที่	บันทึกอนุมัติเลขที่	ผว. อนุมัติ	รายละเอียด	ระยะเวลาดำเนินการ
4	พม 5144/444 ลว 22 มิ.ย. 65	5 ก.ค. 65	แก้ไข/เพิ่มเติมมาตรการ ดังนี้ 1. ขยายระยะเวลามาตรการช่วยเหลือลูกค้าเช่าซื้อปัจจุบันในช่วงสถานการณ์ฯ ออกไปจนถึงวันที่ 29 ธันวาคม 2565 โดยมีหลักเกณฑ์เงื่อนไขเป็นไปตามที่อนุมัติไว้เดิม เพิ่มเติม ดังนี้ 1.1 ปรับโครงสร้างหนี้ ให้เรียกเก็บเงินค่าเช่าซื้อล่วงหน้าไว้จำนวน 1 งวด ในวันทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้ 1.2 กรณีการผ่อนชำระไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ มอบ ผอ.หรือ รอง ผอ.ฝ่าย ชบ. ชล. ชฉ. ชน. ชอ. ชต. มีอำนาจอนุมัติเป็นรายกรณีตามความเหมาะสม 2. ขยายระยะเวลาการทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้ลูกค้าถูกซื้อคืนจากสถาบันการเงินฯ ออกไปจนถึงวันที่ 29 ธันวาคม 2565 หลักเกณฑ์เงื่อนไขเป็นไปตามที่อนุมัติไว้เดิม โดยเพิ่มเติม ดังนี้ 2.1 มอบให้ คล. หรือ คจ. ฝ่าย ชบ. ชล. ชฉ. ชน. ชอ. ชต. ที่รับผิดชอบโครงการในพื้นที่ กรณีตำแหน่ง คจ. คจ. ไม่มีหรือว่างลง มอบให้ ผอก. ที่รับผิดชอบเป็นผู้มีอำนาจอนุมัติสัญญาเช่าซื้อ 2.2 กรณีการผ่อนชำระไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ มอบ ผอ. หรือ รอง ผอ.ฝ่าย ชบ. ชล. ชฉ. ชน. ชอ. ชต. มีอำนาจอนุมัติเป็นรายกรณีตามความเหมาะสม	-ขยายเวลาสิ้นสุดถึงวันที่ 29 ธ.ค. 65

สรุป: จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า ประกอบด้วย 3 มาตรการ คือ 1) ลดอัตราดอกเบี้ยลูกค้าเช่าซื้อที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าร้อยละ 6.50 รวมทั้งลูกค้าที่จะมีอัตราสูงกว่าร้อยละ 6.50 ในปีต่อ ๆ ไป ให้เหลือร้อยละ 6.50 2) ปรับโครงสร้างหนี้ลูกค้าเช่าซื้อที่มีหนี้ค้างชำระทุกอัตราดอกเบี้ย และ 3) ให้ส่วนลดค่างวดเช่าซื้อ จำนวน 1,000 บาท

ผลการดำเนินการตามมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า:

สรุปรายงานลูกค้าเข้ามาตรการเยียวยา ลูกค้า กคช. ข้อมูล ณ วันที่ 2 กันยายน 2565

ประเภทโครงการ	หน่วยงาน	จำนวนลูกค้าที่เข้าเกณฑ์ มาตรการ 1 และ 2		มาตรการที่ 1 ปรับลดดอกเบี้ย		มาตรการที่ 2 รายที่มีหนี้ค้างทุกอัตราดอกเบี้ย ปรับโครงสร้างหนี้			
				รายที่เข้าเกณฑ์ มาตรการที่ 1	ทำสัญญาปรับ ลดดอกเบี้ย	รายที่เข้าเกณฑ์มาตรการที่ 2		ทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้	
		ราย	หนี้ค้างชำระ	ราย	ราย	ราย	หนี้ค้างชำระ	ราย	หนี้ค้างชำระ
เคหะชุมชน	1001	923	3,899,885	656	203	267	3,899,885	132	1,563,975
	1002	291	3,191,479	156	47	135	3,191,479	74	993,281
	1003	86	535,451	54	9	32	535,451	9	366,626
	1004	341	938,472	201	31	140	938,472	42	601,696
เคหะชุมชน ผลรวม		**1,641**	**8,565,288**	**1,067**	**290**	**574**	**8,565,288**	**257**	**3,525,578**
บ้านเอื้ออาทร	1001	2,697	13,487,486	1,529	496	1,168	13,487,486	629	7,545,278
	1002	3,823	27,275,130	2,113	727	1,710	27,275,130	1,056	18,401,758
	1003	1,778	10,913,580	969	405	809	10,913,580	435	6,187,529
	1004	3,078	16,736,411	1,735	668	1,343	16,736,411	736	9,458,054
บ้านเอื้ออาทร ผลรวม		**11,376**	**68,412,608**	**6,346**	**2,296**	**5,030**	**68,412,608**	**2,856**	**41,592,619**
Pack 1	1001	692	4,740,343	394	180	298	4,740,343	135	2,126,768
	1002	297	1,947,749	178	58	119	1,947,749	56	1,306,034
	1003	569	3,859,228	359	110	210	3,859,228	99	2,270,404
	1004	587	2,675,782	413	191	174	2,675,782	91	1,668,731
Pack 1 ผลรวม		**2,145**	**13,223,103**	**1,344**	**539**	**801**	**13,223,103**	**381**	**7,371,936**
คบส.	1001	4	6,900	3		1	6,900		
	1002	2	12,440			2	12,440		
	1003	9	44,039	3		6	44,039		
	1004	9	17,340	4		5	17,340		
คบส. ผลรวม		**24**	**80,719**	**10**		**14**	**80,719**		
รวมทั้งหมด		**15,186**	**90,281,718**	**8,767**	**3,125**	**6,419**	**90,281,718**	**3,494**	**52,490,133**

หมายเหตุ ลูกหนี้ทำสัญญาปรับลดดอกเบี้ยตามมาตรการที่ 1 และลูกหนี้ทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้ตามมาตรการที่ 2 ในตารางเริ่ม 1 ตุลาคม 2564

- ลูกหนี้ทำสัญญาตามมาตรการที่ 1 ตั้งแต่ กรกฎาคม - กันยายน 2564 จำนวน 4,322 ราย
- ลูกหนี้ทำสัญญาตามมาตรการที่ 2 ตั้งแต่ กรกฎาคม - กันยายน 2564 จำนวน 9,278 ราย
- เป็นลูกค้าที่ได้รับ 1,000 บาท ตามมาตรการที่ 3 จำนวน 1530 ราย
- เป็นลูกค้าที่ขายใหม่ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564 จำนวน 2413 ราย
- ลูกหนี้ครบ 5 ปี ไม่ต่อสัญญา จำนวน 529 ราย

การกำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายของตัวชี้วัด ปี 2566	ความสอดคล้องเชื่อมโยง
1. ได้ลูกค้าใหม่	• จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า)	8,066 ครัวเรือน	สอดคล้องกับความต้องการตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า โดยมุ่งเปลี่ยนจากลูกค้าในอนาคต เป็นลูกค้าปัจจุบัน
	• จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า	อย่างน้อย 1 มาตรการ	สอดคล้องกับความต้องการตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า โดยมุ่งรักษาลูกค้าปัจจุบัน และขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมทั้งสนับสนุนลูกค้าในอดีตให้กลับมาเป็นลูกค้าของ กคช.
2. เพิ่มความผูกพันและให้ลูกค้ากล่าวถึงกคช. ในทางที่ดี	• Net Promoter Score	สูงกว่าปีที่ผ่านมา	สอดคล้องกับความต้องการตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า โดยมุ่งให้ลูกค้าปัจจุบัน มีความผูกพันด้านการยอมรับ การแนะนำ และบอกต่อ
3. ลดการสูญเสียลูกค้า	• จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า	อย่างน้อย 1 มาตรการ	สอดคล้องกับความต้องการตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า โดยมุ่งรักษาลูกค้าปัจจุบัน และขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมทั้งสนับสนุนลูกค้าในอดีตให้กลับมาเป็นลูกค้าของ กคช.
4. ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า	• จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า	อย่างน้อย 1 มาตรการ	สอดคล้องกับความต้องการตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า โดยมุ่งรักษาลูกค้าปัจจุบัน และขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมทั้งสนับสนุนลูกค้าในอดีตให้กลับมาเป็นลูกค้าของ กคช.
	• ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 35	เชื่อมโยงกับการสนับสนุนด้านการเงินเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ามีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น เป็นการทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า
	• ร้อยละของข้อร้องเรียนที่สามารถชี้แจงลูกค้าได้ตาม SLA (3 วัน)	ร้อยละ 100	เชื่อมโยงกับการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อแก้ไขปัญหาตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดีของ กคช.

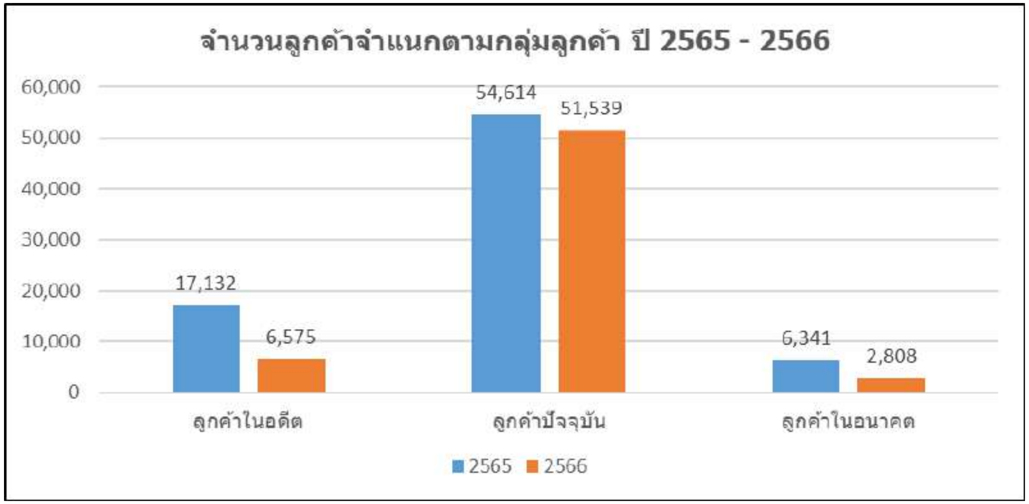
การวิเคราะห์เพื่อระบุกลุ่มลูกค้า
ที่จะจัดการความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อระบุกลุ่มลูกค้า ที่จะจัดการความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม ปี 2566

จำนวนลูกค้าจำแนกตามกลุ่มลูกค้าและประเภทโครงการ ปี 2565 – 2566

กลุ่มลูกค้า	2565	2566	รวม
ลูกค้าในอดีต	**17,132**	**6,575**	**23,707**
- เช่า			
• โครงการอาคารเช่า	13,066	6,151	**19,217**
• โครงการเพื่อขาย (นำมาให้เช่า)	1,550	151	**1,701**
- เชิงสังคม	2,441	262	**2,703**
- เชิงพาณิชย์	75	11	**86**
ลูกค้าปัจจุบัน	**54,614**	**51,539**	**106,153**
- เช่า			
• โครงการอาคารเช่า	45,000	44,704	**89,704**
• โครงการเพื่อขาย (นำมาให้เช่า)	3,700	4,112	**7,812**
- เชิงสังคม	5,759	2,608	**8,367**
- เชิงพาณิชย์	155	115	**270**
ลูกค้าในอนาคต	**6,341**	**2,808**	**9,149**
- ผู้จองในระบบลงทะเบียนผู้สนใจอาคารเช่า	423	152	**575**
- เชิงสังคม	5,763	2,534	**8,297**
- เชิงพาณิชย์	155	122	**277**
รวม	**78,087**	**60,922**	**139,009**

จำนวนลูกค้าจำแนกตามกลุ่มลูกค้า ปี 2565 – 2566



หมายเหตุ: ปี 2565 เป็นข้อมูลตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565
ปี 2566 เป็นข้อมูลตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2565 – 31 มีนาคม 2566

จากการวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้าของ กคช. ปี 2565 – 2566 (เริ่มตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564 ถึง 31 มีนาคม 2566) พบว่า จำนวนลูกค้าในทุกประเภทโครงการรวมกัน ตามตารางข้างต้น ลดลงจาก 78,087 รายในปี 2565 เป็น 60,922 รายในปี 2566 โดยเมื่อจำแนกข้อมูลลูกค้าตามกลุ่มลูกค้า คือ 1) ลูกค้าในอดีต 2) ลูกค้าปัจจุบัน และ 3) ลูกค้าในอนาคต พิจารณาแยกตามกลุ่มลูกค้า พบว่า ลูกค้าในอดีต ลดลงจาก 17,132 รายในปี 2565 เหลือ 6,575 รายในปี 2566 สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ “ลดการสูญเสียลูกค้า” ส่วนลูกค้าปัจจุบัน ลดลงจาก 54,614 รายในปี 2565 เป็น 51,539 รายในปี 2566 จึงจำเป็นต้องดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ “เพิ่มความผูกพันและให้ลูกค้ากล่าวถึงกคช. ในทางที่ดี” และ “ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า” และลูกค้าในอนาคต ลดลงจาก 6,341 รายในปี 2565 เป็น 2,808 รายในปี 2566 จึงจำเป็นต้องดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ “ได้ลูกค้าใหม่” โดยที่ กคช. ต้องมุ่งเน้นที่จะเปลี่ยน “ลูกค้ามุ่งหวัง” ให้เป็น ลูกค้าในอนาคต และเปลี่ยนให้เป็น ลูกค้าปัจจุบัน ของ กคช.

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า จากการวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้า ควรกำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะจัดการความสัมพันธ์ โดยพิจารณาถึงกลุ่มลูกค้า ทั้ง 4 กลุ่ม คือ 1) ลูกค้ามุ่งหวัง 2) ลูกค้าในอนาคต 3) ลูกค้าปัจจุบัน และ 4) ลูกค้าในอดีต

การวิเคราะห์เพื่อระบุกลุ่มลูกค้า ที่จะจัดการความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม ปี 2565

วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายของตัวชี้วัด ปี 2565	กลุ่มลูกค้าที่จะจัดการความสัมพันธ์
1. ได้ลูกค้าใหม่	• จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า)	8,066 ครัวเรือน	ลูกค้ามุ่งหวัง และ ลูกค้าในอนาคต
	• จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า	อย่างน้อย 1 มาตรการ	
2. เพิ่มความผูกพันและให้ลูกค้ากล่าวถึงกคช. ในทางที่ดี	• Net Promoter Score	สูงกว่าปีที่ผ่านมา	ลูกค้าปัจจุบัน
3. ลดการสูญเสียลูกค้า	• จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า	อย่างน้อย 1 มาตรการ	ลูกค้าปัจจุบัน และ ลูกค้าในอดีต
4. ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า	• จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า	อย่างน้อย 1 มาตรการ	ลูกค้าปัจจุบัน
	• ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 35	
	• ร้อยละของข้อร้องเรียนที่สามารถชี้แจงลูกค้าได้ตาม SLA (3 วัน)	ร้อยละ 100	

การวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์ และวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ ปี 2566

การวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวัง ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์

การวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวัง
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์ ปี 2566

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ความต้องการและความคาดหวัง	ผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง
1. ลูกค้ามุ่งหวัง	อาคารเพื่อขาย: **Product & Location:** • เดินทางสะดวก ใกล้ที่ทำงาน แหล่งชุมชน โรงเรียน โรงพยาบาล • แบบบ้านสวยงาม ทันสมัย พื้นที่ใช้สอย ตอบโจทย์การใช้งานและการใช้ชีวิต ผังโครงการ จัดวางดี เป็นส่วนตัว • คุณภาพการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง ดูดี แข็งแรงทนทาน • พื้นที่ส่วนกลางในโครงการ ใช้ประโยชน์ได้มาก **Price:** • มีหลายระดับราคาให้เลือก อัตราค่าส่วนกลางที่คุ้มค่า **Place:** • มีช่องทางจอง และทำสัญญา ที่สะดวก รวดเร็ว **Promotion:** • โปรโมชั่น ลด-แลก-แจก-แถม ที่ดึงดูดใจ **People:** • พนักงานมีความรู้ความสามารถ บุคลิกดี สุภาพ ดูแลเอาใจใส่ ช่วยเหลือลูกค้า **Physical Evidence:** • การออกแบบสถานที่ให้บริการ รวมทั้งขั้นตอนต่าง ๆ ที่ลูกค้าสัมผัสกับบริการ ที่สร้างประสบการณ์ที่ดี **Process:** • ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ภายในโครงการ • การดูแลพื้นที่ส่วนกลางและความสะอาดภายในโครงการ • การพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน	1. ลูกค้ามุ่งหวัง อาคารเพื่อขาย : ต้องการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ที่ถูกต้อง ครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ โดยพิจารณาจากหลากหลายปัจจัย คือ ทำเลดี แบบบ้านสวย คุณภาพการก่อสร้างและวัสดุ มีมาตรฐาน พื้นที่ส่วนกลาง ใช้ประโยชน์ได้มาก มีหลายระดับราคาให้เลือก ค่าส่วนกลางคุ้มค่า จองและทำสัญญาได้สะดวก โปรโมชั่นดึงดูดใจ พนักงานให้บริการดี สถานที่และขั้นตอนให้บริการ ประทับใจ มีบริการหลังการขายที่ดี ชุมชนน่าอยู่อาศัย

การวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวัง ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์ ปี 2566

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ความต้องการและความคาดหวัง	ผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง
1. ลูกค้ามุ่งหวัง	อาคารเช่า: • ทำเลที่ตั้งโครงการ สะดวกต่อการเดินทาง ใกล้ที่ทำงาน ใกล้ตลาด มีความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้ เตียง ตู้เย็น อินเตอร์เน็ต ฯลฯ มีที่จอดรถ สภาพแวดล้อมน่าอยู่ มีที่ออกกำลังกาย • ขนาดพื้นที่ใช้สอย ที่มากกว่าภาคเอกชน • อัตราค่าเช่า ที่ถูกกว่าภาคเอกชน เงินประกันน้อย ค่าไฟฟ้า ค่าประปา ไม่แพง มีโปรโมชั่น เช่น โปรโมชั่นสำหรับชั้น 1-4 ค่าเช่าเดือนละ 1,500 บาท/เดือน ชั้น 5 ค่าเช่าเดือนละ 1,200 บาท/เดือน เป็นต้น • มีช่องทางชำระเงินทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ ที่สะดวกรวดเร็ว • มีเจ้าหน้าที่ให้บริการรักษาความปลอดภัย และซ่อมแซม ตลอด 24 ชั่วโมง • ค้นหาข้อมูลโครงการอาคารเช่าที่ต้องการ จากหลายแหล่ง เช่น ติดต่อสอบถามด้วยตนเอง ณ สำนักงานสาขาที่ดูแลโครงการ/สำนักงานใหญ่ ป้ายหน้าโครงการ ค้นหาผ่านทางอินเตอร์เน็ต สอบถามจากเพื่อน/คนรู้จัก เพื่อนแนะนำ วิทยุชุมชน สื่อโซเชียล ฯลฯ โดยต้องการข้อมูลโครงการที่ถูกต้อง ครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว	1. ลูกค้ามุ่งหวัง อาคารเช่า : ต้องการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ที่ถูกต้อง ครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ใช้สอย อัตราค่าเช่า เงื่อนไขการเช่า สิ่งอำนวยความสะดวกในและนอกห้องพัก ระบบรักษาความปลอดภัย การซ่อมแซม รวมทั้งการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวัง ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์ ปี 2566

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ความต้องการและความคาดหวัง	ผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง
2. ลูกค้าในอนาคต	• หลังจากที่ลูกค้ามุ่งหวัง ลงชื่อแจ้งความประสงค์ขอซื้อ/เช่าโครงการแล้ว ลูกค้าต้องการทราบว่า ทำเลที่ต้องการ มีหรือไม่? ถ้ามีทำเลที่ต้องการ มีบ้านให้ซื้อ/เช่า หรือไม่ และมีสถาบันการเงินรองรับในการพิจารณาให้สินเชื่อกับลูกค้าหรือไม่? ถ้ามี มีสถาบันการเงินใดบ้าง และอัตราดอกเบี้ยกับค่างวด และเงื่อนไขเป็นอย่างไร? • ต้องการรู้ว่าจะเยี่ยมชมโครงการ หรือห้องที่จะเช่า ได้หรือไม่ • เจ้าหน้าที่ แจ้งกับลูกค้า เพื่อเตรียมเอกสารต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายก่อนทำสัญญา ตามที่ กคช. กำหนด รวมทั้งให้บริการอำนวยความสะดวกในการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญา เช่น รายการเอกสารที่ต้องใช้ ถ่ายเอกสาร ติดตามเอกสารที่ยังไม่ครบถ้วน เงื่อนไขในสัญญา เป็นต้น • ต้องการคำปรึกษาและข้อมูลเพิ่มเติม เช่น มีโปรโมชั่นพิเศษอะไร ระเบียบการพักอาศัย อัตราดอกเบี้ยและสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อ วงเงินสูง ดอกเบี้ยต่ำ เงื่อนไขดี อนุมัติเร็วทำเช่าซื้อได้ไหม ค่าใช้จ่ายการโอนเท่าไร มีค่าส่วนกลางหรือไม่ ถ้ามีต้องจ่ายค่าส่วนกลางเดือนละเท่าไร มิเตอร์ประปา/ไฟฟ้า ติดตั้งให้พร้อมใช่หรือไม่ กคช. ปรับปรุง/ซ่อมแซมก่อนเข้าอยู่อาศัยหรือไม่ เข้าอยู่ได้เมื่อไร เป็นต้น	2. ลูกค้าในอนาคต ต้องการทราบว่าทำเลและโครงการที่ต้องการ มีหรือไม่ รวมทั้งมีสถาบันการเงินให้สินเชื่อหรือไม่ เงื่อนไขเป็นอย่างไร

การวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวัง ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์ ปี 2566

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ความต้องการและความคาดหวัง	ผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง
3. ลูกค้าปัจจุบัน	หลังจากลูกค้าในอนาคต ตัดสินใจซื้อ/เช่าโครงการและทำสัญญาเรียบร้อยแล้ว กลุ่มลูกค้าดังกล่าว มีความต้องการและความคาดหวัง กระบวนการให้บริการนับตั้งแต่ขั้นตอนการทำสัญญา แจ้งซ่อม ผ่อนชำระค่างวด/ค่าเช่า รับมอบอาคาร เข้าอยู่อาศัยในโครงการ จนกระทั่งแนะนำบอกต่อ เป็นดังนี้ • การทำสัญญา/ต่อสัญญา มีขั้นตอนน้อย ทำสัญญาได้รวดเร็ว บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) • ตัวแทนขายหรือพนักงานของ กคช. มีความรู้ความสามารถ ให้บริการดี • การแจ้งซ่อม แจ้งซ่อมได้สะดวก รวดเร็ว ซ่อมแล้วเสร็จในกำหนดเวลา • การผ่อนชำระค่างวด/ค่าเช่า มีระบบแจ้งเตือนให้ชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า (เฉพาะกรณีเป็นลูกค้าที่ต้องชำระเงินค่างวด/ค่าเช่ากับ กคช.) และมีช่องทางรับชำระเงินค่าหลากหลาย • โครงการมีพื้นที่สีเขียวเป็นธรรมชาติ สภาพแวดล้อมดี บรรยากาศน่าอยู่ • มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สวนสาธารณะ ราวจับในห้องน้ำ ทางลาดสำหรับขึ้น – ลง เป็นต้น • มีการบริหาร/พัฒนาชุมชนให้น่าอยู่ • มีการบริหาร/พัฒนาชุมชน ให้บ้านมีมูลค่าเพิ่ม • มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	3. ลูกค้าปัจจุบัน ต้องการคุณภาพการให้บริการนับตั้งแต่ขั้นตอนการทำสัญญา แจ้งซ่อม ผ่อนชำระค่างวด/ค่าเช่า รับมอบอาคาร/ห้องเช่า เข้าอยู่อาศัยในโครงการ จนกระทั่งแนะนำบอกต่อ ที่สร้างความประทับใจ และประสบการณ์ที่ดี ตลอดทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญ

การวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวัง
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์ ปี 2566

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ความต้องการและความคาดหวัง	ผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง
4. ลูกค้าในอดีต	ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในอดีต เป็นดังนี้ • ต้องการบ้านในทำเลที่เดินทางสะดวก ใกล้ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการพื้นฐาน รูปแบบบ้านสวยงาม ทันสมัย ในระดับราคาที่รับภาระได้ รวมทั้งจัดให้มีสถาบันการเงินรองรับการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ กับลูกค้า	4. ลูกค้าในอดีต: สาเหตุหลักที่ลูกค้าในอดีตปิดสัญญา คือ 1) มีหนี้ค้างชำระ 2) ไม่ผ่านสินเชื่อ 3) การเงินขาดสภาพคล่อง/สภาพเศรษฐกิจไม่ดี ซึ่งลูกค้าในอดีตส่วนใหญ่ ยังคงให้สนใจกับโครงการของ กคช. โดยต้องการบ้านในทำเลที่เดินทางสะดวก ใกล้ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการพื้นฐาน รูปแบบบ้านสวยงาม ทันสมัย ในระดับราคาที่รับภาระได้ รวมทั้งจัดให้มีสถาบันการเงินรองรับการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ กับลูกค้า นอกเหนือจากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าดังกล่าวแล้ว ลูกค้าในอดีต ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและสนใจเข้าร่วมโครงการให้ค่าตอบแทนกับลูกค้าที่แนะนำ/บอกต่อโครงการ

การวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ ปี 2566

การวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

<table>
<tr><th colspan="2">การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ</th><th rowspan="2">ผลการวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ของคู่เทียบ</th></tr>
<tr><th>บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) : LPN</th><th>บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) : Pruksa</th></tr>
<tr>
<td>1. บริการค้นหาข้อมูลโครงการ คอนโดลุมพินี มีโครงการต่าง ๆ ให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย
• แอลพีเอ็นแนะนำ : คอนโดที่แนะนำ
• โปรโมชั่นพิเศษ : โปรโมชั่นของโครงการ
• น่าลงทุน : โครงการที่เหมาะกับการลงทุน
• โครงการใหม่ : โครงการที่น่าสนใจ
• พร้อมอยู่ : โครงการที่พร้อมอยู่อาศัย
• ใกล้รถไฟฟ้า : โครงการใกล้รถไฟฟ้า
• สไตล์รีสอร์ท : โครงการวิถีชีวิตธรรมชาติ</td>
<td>1. บริการค้นหาข้อมูลที่อยู่อาศัย
• สามารถค้นหาโดยพิมพ์ชื่อโครงการหรือทำเลที่สนใจ หรือเลือกประเภทที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ทาวน์โฮม บ้านเดี่ยว คอนโด บ้านแฝด อาคารพาณิชย์ โครงการต่างจังหวัด
• โครงการที่แนะนำ แยกตามประเภทที่อยู่อาศัย หรือแยกตามแบรนด์
• Pruksa Living Solution นวัตกรรมการใช้ชีวิต
• ก้าวไปด้วยกันข้างหน้า อย่างยั่งยืน</td>
<td rowspan="3">1. คู่เทียบ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามุ่งหวัง โดยให้บริการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ในขณะที่ กคช. มีโครงการไฮไลท์ ที่สามารถเชื่อมต่อไปที่ระบบจองบ้านออนไลน์ได้ โดยเลือกหน่วยว่างพร้อมขายได้ทันที
2. คู่เทียบ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบัน โดยมี App เพื่อให้บริการออนไลน์เกี่ยวกับการแจงข่าวสาร จัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้สิทธิพิเศษ รับแจ้งซ่อม/แจ้งปัญหา บริการเกี่ยวกับบ้าน ในขณะที่ กคช. มีจองบ้านออนไลน์ ช่องทางชำระเงิน ออกใบแจ้งหนี้ e-Service GIS การแจ้งข่าวสารผ่าน Line/Facebook จัดกิจกรรม รับเรื่องร้องเรียน แต่อาจไม่มีบางอย่างที่คู่เทียบมี และบางอย่าง กคช. มีแต่คู่เทียบไม่มี เช่น สคล./สคจ. สินเชื่อเช่าซื้อ เป็นต้น
3. LPN สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบัน โดยนิติบุคคล บริหารจัดการชุมชนให้เป็นชุมชนน่าอยู่ ในขณะที่ กคช. มีสคล./สคจ. พัฒนาและบริหารชุมชน ครอบคลุมทั่วประเทศ
4. PRUKSA สร้างการแนะนำบอกต่อของลูกค้าปัจจุบัน โดยให้ลูกค้าแนะนำเพื่อนซื้อโครงการ และรับสิ่งตอบแทนจูงใจ ในขณะที่ กคช. มีค่าตอบแทนการขายให้กับผู้แนะนำมาซื้อโครงการ</td>
</tr>
<tr>
<td>2. ลุมพินี “ชุมชนน่าอยู่”
• จัดเตรียมสิ่งปลูกสร้างพื้นฐานให้ผู้พักอาศัยได้แก่ จัดวางผังห้อง สร้างพื้นที่ส่วนกลาง เสริมสิ่งอำนวยความสะดวก
• มีทีมงานประจำโครงการและทีมสนับสนุน บริหารจัดการตามแนวทาง““ชุมชนน่าอยู่”
• ผู้พักอาศัยมีส่วนร่วมสร้างสรรค์ชุมชน
• มีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ลูกค้าเข้าร่วม
• ให้ความรู้ลูกค้าผ่านบทความต่าง ๆ
• แจงข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ</td>
<td>2. Pruksa The Living APP ตอบโจทย์คนรักบ้าน
• ดูรายละเอียดคู่มือบ้านในหลังที่อยู่อาศัย
• แจ้งเตือนรับจดหมายหรือพัสดุ
• ตรวจสอบข้อมูลและชำระยอดผ่อนดาวน์
• ดูรายละเอียดโครงการต่าง ๆ
• ติดตามข้อมูลการแก้ไขก่อนรับโอน
• แจ้งซ่อมและติดตามการแจ้งซ่อม
• ระบบควบคุมบ้านอัจฉริยะ
• ระบบจองพื้นที่ส่วนกลาง</td>
</tr>
<tr>
<td>3. แอลพีเอ็นวีแคร์
• บริการพิเศษให้กับสมาชิกที่สมัครเข้าร่วม
• ตัวช่วยในการตัดสินใจ ติดตามโปรโมชั่นของโครงการ ยูนิตที่สนใจ คำนวณเงินกู้ ประเมินวงเงินได้ง่าย ๆ
• อัพเดตข่าวสารและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ
• ได้รับสิทธิพิเศษ ส่วนลด โปรโมชั่นต่าง ๆ
• มีแอพพลิเคชั่นสำหรับลูกบ้านลุมพินี</td>
<td>3. ชวนเพื่อนซื้อบ้าน สร้างรายได้ง่าย ๆ ให้กับคุณ
• ลงทะเบียนแนะนำเพื่อน แล้วรอผู้ถูกแนะนำ ทำการรับโอนกรรมสิทธิ์ ผู้แนะนำจะได้รับค่าแนะนำมูลค่าสูงสุดกว่า 150,000 บาท*
• เงื่อนไขผู้แนะนำ: ลงทะเบียนเพื่อนชวนเพื่อน ก่อนผู้ถูกแนะนำเยี่ยมชมโครงการ และได้รับการยินยอม ในการระบุข้อมูลของผู้ถูกแนะนำ
• เงื่อนไขผู้ถูกแนะนำ: ไม่เคยจองและโอนบ้านกับพฤกษามาก่อน และไม่เคยถูกแนะนำมาก่อนในระยะเวลา 1 ปี</td>
</tr>
</table>

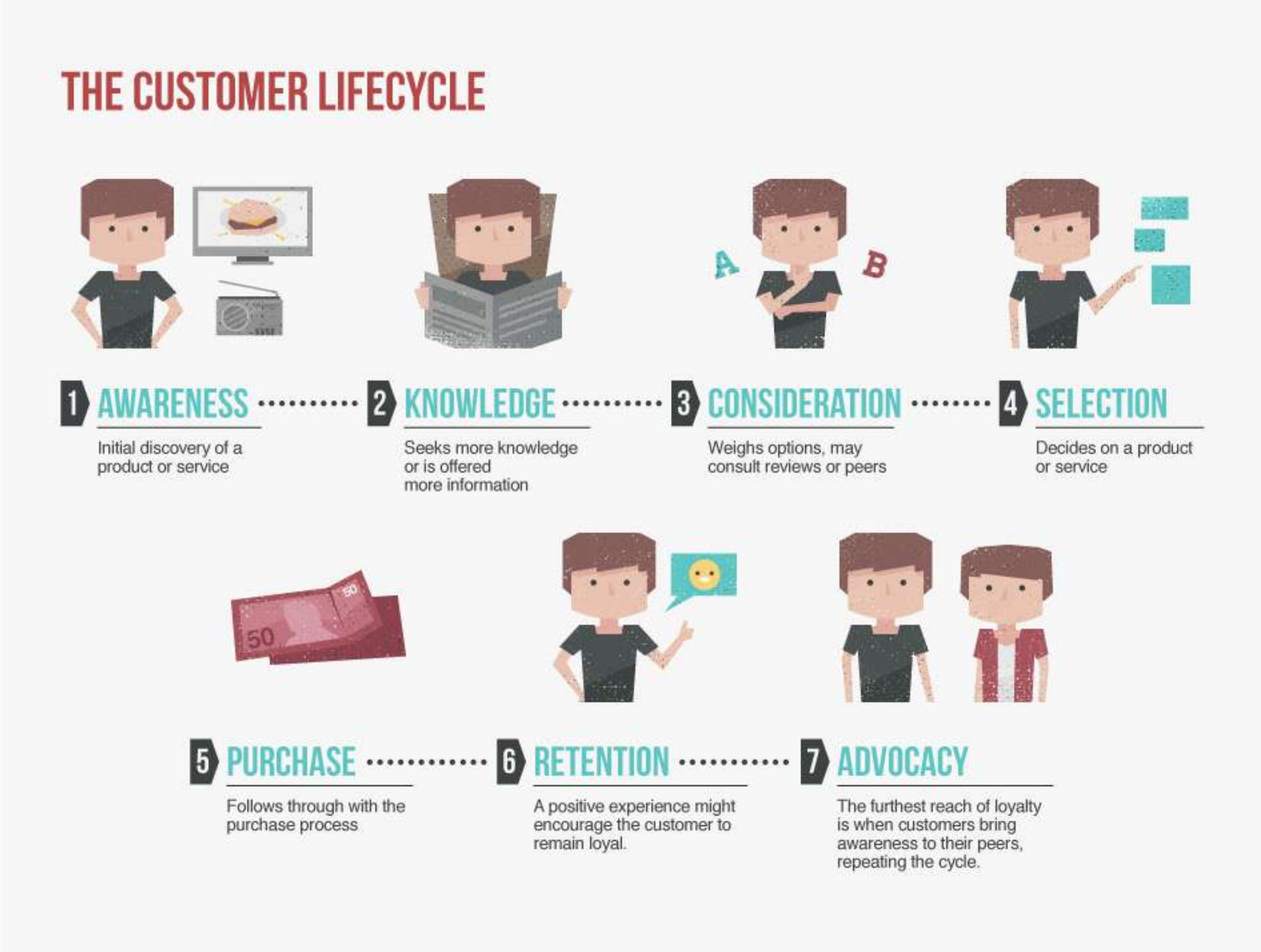
การวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ ปี 2566 : อาคารเช่า

รายการ	กรณีที่ 1		กรณีที่ 2		กรณีที่ 3	
	โครงการ กคช.	โครงการ เอกชน	โครงการ กคช.	โครงการ เอกชน	โครงการ กคช.	โครงการ เอกชน
	อาคารเช่า กระทุ่มแบนสมุทรสาคร	บ้านสวนลีลาวดี อพาร์เม้นท์	อาคารเช่า จังหวัดมหาสารคาม	สารคาม แมนชั่น หอพัก	อาคารเช่า จังหวัดสุรินทร์ (สลักได)	บรรจงแมนชั่น
1. ทำเล ที่ตั้ง	- ติดถนนเทศบาล 3 - ใกล้หน่วยงานราชการ	- ติดถนนอำเภอสามพราน 4014 - ใกล้โรงงานอุตสาหกรรม/บริษัทเอกชน	- ติดถนนสายหลัก (208) เดินทางเข้าสู่เมือง มหาสารคามและไป จ. ขอนแก่น เพียง 100 ม. - ใกล้สถานศึกษา เช่น ม. ราชภัฏ ม.มหาสารคาม และห้างสรรพสินค้า	- ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในเขตอำเภอเมือง - เข้าซอย ธรรมวงศ์สวรรค์ 10 และติดถนนสายหลัก ถนนนครสรรค์ ประมาณ 500 ม.	- ห่างจากถนนสุรินทร์-ศีขรภูมิ 200 ม. - อยู่ในพื้นที่ส่วนเมืองขยาย การเติบโตของชานเมือง สุรินทร์ - ใกล้ห้างสรรพสินค้า	- อยู่ในเขตอำเภอเมือง - ติดถนน สุริยกานต์ ห่างจากถนนเทศบาล 1 ประมาณ 700 ม.
2. อัตราค่าเช่า (บาท/เดือน)	2,100-2,500	1,800-2,800	1,800-2,000	2,500	1,700-2,000	2,000-2,600
3. รูปแบบ/ประเภท	อาคารพักอาศัยรวม 4 ชั้น ห้องอเนกประสงค์ 1 ห้องน้ำ	อาคารพักอาศัยรวม 5 ชั้น ห้องอเนกประสงค์ 1 ห้องน้ำ	อาคารพักอาศัยรวม 4 ชั้น ห้องอเนกประสงค์ 1 ห้องน้ำ	อาคารพักอาศัยรวม 3 ชั้น ห้องอเนกประสงค์ 1 ห้องน้ำ	อาคารพักอาศัยรวม 4 ชั้น ห้องอเนกประสงค์ 1 ห้องน้ำ	อาคารพักอาศัยรวม 3 ชั้น ห้องอเนกประสงค์ 1 ห้องน้ำ
4. ขนาด/พื้นที่ (ตร.ม.)	28-30	28	28-30	20	28-30	24
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	- ที่จอดรถ - CCTV - รปภ. 24 ชม. - แม่บ้านทำความสะอาด อาคาร ส่วนกลาง - ทางลาด/ราวจับ/ที่นั่งอาบน้ำ สำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ (Universal Design)	- เฟอร์นิเจอร์ภายในห้อง ครบ เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง - เคเบิลทีวี/ดาวเทียม และ wifi ฟรี - แอร์ พัดลม - ที่จอดรถ CCTV ตู้กดน้ำ และบริการเครื่องซักผ้า	- ที่จอดรถ - CCTV - รปภ. 24 ชม. - แม่บ้านทำความสะอาด อาคาร ส่วนกลาง - ทางลาด/ราวจับ/ที่นั่งอาบน้ำ สำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ (Universal Design)	- เฟอร์นิเจอร์ภายในห้อง ครบ เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง - เคเบิลทีวี/ดาวเทียม - แอร์ พัดลม - ที่จอดรถ CCTV ตู้กดน้ำ และบริการเครื่องซักผ้า	- ที่จอดรถ - CCTV - รปภ. 24 ชม. - แม่บ้านทำความสะอาด อาคาร ส่วนกลาง - ทางลาด/ราวจับ/ที่นั่งอาบน้ำ สำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ (Universal Design)	- เฟอร์นิเจอร์ภายในห้อง ครบ เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง - เคเบิลทีวี/ดาวเทียม - แอร์ พัดลม - ที่จอดรถ CCTV ตู้กดน้ำ และบริการเครื่องซักผ้า
6. ภาพรวมสรุปผลการเทียบเคียงระหว่างโครงการ กคช. และผู้ประกอบการเอกชน	ด้านทำเลที่ตั้ง: ผู้ประกอบการเอกชน มีทำเลที่ตั้งที่ดีกว่าในแง่ของแหล่งงานของประชาชนในพื้นที่ของบางโครงการ แต่ทั้งนี้ส่วนใหญ่ก็มีทำเลที่ตั้งที่ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก เช่น ติดถนนสายหลัก ติดเขตเทศบาล เมือง เป็นต้น ด้านอัตราค่าเช่า: โดยส่วนใหญ่แล้ว อัตราค่าเช่าของโครงการ กคช. ถูกกว่า เปรียบเทียบกับคู่แข่ง/คู่เทียบ ด้านรูปแบบ ประเภท: มีลักษณะใกล้เคียงกัน ด้านขนาดพื้นที่: โครงการของ กคช. มีขนาดพื้นที่ที่กว้างกว่าของห้องบางประเภท ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก: โครงการของ กคช. จะมีข้อเสียเปรียบในด้าน เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องครบ เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง เป็นต้น					
7. ภาพรวมผลการวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ	1. ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเอกชน จะมีบริการเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องห้องพักอาศัย เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน เป็นต้น 2. ลักษณะ/ประเภทของห้องพักอาศัย ส่วนใหญ่เป็นห้องพร้อมพัดลม หรือแอร์ 3. รูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้า ให้กลุ่มลูกค้าพร้อมเข้าอยู่ พร้อมทั้งมีห้องตัวอย่างที่ดูดี จูงใจผู้เช่า 4. การบริการ งานบริการ ด้านการทำความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การบริหารจัดการชุมชน ผู้ประกอบการเอกชน มีการควบคุมการดำเนินงานอย่างรัดกุม ซึ่งเป็นผลให้โครงการดูสะอาด และปลอดภัยสำหรับผู้เช่า เป็นการสร้างความเชื่อมั่น หรือไว้วางใจในการเข้าพักอาศัย 5. ผู้ประกอบการเอกชน มีช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า ในหลาย ๆ ช่องทาง ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมทั้งสร้างความเป็นการกันเองต่อกลุ่มลูกค้า 6. ผู้ประกอบการเอกชน มีเจ้าหน้าที่บริหารโครงการ ณ อาคาร เพื่อบริการในงานต่าง ๆ เช่น งานซ่อม เป็นต้น					

การทบทวนช่องทางและแนวทางปฏิบัติ
ในการสนับสนุนลูกค้า

การทบทวนช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า

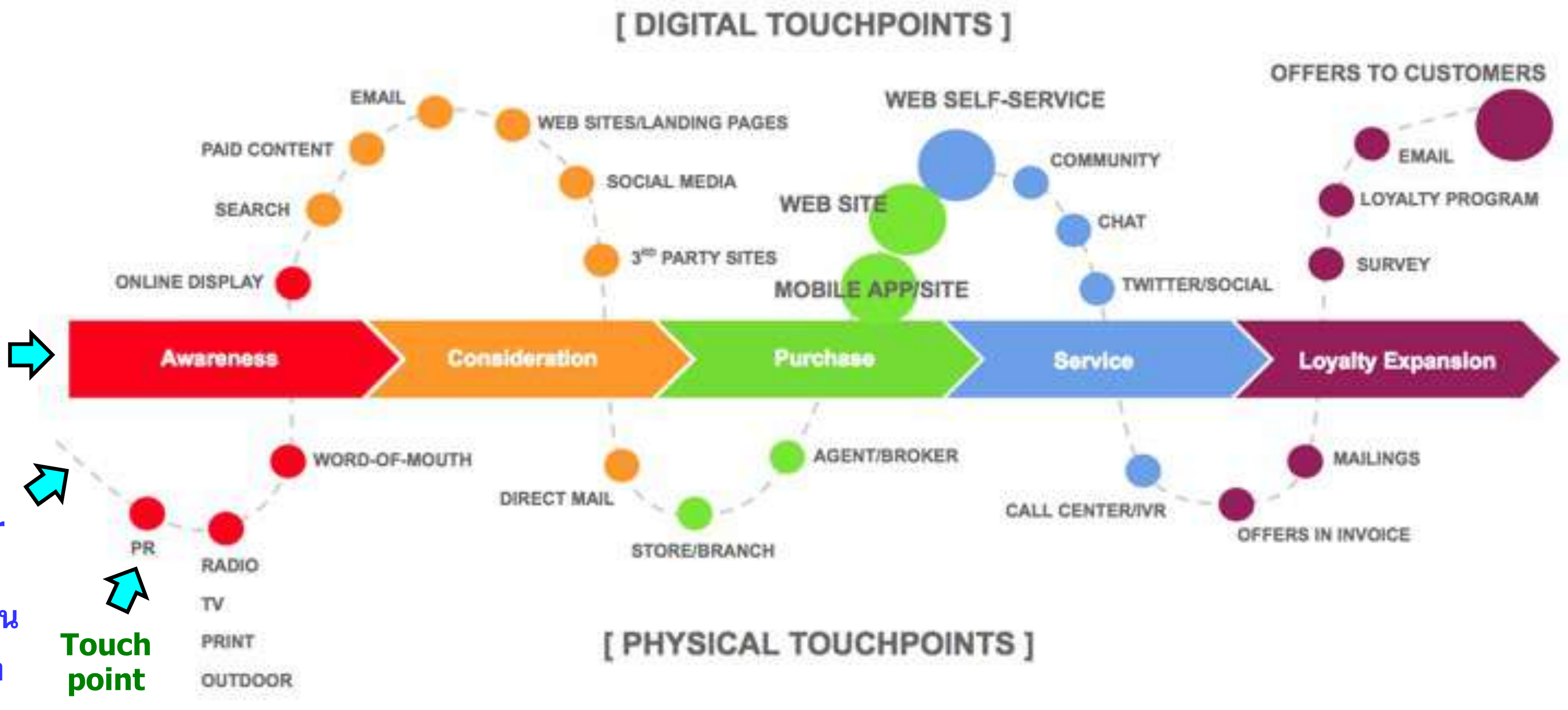
วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle)



วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) และ เส้นทางเดินของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ (Customer Journey)

วงจรชีวิตของลูกค้า

Customer Life Cycle



Customer Journey

เส้นทางเดินของลูกค้า

Touch point

จุดสัมผัสบริการ

ช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า ปี 2565

การออกแบบช่องทางและกำหนดแนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า ปี 2565 เริ่มจากการออกแบบแผนที่การเดินทางของลูกค้า (Customer Journey Map) เพื่อระบุความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า ในแต่ละจุดสัมผัสบริการ (Touchpoint) หลังจากนั้นจึงกำหนดแนวทางการสนับสนุนลูกค้า และสรุปเป็นแนวทางการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 โดยในส่วนของการออกแบบแผนที่การเดินทางของลูกค้า (Customer Journey Map) สำหรับอาคารเพื่อขายและอาคารเช่า มีรายละเอียด ดังนี้

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)
ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า — ลูกค้ามุ่งหวัง → ลูกค้าในอนาคต

ขั้นตอน		การรับรู้ (Awareness)	การพิจารณา (Consideration)
ลูกค้า		ลูกค้าที่ยังไม่รู้จักโครงการ →	ลูกค้าที่สนใจโครงการ
ประสบการณ์ลูกค้า			
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube • Banner • NHA Service Application	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website สื่อสังคมออนไลน์และของ กคช. • เปิดให้เยี่ยมชมโครงการที่อยู่อาศัย แบบ 360 องศา (โฮมมี่ VR Tour) จาก Facebook : NHA Marketing • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device
	Physical Touch point	• การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ อยากเห็นและได้ยินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ที่เข้าถึงง่าย ใช้งานสะดวก (User Friendly) ➢ อยากเห็นและได้ยินโฆษณาข้อมูลโครงการ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ที่ครอบคลุมทุกช่องทาง ➢ ค้นหาหรือโทรศัพท์ถามแล้วได้ข้อมูลโครงการ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว	➢ มีข้อมูลโครงการอย่างครบถ้วน เพื่อใช้พิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อ ➢ โทรศัพท์สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับโครงการที่สนใจซื้อ
การสนับสนุนลูกค้า			
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า		1. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า 2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และทั่วถึง 3. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail Line ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 4. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 5. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามเพื่อสอบถามความต้องการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ	1. จัดทีมฝ่าย กต. และ บข. และเตรียมความพร้อม เพื่อสำรวจโครงการ กคช. และโครงการคู่เทียบ ก่อนรณรงค์ขายโครงการ 2. วิเคราะห์ข้อมูลโครงการคู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน และจัดทำรายการข้อได้เปรียบของโครงการ กคช. เพื่อให้คำแนะนำการพิจารณาเปรียบเทียบโครงการกับลูกค้า และโน้มน้าวลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ 3. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า 4. รับแจ้งความต้องการและรับจองบ้าน ผ่านระบบจองบ้านออนไลน์ และจองบ้านโดยติดต่อที่สำนักใหญ่ / ศูนย์ขาย / สคล. สคจ. ที่ดูแลรับผิดชอบ 5. จัดให้มีค่าตอบแทนการขาย (Commission) ที่เหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับตัวแทนขาย

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า ลูกค้าปัจจุบัน ⟶ ลูกค้าปัจจุบัน

ขั้นตอน		การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	การให้บริการ (Service)
ลูกค้า		ลูกค้าที่จองและทำสัญญา ⟶ ลูกค้าที่ผ่อนชำระเงินดาวน์	⟶ ลูกค้าที่ยื่นขอสินเชื่อ ⟶ ลูกค้าที่โอนกรรมสิทธิ์ ⟶ ลูกค้าที่เข้าอยู่อาศัย
ประสบการณ์ลูกค้า			
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device • NHA Service Application	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • ระบบจองคิวทำสัญญาเช่าซื้อ พร้อมตรวจสอบสัญญาเช่าซื้อและการจองคิวทำสัญญาได้ • NHA Service Application ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา ค่างวดที่ต้องชำระ/ค้างชำระ เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น
	Physical Touch point	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและการยื่นขอสินเชื่อพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• เจ้าหน้าที่ กคช. /ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ บริการแบบครบวงจร (One-Stop Service) สะดวก รวดเร็ว ในคราวเดียว ➢ สามารถเข้าถึงช่องทางชำระเงินที่ง่าย สะดวก และรวดเร็ว	➢ พิจารณาสินเชื่อ/เช่าซื้อเร็ว ➢ สามารถเข้าถึงช่องทางชำระเงินที่สะดวก และรวดเร็ว ➢ แจ้งซ่อมและดำเนินการซ่อมอย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว ➢ ทราบขั้นตอนและได้เตรียมพร้อมโอนกรรมสิทธิ์ ➢ ได้เตรียมตัวก่อนเข้าอยู่อาศัย และทราบระเบียบการอยู่อาศัยในชุมชน ➢ ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป
การสนับสนุนลูกค้า			
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า		1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา และเตรียมยื่นกู้ 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ราคาขาย/วิธีการผ่อนชำระ/ค่างวด/ช่องทางการผ่อนชำระและการยื่นขอสินเชื่อ ให้กับลูกค้า 3. ทำ Credit Scoring ของลูกค้า เพื่อดูความสามารถในการผ่อนชำระ พร้อมให้คำแนะนำก่อนทำสัญญา 4. ทำเช็คลิสต์รายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาและยื่นขอสินเชื่อ 5. ทำสัญญาจอง/สัญญาจะซื้อจะขาย/สัญญาเช่าซื้อ และรับเงินมัดจำล่วงหน้าจากลูกค้า และชี้แจงเอกสารที่ต้องเตรียมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 6. เจ้าหน้าที่โทรติดตามสอบถามเอกสารที่ลูกค้าต้องเตรียมเพิ่มเติมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 7. รับและตรวจเอกสารยื่นขอสินเชื่อจากลูกค้า	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระค่างวด 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. NHA Service Application และ Line OA ออกใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าชำระค่างวด 4. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว เช่น QR Code สำหรับให้ลูกค้าสแกนเพื่อชำระเงิน 5. แจ้งให้ลูกค้าทราบ และนัดหมายการโอนกรรมสิทธิ์กับลูกค้า 6. นัดหมาย ตรวจสภาพอาคารก่อนส่งมอบบ้าน และส่งมอบกุญแจ พร้อมคู่มือการอยู่อาศัยให้ลูกค้า และตอบข้อซักถาม 7. รับแจ้งซ่อม และดำเนินการซ่อมอย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว 8. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า	ลูกค้าปัจจุบัน → ลูกค้าที่ผูกพัน	ลูกค้าในอดีต
ขั้นตอน	การสร้างความภักดี (Loyalty)	การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)
ลูกค้า	ลูกค้าที่เข้าอยู่อาศัย → ลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ	ลูกค้าที่ไม่ผ่านสินเชื่อ ไม่ทำเช่าซื้อ ยกเลิกสัญญา

ประสบการณ์ลูกค้า

จุดสัมผัสบริการ		การสร้างความภักดี (Loyalty)	การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device
	Physical Touch point	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า • จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ กิจกรรมพัฒนาชุมชน น่าสนใจ มีประโยชน์กับลูกค้า ➢ มีการฝึกอบรมอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับลูกบ้านในชุมชน ➢ ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป ➢ ได้สิทธิพิเศษเมื่อชำระค่างวดต่อเนื่องตามกำหนด และได้รับการสนับสนุนเพื่อเป็นลูกค้า กคช. ต่อไป ➢ แนะนำบอกต่อได้ง่าย สะดวกและได้ประโยชน์	➢ ได้ความรู้และคำแนะนำที่สามารถรักษาสถานะการเป็นลูกค้าของ กคช. ไว้ได้

การสนับสนุนลูกค้า

แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	การสร้างความภักดี (Loyalty)	การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมพัฒนาชุมชน ฝึกอบรมอาชีพ ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีและความผูกพัน เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ 5. รับฟังความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ 6. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้า ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า เพื่อสร้างความภักดี และการแนะนำบอกต่อของลูกค้า เช่น ให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดสำหรับครอบครัวขยาย เป็นต้น	1. ให้ความรู้และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษาสถานะการเป็นลูกค้า และการกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 2. ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนทำสัญญา เพื่อกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 3. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้า เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าในอดีต กลับมาเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพของ กคช. 4. เสนอให้ลูกค้าที่ได้รับการปฏิเสธสินเชื่อจากสถาบันการเงิน สามารถทำเช่าซื้อกับ กคช. / คบส. ได้ 5. ให้คำปรึกษาและร่วมแก้ไขปัญหากับลูกค้าในอดีต ด้านทั้งการเงินและอื่น ๆ เช่น ลูกค้าที่ติด Black List ลูกค้าเช่าซื้อที่มีปัญหาด้านการเงิน ลูกค้าที่ย้ายถิ่นฐาน เพื่อให้กลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 6. ติดตามลูกค้าในอดีต เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและเชิญชวนให้มาเป็นลูกค้าของ กคช.

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
1. ลูกค้ามุ่งหวัง • การรับรู้ (Awareness)	• การประชาสัมพันธ์ผ่าน วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งที่ผู้สนใจสอบถามข้อมูลโครงการ กคช. ผ่าน Call Center ปี 2565 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube • Banner • NHA Service Application รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งของผู้ที่เข้ามาในระบบ Smart Device ปี 2565	1. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า 2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และทั่วถึง 3. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail Line ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 4. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 5. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามเพื่อสอบถามความต้องการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
2. ลูกค้าในอนาคต • การพิจารณา (Consideration)	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนรายชื่อผู้แสดงความสนใจโครงการ กคช. ที่เก็บรวบรวมโดย Call Center ปี 2565 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website สื่อสังคมออนไลน์และของ กคช. • เปิดให้เยี่ยมชมโครงการที่อยู่อาศัยแบบ 360 องศา (โฮมมี่ VR Tour) จาก Facebook : NHA Marketing • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้จองโครงการ ในระบบ Smart Device ปี 2565	1. จัดทีมฝ่าย กต. และ บข. และเตรียมความพร้อม เพื่อสำรวจโครงการ กคช. และโครงการคู่เทียบ ก่อนรณรงค์ขายโครงการ 2. วิเคราะห์ข้อมูลโครงการคู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน และจัดทำรายการข้อได้เปรียบของโครงการ กคช. เพื่อให้คำแนะนำการพิจารณาเปรียบเทียบโครงการกับลูกค้า และโน้มน้าวลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ 3. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า 4. รับแจ้งความต้องการและรับจองบ้าน ผ่านระบบจองบ้านออนไลน์ และจองบ้านโดยติดต่อที่สำนักใหญ่ / ศูนย์ขาย / สคล. สคจ. ที่ดูแลรับผิดชอบ 5. จัดให้มีค่าตอบแทนการขาย (Commission) ที่เหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับตัวแทนขาย

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและการยื่นขอสินเชื่อ พร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญาแบบ Walk-In ปี 2565	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device • NHA Service Application รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญา ในระบบ Smart Device ปี 2565	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา และเตรียมยื่นกู้ 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ราคาขาย/วิธีการผ่อนชำระ/ค่างวด/ช่องทางการผ่อนชำระและการยื่นขอสินเชื่อ ให้กับลูกค้า 3. ทำ Credit Scoring ของลูกค้า เพื่อดูความสามารถในการผ่อนชำระ พร้อมให้คำแนะนำก่อนทำสัญญา 4. ทำเช็คลิสต์รายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาและยื่นขอสินเชื่อ 5. ทำสัญญาจอง/สัญญาจะซื้อจะขาย/สัญญาเช่าซื้อ และรับเงินมัดจำล่วงหน้าจากลูกค้า และชี้แจงเอกสารที่ต้องเตรียมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 6. เจ้าหน้าที่โทรติดตามสอบถามเอกสารที่ลูกค้าต้องเตรียมเพิ่มเติมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 7. รับและตรวจเอกสารยื่นขอสินเชื่อจากลูกค้า

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การให้บริการ (Service)	• เจ้าหน้าที่ กคช./ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • ระบบจองคิวทำสัญญาเช่าซื้อ พร้อมสามารถตรวจสอบสัญญาเช่าซื้อและการจองคิวทำสัญญาได้ • NHA Service Application ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา ค่างวดที่ต้องชำระ/ค้างชำระ เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระค่างวด 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. NHA Service Application และ Line OA ออกใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าชำระค่างวด 4. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว เช่น QR Code สำหรับให้ลูกค้าสแกนเพื่อชำระเงิน 5. แจ้งให้ลูกค้าทราบ และนัดหมายการโอนกรรมสิทธิ์กับลูกค้า 6. นัดหมาย ตรวจสภาพอาคารก่อนส่งมอบบ้าน และส่งมอบกุญแจ พร้อมคู่มือการอยู่อาศัยให้ลูกค้า และตอบข้อซักถาม 7. รับแจ้งซ่อม และดำเนินการซ่อมอย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว 8. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การสร้างความภักดี (Loyalty)	• จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน	• เผยแพร่ e-Book เคหะพลัส+ โดยเปิดให้ download ได้ ผ่านทาง https://www.facebook.com/NHAmarketing • แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facecbook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมพัฒนาชุมชน ฝึกอบรมอาชีพ ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีและความผูกพัน เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน 5. รับฟังความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ 6. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้า ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า เพื่อสร้างความภักดี และการแนะนำบอกต่อของลูกค้า เช่น ให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดสำหรับครอบครัวขยาย เป็นต้น

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
เพิ่มเติม: 4. ลูกค้าในอดีต • การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device	1. ให้ความรู้และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษาสถานะการเป็นลูกค้า และการกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 2. ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนทำสัญญา เพื่อกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 3. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้า เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าในอดีต กลับมาเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพของ กคช. 4. เสนอให้ลูกค้าที่ได้รับการปฏิเสธสินเชื่อจากสถาบันการเงิน สามารถทำเช่าซื้อกับ กคช. / คบส. ได้ 5. ให้คำปรึกษาและร่วมแก้ไขปัญหากับลูกค้าในอดีต ด้านทั้งการเงินและอื่น ๆ เช่น ลูกค้าที่ติด Black List ลูกค้าเช่าซื้อที่มีปัญหาด้านการเงิน ลูกค้าที่ย้ายถิ่นฐาน เพื่อให้กลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 6. ติดตามลูกค้าในอดีต เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและเชิญชวนให้มาเป็นลูกค้าของ กคช.

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)
ปี 2565 : อาคารเช่า

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2565 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า — ลูกค้ามุ่งหวัง → ลูกค้าในอนาคต

ขั้นตอน		การรับรู้ (Awareness)	การพิจารณา (Consideration)
ลูกค้า		ลูกค้าที่ยังไม่รู้จักโครงการ →	ลูกค้าที่สนใจโครงการ → ลูกค้าที่ดูและเลือกห้องพักอาศัย
ประสบการณ์ลูกค้า			
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube • Banner	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจอาคารเช่า/บ้านเช่า ผ่าน Website ของ กคช.
จุดสัมผัสบริการ	Physical Touch point	• การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ อยากเห็นและได้ยินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ แบบออฟไลน์และออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย ใช้งานสะดวก (User Friendly) ➢ อยากเห็นและได้ยินโฆษณาข้อมูลโครงการ แบบออฟไลน์และออนไลน์ ที่ครอบคลุมทุกช่องทาง ป้ายหน้าโครงการ โบรชัวร์ และสอบถามเพื่อน ➢ ค้นหาหรือโทรศัพท์ถามแล้วได้ข้อมูลโครงการ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว	➢ มีข้อมูลโครงการอย่างครบถ้วน เพื่อใช้พิจารณาก่อนตัดสินใจเช่า ➢ โทรศัพท์สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับโครงการที่สนใจเช่า
การสนับสนุนลูกค้า			
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า		1. สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า • โฆษณาผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ป้ายโฆษณาหน้าโครงการ แผ่นพับ ใบปลิว Facebook เป็นต้น • ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ลูกบ้านในโครงการช่วยประชาสัมพันธ์ รณรงค์ตามหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น • ส่งเสริมการตลาด เช่น อยู่อาศัย 1 ปี อยู่ฟรี 1 เดือน ลดราคา 10% ของค่าเช่า เลขท้ายใบเสร็จ 2 ตัว ชิงรางวัลลดค่าเช่า 500 บาท เป็นต้น • ดำเนินงานขายโดย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. • ลูกค้าแนะนำบอกต่อ 2. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจเช่า เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 3. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 4. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์	1. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. ชี้แจงข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจเช่า เช่น ค่าเช่าถูกกว่า ขนาดพื้นที่ใช้สอยมากกว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ/คนพิการ มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น 2. ระบุข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อลูกค้าพิจารณา เป็นข้อมูลเพิ่มเติมใน Website กคช. 3. ปรับปรุงขั้นตอนลงทะเบียนสนใจโครงการอาคารเช่า โดยพิจารณาการเข้าถึงได้ง่ายของผู้สนใจโครงการ 4. ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการบรรจุผู้เช่า นับตั้งแต่ขั้นตอนการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ รายละเอียดข้อมูลโครงการ การทำสัญญา ระเบียบในการอยู่อาศัย และการบรรจุผู้เช่า

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2565 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า: ลูกค้าปัจจุบัน → ลูกค้าปัจจุบัน

ขั้นตอน: การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase) → การให้บริการ (Service)

ลูกค้า: ลูกค้าที่ชำระเงินและทำสัญญา → ลูกค้าที่รับมอบกุญแจ → ลูกค้าที่เข้าพักอาศัย → ลูกค้าที่ชำระค่าเช่า/แจ้งซ่อม/ร้องเรียน → ลูกค้าที่ต่อสัญญาเช่า

ประสบการณ์ลูกค้า

จุดสัมผัสบริการ		การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	การให้บริการ (Service)
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช.	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • NHA Service Application ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา อัตราค่าเช่า เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น
	Physical Touch point	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา ใบเสร็จรับเงินค่าเช่า/ค่าประกัน • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• การทำธุรกรรมผ่านสำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) พร้อมอำนวยความสะดวก • เจ้าหน้าที่ กคช./ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นต้น
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ บริการแบบครบวงจร (One-Stop Service) สะดวก รวดเร็ว ครั้งเดียวจบ ➢ สามารถเข้าถึงช่องทางชำระเงินที่สะดวก และรวดเร็ว ➢ ห้องว่างที่พร้อมอยู่ทันที หลังจากทำสัญญาเช่า ➢ ได้เตรียมตัวก่อนเข้าอยู่อาศัย และทราบระเบียบในการอยู่อาศัย	➢ สามารถเข้าถึงช่องทางชำระเงินที่สะดวก และรวดเร็ว ➢ รับแจ้งซ่อม และดำเนินการซ่อมอย่างรวดเร็ว พร้อมใช้งาน ➢ ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป ➢ ทราบขั้นตอนและได้เตรียมพร้อมโอนสิทธิ์ กรณีรับสิทธิ์ทายาท

การสนับสนุนลูกค้า

แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	การให้บริการ (Service)
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า พร้อมระเบียบในการอยู่อาศัย เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ค่าเช่า/เงื่อนไขการเช่า/ระยะเวลาการเช่า/วิธีการชำระเงิน/ช่องทางชำระเงิน ให้กับลูกค้า 3. เจ้าหน้าที่ ตรวจสอบรายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาเช่า 4. ทำสัญญาเช่า และรับเงินประกันการเช่าจากลูกค้า 5. ตรวจสอบห้องเช่าร่วมกับลูกค้า ตามรายการตรวจสอบห้องเช่า และส่งมอบกุญแจให้กับลูกค้า	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระเงิน 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว 4. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 5. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 6. นัดหมายการโอนสิทธิ์กับลูกค้า กรณีรับสิทธิ์ทายาท

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2565 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า		ลูกค้าปัจจุบัน → ลูกค้าที่ผูกพัน	ลูกค้าในอดีต
ขั้นตอน		การสร้างความภักดี (Loyalty)	การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)
ลูกค้า		ลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนา/บริหารชุมชน/ร้องเรียน → ลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ	→ ลูกค้าที่ไม่ต่อสัญญาเช่า/ยกเลิกสัญญาเช่า

ประสบการณ์ลูกค้า

		การสร้างความภักดี (Loyalty)	การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facecbook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้าเช่าซื้อปัจจุบันช่วงการระบาดโควิด 2019 ระลอกใหม่ • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device
	Physical Touch point	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า | จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ | ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ ตรวจเยี่ยมชุมชน • จัดการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา แก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 | รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน • มาตรการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เช่า เช่น การอบรมอัคคีภัย การติดตั้งกล้องวงจรปิด เป็นต้น	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ กิจกรรมอบรมให้ความรู้และพัฒนาชุมชน น่าสนใจ มีประโยชน์กับลูกค้า ➢ ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป ➢ ได้สิทธิพิเศษเมื่อชำระค่าเช่าต่อเนื่องตามกำหนด และได้รับการสนับสนุนเพื่อเป็นลูกค้า กคช. ต่อไป ➢ แนะนำบอกต่อได้ง่าย สะดวกและได้ประโยชน์	➢ อัตราค่าเช่าคงเดิม ไม่ปรับขึ้น ➢ ซ่อมแซมให้รวดเร็ว พร้อมใช้งาน ➢ สิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการใหม่ มากกว่าโครงการเดิม (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน) ➢ สอบถามข้อมูลโครงการใหม่ (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน)

การสนับสนุนลูกค้า

	การสร้างความภักดี (Loyalty)	การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอบรมให้ความรู้และพัฒนาชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า เช่น ปรับลดค่าเช่าช่วงสถานการณ์โควิด-19 ปรับลดค่าเช่าตามสถานการณ์ตลาด เป็นต้น 5. กรณีเช่าเป็นหมู่คณะ ได้ส่วนลดค่าเช่ารายเดือน เพื่อแก้ไขปัญหาอาคารคงเหลือ	1. ชี้แจงสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมของการต่อสัญญาเช่า เปรียบเทียบกับการไม่ต่อสัญญาเช่า แต่จ่ายค่าเช่า 2. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 3. ชี้แจงลูกค้า ถึงสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการใหม่ เทียบกับโครงการเดิม (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน) 4. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. สอบถามหลังจากที่ลูกค้าจะยกเลิกสัญญา ว่าจะย้ายถิ่นฐานไปที่ไหน เพื่อเสนอโครงการเช่า ในถิ่นฐานใหม่

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
1. ลูกค้ามุ่งหวัง • การรับรู้ (Awareness)	• การประชาสัมพันธ์ผ่าน วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งที่ผู้สนใจสอบถามข้อมูลโครงการ กคช. ผ่าน Call Center ปี 2565 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube • Banner รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งของผู้ที่เข้ามาในระบบ Smart Device ปี 2565	1. สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า • โฆษณาผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ป้ายโฆษณาหน้าโครงการ แผ่นพับ ใบปลิว Facebook เป็นต้น • ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ลูกบ้านในโครงการช่วยประชาสัมพันธ์ รณรงค์ตามหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น • ส่งเสริมการตลาด เช่น อยู่อาศัย 1 ปี อยู่ฟรี 1 เดือน ลดราคา 10% ของค่าเช่า เลขท้ายใบเสร็จ 2 ตัว ชิงรางวัลลดค่าเช่า 500 บาท เป็นต้น • ดำเนินงานขายโดย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. • ลูกค้าแนะนำบอกต่อ 2. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจเช่า เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 3. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 4. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
2. ลูกค้าในอนาคต • การพิจารณา (Consideration)	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนรายชื่อผู้แสดงความสนใจโครงการ กคช. ที่เก็บรวบรวมโดย Call Center ปี 2565 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจอาคารเช่า/บ้านเช่า ผ่าน Website ของ กคช. รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้จองโครงการ ในระบบ Smart Device ปี 2565	1. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. ชี้แจงข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจเช่า เช่น ค่าเช่าถูกกว่า ขนาดพื้นที่ใช้สอยมากกว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ/คนพิการ มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น 2. ระบุข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อลูกค้าพิจารณา เป็นข้อมูลเพิ่มเติมใน Website กคช. Facebook 3. ปรับปรุงขั้นตอนลงทะเบียนสนใจโครงการอาคารเช่า โดยพิจารณาการเข้าถึงได้ง่ายของผู้สนใจโครงการ 4. ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการบรรจุผู้เช่า นับตั้งแต่ขั้นตอนการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ รายละเอียดข้อมูลโครงการ การทำสัญญา ระเบียบในการอยู่อาศัย และการบรรจุผู้เช่า

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา ใบเสร็จรับเงินค่าเช่า/ค่าประกัน • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญาแบบ Walk-In ปี 2565 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช. รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญา ในระบบ Smart Device ปี 2565	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า พร้อมระเบียบในการอยู่อาศัย เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ค่าเช่า/เงื่อนไขการเช่า/ระยะเวลาการเช่า/วิธีการชำระเงิน/ช่องทางชำระเงิน ให้กับลูกค้า 3. เจ้าหน้าที่ ตรวจสอบรายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาเช่า 4. ทำสัญญาเช่า และรับเงินประกันการเช่าจากลูกค้า 5. ตรวจสอบห้องเช่าร่วมกับลูกค้า ตามรายการตรวจสอบห้องเช่า และส่งมอบกุญแจให้กับลูกค้า

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การให้บริการ (Service)	• การทำธุรกรรมผ่านสำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) พร้อมอำนวยความสะดวก • เจ้าหน้าที่ กคช./ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นต้น	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • ระบบ NHA Service ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา อัตราค่าเช่า เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระเงิน 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว 4. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 5. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 6. นัดหมายการโอนสิทธิ์กับลูกค้า กรณีรับสิทธิ์ทายาท

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเช่า

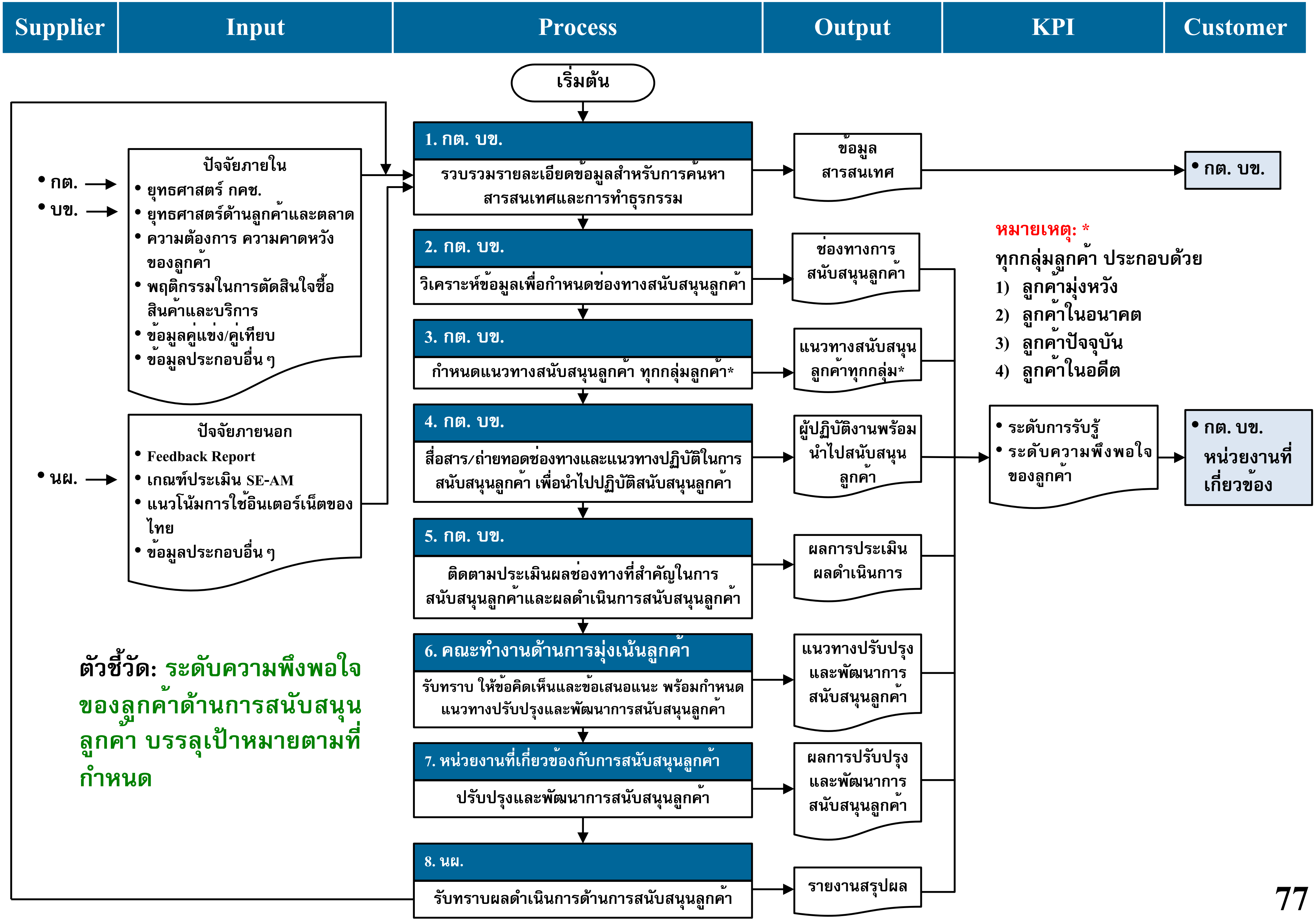
กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การสร้างความภักดี (Loyalty)	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า | จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ | ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ ตรวจเยี่ยมชุมชน • จัดการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา แก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 | รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้าเช่า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน • มาตรการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เช่า เช่น การอบรมอัคคีภัย การติดตั้งกล้องวงจรปิด เป็นต้น	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facecbook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้าเช่าซื้อปัจจุบันช่วงการระบาดโควิด 2019 ระลอกใหม่ • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอบรมให้ความรู้และพัฒนาชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า เช่น ปรับลดค่าเช่าช่วงสถานการณ์โควิด-19 ปรับลดค่าเช่าตามสถานการณ์ตลาด เป็นต้น 5. กรณีเช่าเป็นหมู่คณะ ได้ส่วนลดค่าเช่ารายเดือน เพื่อแก้ไขปัญหาอาคารคงเหลือ

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2565 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
เพิ่มเติม: 4. ลูกค้าในอดีต • การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device	1. ชี้แจงสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมของการต่อสัญญาเช่า เปรียบเทียบกับการไม่ต่อสัญญาเช่า แต่จ่ายค่าเช่า 2. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 3. ชี้แจงลูกค้า ถึงสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการใหม่ เทียบกับโครงการเดิม (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน) 4. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. สอบถามหลังจากที่ลูกค้าจะยกเลิกสัญญา ว่าจะย้ายถิ่นฐานไปที่ไหน เพื่อเสนอโครงการเช่า ในถิ่นฐานใหม่ เพิ่มเติม: 5. กำหนดมาตรการช่วยเหลือลูกค้าในช่วงภาวะวิกฤตต่าง ๆ ในโครงการ

การทบทวนกระบวนการกำหนดช่องทางให้การสนับสนุนลูกค้า เพื่อค้นหาสารสนเทศและทำธุรกรรม ของการเคหะแห่งชาติ ปี 2566

กระบวนการกำหนดช่องทางให้การสนับสนุนลูกค้า เพื่อค้นหาสารสนเทศและทำธุรกรรม ของการเคหะแห่งชาติ ปี 2566



การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และ
กำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า

การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า ตลอดจนจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญ ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle)

การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ และกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า

ปัจจัยสำคัญ	รายละเอียด และการวิเคราะห์	ความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญ
ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า	ข้อมูลจากภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สี่ ทั้งปี 2565 และแนวโน้มปี 2566 ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2566 ว่าจะขยายตัวในช่วงร้อยละ 2.7-3.7 โดยขยายตัวจากการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน การลงทุนภาคเอกชน และการลงทุนภาครัฐ แต่มูลค่าการส่งออกลดลง และอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้น และจากผลสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย เดือน เมษายน 2566 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่ ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการหางานทำในระดับแย่ และเชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ประชาชนทั่วไป และลูกค้าของการเคหะแห่งชาติ ที่ได้รับผลกระทบ ต้องปรับตัวในการใช้จ่าย ลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นจากเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ความเชื่อมั่นยังน้อย เน้นความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ทำงานที่บ้าน (Work From Home) ใช้ Mobile Application ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ มากขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องการมาตรการช่วยเหลือต่าง ๆ จากรัฐ รวมทั้งเข้าถึงสินเชื่อที่อยู่อาศัย ได้ง่ายขึ้นและมากขึ้น <u>ดังนั้น</u> จึงต้องกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า โดยการสนับสนุนลูกค้า ผ่านช่องทางที่คุ้มค่าใช้จ่าย นั่นคือ ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เช่น การค้นหาข้อมูลที่อยู่อาศัย การแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งมีมาตรการช่วยเหลือลูกค้าในด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงสินเชื่อที่อยู่อาศัย การช่วยเหลือทางการเงินแก่ลูกค้า เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว	• ค้นหาสารสนเทศ สนับสนุนการทำธุรกรรม สนับสนุนลูกค้าด้านต่าง ๆ และรับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และการสนับสนุนลูกค้า ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เช่น การค้นหาข้อมูลที่อยู่อาศัย การแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งมีมาตรการช่วยเหลือลูกค้าในด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงสินเชื่อที่อยู่อาศัย การช่วยเหลือทางการเงินแก่ลูกค้า เป็นต้น

การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ และกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า

ปัจจัยสำคัญ	รายละเอียด และการวิเคราะห์	ความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญ
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ	ในปี 2566 Mintel ซึ่งเป็นเอเจนซี่วิจัยการตลาดของอังกฤษ คาดการณ์ว่ามี 7 ปัจจัยที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยสามารถสรุปออกมาได้เป็น 5 พฤติกรรมผู้บริโภคของปี 2566 ได้ดังนี้ 1) เสพความเป็นตัวตน : ผู้บริโภค ชื่นชอบการออกแบบสินค้า-บริการเฉพาะบุคคล โดย Deloitte มีผลสำรวจว่า 80% ของผู้บริโภคยินดีใช้สินค้าจากแบรนด์ที่ Personalization ได้เข้ากับตัวเองมากที่สุด 2) ต้องการมีส่วนร่วมมากขึ้น : ผู้บริโภค ต้องการมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้าและบริการ ที่ตรงใจตนเองมากขึ้น 3) เหน็ดเหนื่อยหมดไฟ : ผู้บริโภค รับข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอินเตอร์เน็ตที่ถาโถมเข้ามามาก ๆ ทำให้เกิดอาการล้าหมดไฟ หรือเก็บตัว จึงให้ความสำคัญกับ สุขภาพกาย-สุขภาพใจ มากขึ้น 4) สนับสนุนชุมชนเพื่อสังคมและความยั่งยืน : ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและการสร้างสังคมให้ดีขึ้น 5) ใช้จ่ายอย่างรู้ค่า : จากปัญหาเงินเฟ้อและเศรษฐกิจฝืดเคือง ผู้บริโภค จะยิ่งใช้เงินและช้อปปิ้งอย่างฉลาดมากขึ้น โดยเฉพาะในปัจจุบัน ร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ มีการใช้ Mobile Banking เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากขึ้น *สรุปโดยรวม* คือ “ในปี 2566 ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพกายใจมากขึ้น (wellness) แต่ก็ให้ความสำคัญในเรื่องของความยั่งยืน (sustainable) ด้วยเช่นกัน นอกจากนั้นผู้บริโภคจะคำนึงถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายมากขึ้นด้วยซึ่งเป็นผลมาจากเศรษฐกิจ (value)” ดังนั้น จึงต้องกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า โดยการสนับสนุนลูกค้า ผ่านช่องทางที่คุ้มค่าใช้จ่าย นั่นคือ ผ่านช่องทางออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ ทั้ง Youtube Facebook Line และ TikTok ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในยุคดิจิทัล	• ค้นหาสารสนเทศ สนับสนุนการทำธุรกรรม สนับสนุนลูกค้าด้านต่าง ๆ และรับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และการสนับสนุนลูกค้า ผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ ทั้ง Youtube Facebook Line และ TikTok ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะ Mobile Banking มีการขยายการใช้งานสู่ร้านค้ารายย่อยมากขึ้น เช่น ชำระเงินผ่าน QR Code หรือ Prompt Pay เป็นต้น

การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ และกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า

ปัจจัยสำคัญ	รายละเอียด และการวิเคราะห์	ความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญ
ข้อมูลคู่แข่ง/คู่เทียบ	1) LPN เน้นการสร้างชุมชนน่าอยู่ และการบริการลูกค้า โดยมีการสนับสนุนลูกค้า ผ่าน Website และ Application ครอบคลุมบริการด้านต่าง ๆ ก่อนการขายและหลังการขาย ประกอบด้วย บริการค้นหาข้อมูลโครงการ บริการพิเศษให้กับสมาชิกที่สมัครเข้าร่วม ติดตามโปรโมชั่นของโครงการ ยูนิตที่สนใจ การคำนวณสินเชื่อ แบบเอกสารขอสินเชื่อ/งานโอน บริการรับชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น บริการแจ้งเตือนรับพัสดุ บริการรับแจ้งซ่อม ติดต่อสื่อสารนิติบุคคล นอกจากนี้ยังมีบริการแบบครบวงจร ตั้งแต่งานซ่อมแซม การจัดการก่อสร้าง หรือการปรับปรุงห้องชุด รวมถึงการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ต่าง ๆ ในห้องชุด 2) พฤกษา เน้นนวัตกรรม และเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้าน โดยมีการสนับสนุนลูกค้า ผ่าน Application ที่ครอบคลุมบริการด้านต่าง ๆ เช่น ดูรายละเอียดคู่มือบ้านในหลังที่อยู่อาศัย แจ้งเตือนรับจดหมายหรือพัสดุ ตรวจสอบข้อมูลและชำระยอดผ่อนดาวน์ ดูรายละเอียดโครงการต่าง ๆ ติดตามข้อมูลการแก้ไขก่อนรับโอน แจ้งซ่อมและติดตามการแจ้งซ่อม ระบบควบคุมบ้านอัจฉริยะ ระบบจองพื้นที่ส่วนกลาง <u>ดังนั้น</u> จึงต้องกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า ให้ครอบคลุมทั้ง ก่อน ระหว่าง และหลังการขาย ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า	• ค้นหาสารสนเทศ สนับสนุนการทำธุรกรรม สนับสนุนลูกค้าด้านต่าง ๆ และรับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และการสนับสนุนลูกค้า ตลอดทั้งวงจรชีวิตของลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจให้เหนือกว่าคู่เทียบ

การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ และกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า

ปัจจัยสำคัญ	รายละเอียด และการวิเคราะห์	ความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญ
อื่น ๆ: **การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าด้วยการออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)**	**การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ลูกค้าที่ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตลอดทั้งวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ส่งผลให้ลูกค้าประทับใจ ยกระดับความพึงพอใจ นำไปสู่ความผูกพัน และการแนะนำบอกต่อของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับ กคช. ในระยะยาว** **<u>ดังนั้น</u> จึงต้องกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้าตามแต่ละขั้นตอนในเส้นทางของลูกค้า (Customer Journey) ที่สอดคล้องตลอดทั้งวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) โดยเฉพาะ NHA Service Application ที่ต้องมีขั้นตอนการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ประมวลผลได้ถูกต้อง รวดเร็ว เพื่อสนับสนุนและดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้งานมากขึ้น**	• **ค้นหาสารสนเทศ สนับสนุนการทำธุรกรรม สนับสนุนลูกค้าด้านต่าง ๆ และรับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และการสนับสนุนลูกค้า ผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ตามแต่ละขั้นตอนในเส้นทางของลูกค้า (Customer Journey) ที่สอดคล้องตลอดทั้งวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) โดยเฉพาะ NHA Service Application ที่ต้องมีขั้นตอนการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ประมวลผลได้ถูกต้อง รวดเร็ว เพื่อสนับสนุนและดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้งานมากขึ้น**

การกำหนดแนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
สำหรับทุกกลุ่มลูกค้า

การกำหนดแนวทางการสนับสนุนลูกค้า
สำหรับทุกกลุ่มลูกค้า ปี 2566

การกำหนดแนวทางการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม

จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ และกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า เมื่อพิจารณาร่วมกับความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า ตลอดจนจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญ ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ตั้งแต่ก่อนเป็นลูกค้าจนกระทั่งเกิดความผูกพัน แล้ว พบว่า มีความจำเป็นต้องประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าด้วยการออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ซึ่งจะระบุขั้นตอนตามเส้นทางการเดินทางของลูกค้า ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า โดยในแต่ละขั้นตอนจะมีการระบุจุดสัมผัสบริการ และความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า หลังจากนั้นจึงกำหนดแนวทางการสนับสนุนลูกค้า ซึ่งเมื่อนำแนวทางการสนับสนุนลูกค้า ทั้งหมดมาสรุป ก็จะได้แนวทางการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม

สำหรับการออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2566 ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า สำหรับทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเช่า มีรายละเอียด ดังนี้

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)
ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า — ลูกค้ามุ่งหวัง → ลูกค้าในอนาคต

ขั้นตอน		การรับรู้ (Awareness)	การพิจารณา (Consideration)
ลูกค้า		ลูกค้าที่ยังไม่รู้จักโครงการ →	ลูกค้าที่สนใจโครงการ

ประสบการณ์ลูกค้า

		การรับรู้ (Awareness)	การพิจารณา (Consideration)
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok รวมทั้ง Banner ใน Website • NHA Service Application	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website สื่อสังคมออนไลน์และของ กคช. • เปิดให้เยี่ยมชมโครงการที่อยู่อาศัย แบบ 360 องศา (โฮมมี่ VR Tour) • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device
	Physical Touch point	• การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย และสื่อช่วงรณรงค์ขาย เช่น รถแห่ หอกระจายข่าว ป้ายริมทาง เป็นต้น	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัย และบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ อยากเห็นและได้ยินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ที่เข้าถึงง่าย ใช้งานสะดวก (User Friendly) ➢ อยากเห็นและได้ยินโฆษณาข้อมูลโครงการ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ที่ครอบคลุมทุกช่องทาง ➢ ค้นหาหรือโทรศัพท์ถามแล้วได้ข้อมูลโครงการ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว ➢ อยากเห็นและได้ยินข้อมูลโครงการ จากคนที่รู้จัก	➢ มีข้อมูลโครงการอย่างครบถ้วน เพื่อใช้พิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อ ➢ โทรศัพท์สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับโครงการที่สนใจซื้อ ➢ สอบถามในสื่อสังคมออนไลน์แล้ว ได้รับการตอบกลับอย่างรวดเร็ว ข้อมูลครบถ้วน

การสนับสนุนลูกค้า

	การรับรู้ (Awareness)	การพิจารณา (Consideration)
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	1. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า 2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และทั่วถึง 3. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail Line ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 4. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 5. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามเพื่อสอบถามความต้องการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ	1. จัดทีมฝ่าย กต. และ บข. และเตรียมความพร้อม เพื่อสำรวจโครงการ กคช. และโครงการคู่เทียบ ก่อนรณรงค์ขายโครงการ 2. วิเคราะห์ข้อมูลโครงการคู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน และจัดทำรายการข้อได้เปรียบของโครงการ กคช. เพื่อให้คำแนะนำการพิจารณาเปรียบเทียบโครงการกับลูกค้า และโน้มน้าวลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ 3. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามความต้องการและทัศนคติการตัดสินใจซื้อโครงการ 4. รับแจ้งความต้องการและรับจองบ้าน ผ่านระบบจองบ้านออนไลน์ และจองบ้านโดยติดต่อที่สำนักใหญ่ / ศูนย์ขาย / สคล. สคจ. ที่ดูแลรับผิดชอบ 5. วางแผนและจัดโปรโมชั่นโครงการ ที่ดึงดูดใจลูกค้า 6. จัดให้มีค่าตอบแทนการขาย (Commission) ที่เหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับตัวแทนขาย

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า: ลูกค้าปัจจุบัน → ลูกค้าปัจจุบัน

ขั้นตอน	การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	การให้บริการ (Service)
ลูกค้า	ลูกค้าที่จองและทำสัญญา → ลูกค้าที่ผ่อนชำระเงินดาวน์	→ ลูกค้าที่ยื่นขอสินเชื่อ → ลูกค้าที่โอนกรรมสิทธิ์ → ลูกค้าที่เข้าอยู่อาศัย

ประสบการณ์ลูกค้า

จุดสัมผัสบริการ		การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	การให้บริการ (Service)
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device • NHA Service Application	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • ระบบจองคิวทำสัญญาเช่าซื้อ พร้อมตรวจสอบสัญญาเช่าซื้อและการจองคิวทำสัญญาได้ • NHA Service Application ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา ค่างวดที่ต้องชำระ/ค้างชำระ เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น
	Physical Touch point	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและการยื่นขอสินเชื่อพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• เจ้าหน้าที่ กคช. /ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ บริการแบบครบวงจร (One-Stop Service) สะดวก รวดเร็ว ในคราวเดียว ➢ สามารถเข้าถึงช่องทางชำระเงินที่ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ➢ มีสถาบันการเงินให้คำปรึกษาในเรื่องการขอสินเชื่อ	➢ พิจารณาสินเชื่อ/เช่าซื้อ คบส./เช่าซื้อ กคช. ได้เร็ว ➢ สามารถเข้าถึงช่องทางชำระเงินที่สะดวก และรวดเร็ว ➢ แจ้งซ่อมและดำเนินการซ่อมอย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว ➢ ทราบขั้นตอนและได้เตรียมพร้อมโอนกรรมสิทธิ์ ➢ ได้เตรียมตัวก่อนเข้าอยู่อาศัย และทราบระเบียบการอยู่อาศัยในชุมชน ➢ ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป

การสนับสนุนลูกค้า

แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	การให้บริการ (Service)
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา และเตรียมยื่นกู้ 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ราคาขาย/วิธีการผ่อนชำระ/ค่างวด/ช่องทางการผ่อนชำระและการยื่นขอสินเชื่อ ให้กับลูกค้า 3. ทำ Credit Scoring ของลูกค้า เพื่อดูความสามารถในการผ่อนชำระ พร้อมให้คำแนะนำก่อนทำสัญญา สถาบันการเงิน (ถ้ามี) ให้คำปรึกษาการขอสินเชื่อ 4. ทำเช็คลิสต์รายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาและยื่นขอสินเชื่อ 5. ทำสัญญาจอง/สัญญาจะซื้อจะขาย/สัญญาเช่าซื้อ และรับเงินมัดจำล่วงหน้าจากลูกค้า และชี้แจงเอกสารที่ต้องเตรียมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 6. เจ้าหน้าที่โทรศัพท์ติดตามสอบถามเอกสารที่ลูกค้าต้องเตรียมเพิ่มเติมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 7. รับและตรวจเอกสารยื่นขอสินเชื่อจากลูกค้า	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระค่างวด 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. NHA Service Application ออกใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าชำระค่างวด 4. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว เช่น QR Code สำหรับให้ลูกค้าสแกนเพื่อชำระเงิน 5. แจ้งให้ลูกค้าทราบ และนัดหมายการโอนกรรมสิทธิ์กับลูกค้า 6. นัดหมาย ตรวจสภาพอาคารก่อนส่งมอบบ้าน และส่งมอบกุญแจ พร้อมคู่มือการอยู่อาศัยให้ลูกค้า และตอบข้อซักถาม 7. รับแจ้งซ่อม และดำเนินการซ่อมอย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว 8. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า	ลูกค้าปัจจุบัน → ลูกค้าที่ผูกพัน	ลูกค้าในอดีต
ขั้นตอน	**การสร้างความภักดี (Loyalty)**	**การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)**
ลูกค้า	ลูกค้าที่เข้าอยู่อาศัย → ลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ →	ลูกค้าที่ไม่ผ่านสินเชื่อ ไม่ทำเช่าซื้อ ยกเลิกสัญญา
ประสบการณ์ลูกค้า		
จุดสัมผัสบริการ – Digital Touch point	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ผ่านช่องทางออนไลน์ • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device (ลูกค้าในอดีต ที่ไม่ผ่านสินเชื่อ ไม่ทำเช่าซื้อ หรือยกเลิกสัญญา สามารถเข้าถึงช่องทางนี้ได้ ในกรณีที่ต้องการกลับมาซื้อบ้านในโครงการของ กคช.)
จุดสัมผัสบริการ – Physical Touch point	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า • จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า	➢ กิจกรรมพัฒนาชุมชน น่าสนใจ มีประโยชน์กับลูกค้า ➢ มีการฝึกอบรมอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับลูกบ้านในชุมชน ➢ ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป ➢ ได้สิทธิพิเศษเมื่อชำระค่างวดต่อเนื่องตามกำหนด และได้รับการสนับสนุนเพื่อเป็นลูกค้า กคช. ต่อไป ➢ แนะนำบอกต่อได้ง่าย สะดวกและได้ประโยชน์	➢ ได้ความรู้และคำแนะนำที่สามารถรักษาสถานะการเป็นลูกค้าของ กคช. ไว้ได้
การสนับสนุนลูกค้า		
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมพัฒนาชุมชน ฝึกอบรมอาชีพ ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีและความผูกพัน เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ 5. รับฟังความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ 6. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้า ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า เพื่อสร้างความภักดี และการแนะนำบอกต่อของลูกค้า เช่น ให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดสำหรับครอบครัวขยาย เป็นต้น	1. ให้ความรู้และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษาสถานะการเป็นลูกค้า และการกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 2. ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนทำสัญญา เพื่อกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 3. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้า เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าในอดีต กลับมาเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพของ กคช. 4. เสนอให้ลูกค้าที่ได้รับการปฏิเสธสินเชื่อจากสถาบันการเงิน สามารถทำเช่าซื้อกับ กคช. / คบส. ได้ 5. ให้คำปรึกษาและร่วมแก้ไขปัญหากับลูกค้าในอดีต ด้านทั้งการเงินและอื่น ๆ เช่น ลูกค้าที่ติด Black List ลูกค้าเช่าซื้อที่มีปัญหาด้านการเงิน ลูกค้าที่ย้ายถิ่นฐาน เพื่อให้กลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 6. ติดตามลูกค้าในอดีต เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและเชิญชวนให้มาเป็นลูกค้าของ กคช.

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
1. ลูกค้ามุ่งหวัง • การรับรู้ (Awareness)	• การประชาสัมพันธ์ผ่าน วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย และสื่อช่วงรณรงค์ขาย เช่น รถแห่ หอกระจายข่าว ป้ายริมทาง เป็นต้น รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนสายที่ผู้สนใจสอบถามข้อมูลโครงการ กคช. ผ่าน Call Center ปี 2566	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok รวมทั้ง Banner ใน Website • NHA Service Application รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งของผู้ที่เข้ามาในระบบ Smart Device ปี 2566	1. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า 2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และทั่วถึง 3. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail Line ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 4. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 5. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามเพื่อสอบถามความต้องการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
2. ลูกค้าในอนาคต • การพิจารณา (Consideration)	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนรายชื่อผู้แสดงความสนใจโครงการ กคช. ที่เก็บรวบรวมโดย Call Center ปี 2566 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website สื่อสังคมออนไลน์และของ กคช. • เปิดให้เยี่ยมชมโครงการที่อยู่อาศัยแบบ 360 องศา (โฮมมี่ VR Tour) • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้จองโครงการ ในระบบ Smart Device ปี 2566	1. จัดทีมฝ่าย กต. และ บข. และเตรียมความพร้อม เพื่อสำรวจโครงการ กคช. และโครงการคู่เทียบ ก่อนรณรงค์ขายโครงการ 2. วิเคราะห์ข้อมูลโครงการคู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน และจัดทำรายการข้อได้เปรียบของโครงการ กคช. เพื่อให้คำแนะนำการพิจารณาเปรียบเทียบโครงการกับลูกค้า และโน้มน้าวลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ 3. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามความต้องการและทัศนคติการตัดสินใจซื้อโครงการ 4. รับแจ้งความต้องการและรับจองบ้านผ่านระบบจองบ้านออนไลน์ และจองบ้านโดยติดต่อที่สำนักใหญ่ / ศูนย์ขาย / สคล. สคจ. ที่ดูแลรับผิดชอบ 5. วางแผนและจัดโปรโมชั่นโครงการ ที่ดึงดูดใจลูกค้า 6. จัดให้มีค่าตอบแทนการขาย (Commission) ที่เหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับตัวแทนขาย

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและการยื่นขอสินเชื่อ พร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญาแบบ Walk-In ปี 2566	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device • NHA Service Application รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญา ในระบบ Smart Device ปี 2566	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา และเตรียมยื่นกู้ 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ราคาขาย/วิธีการผ่อนชำระ/ค่างวด/ช่องทางการผ่อนชำระและการยื่นขอสินเชื่อ ให้กับลูกค้า 3. ทำ Credit Scoring ของลูกค้า เพื่อดูความสามารถในการผ่อนชำระ พร้อมให้คำแนะนำก่อนทำสัญญา สถาบันการเงิน (ถ้ามี) ให้คำปรึกษาการขอสินเชื่อ 4. ทำเช็คลิสต์รายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาและยื่นขอสินเชื่อ 5. ทำสัญญาจอง/สัญญาจะซื้อจะขาย/สัญญาเช่าซื้อ และรับเงินมัดจำล่วงหน้าจากลูกค้า และชี้แจงเอกสารที่ต้องเตรียมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 6. เจ้าหน้าที่โทรติดตามสอบถามเอกสารที่ลูกค้าต้องเตรียมเพิ่มเติมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 7. รับและตรวจเอกสารยื่นขอสินเชื่อจากลูกค้า

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การให้บริการ (Service)	• เจ้าหน้าที่ กคช./ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • ระบบจองคิวทำสัญญาเช่าซื้อ พร้อมสามารถตรวจสอบสัญญาเช่าซื้อ และการจองคิวทำสัญญาได้ • NHA Service Application ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา ค่างวดที่ต้องชำระ/ค้างชำระ เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระค่างวด 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. NHA Service Application ออกใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าชำระค่างวด 4. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว เช่น QR Code สำหรับให้ลูกค้าสแกนเพื่อชำระเงิน 5. แจ้งให้ลูกค้าทราบ และนัดหมายการโอนกรรมสิทธิ์กับลูกค้า 6. นัดหมาย ตรวจสภาพอาคารก่อนส่งมอบบ้าน และส่งมอบกุญแจ พร้อมคู่มือการอยู่อาศัยให้ลูกค้า และตอบข้อซักถาม 7. รับแจ้งซ่อม และดำเนินการซ่อมอย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว 8. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การสร้างความภักดี (Loyalty)	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า • จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ผ่านช่องทางออนไลน์ • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมพัฒนาชุมชน ฝึกอบรมอาชีพ ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีและความผูกพัน เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้าตามสถานการณ์ปัจจุบัน 5. รับฟังความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ 6. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้า ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า เพื่อสร้างความภักดี และการแนะนำบอกต่อของลูกค้า เช่น ให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดสำหรับครอบครัวขยาย เป็นต้น

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
เพิ่มเติม: 4. ลูกค้าในอดีต • การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device (ลูกค้าในอดีต ที่ไม่ผ่านสินเชื่อ ไม่ทำเช่าซื้อ หรือยกเลิกสัญญา สามารถเข้าถึงช่องทางนี้ได้ในกรณีที่ต้องการกลับมาซื้อบ้านในโครงการของ กคช.)	1. ให้ความรู้และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษาสถานะการเป็นลูกค้า และการกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 2. ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนทำสัญญา เพื่อกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 3. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้า เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าในอดีต กลับมาเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพของ กคช. 4. เสนอให้ลูกค้าที่ได้รับการปฏิเสธสินเชื่อจากสถาบันการเงิน สามารถทำเช่าซื้อกับ กคช. / คบส. ได้ 5. ให้คำปรึกษาและร่วมแก้ไขปัญหากับลูกค้าในอดีต ด้านทั้งการเงินและอื่น ๆ เช่น ลูกค้าที่ติด Black List ลูกค้าเช่าซื้อที่มีปัญหาด้านการเงิน ลูกค้าที่ย้ายถิ่นฐาน เพื่อให้กลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 6. ติดตามลูกค้าในอดีต เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและเชิญชวนให้มาเป็นลูกค้าของ กคช.

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)
ปี 2566 : อาคารเช่า

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า	ลูกค้ามุ่งหวัง →	→ ลูกค้าในอนาคต
ขั้นตอน	**การรับรู้ (Awareness)**	**การพิจารณา (Consideration)**
ลูกค้า	ลูกค้าที่ยังไม่รู้จักโครงการ →	ลูกค้าที่สนใจโครงการ → ลูกค้าที่ดูและเลือกห้องพักอาศัย
ประสบการณ์ลูกค้า		
จุดสัมผัสบริการ – Digital Touch point	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok • Banner	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจอาคารเช่า/บ้านเช่า ผ่าน Website ของ กคช.
จุดสัมผัสบริการ – Physical Touch point	• การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า	➢ อยากเห็นและได้ยินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ แบบออฟไลน์และออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย ใช้งานสะดวก (User Friendly) ➢ อยากเห็นและได้ยินโฆษณาข้อมูลโครงการ แบบออฟไลน์และออนไลน์ ที่ครอบคลุมทุกช่องทาง ป้ายหน้าโครงการ โบรชัวร์ และสอบถามเพื่อน ➢ ค้นหาหรือโทรศัพท์ถามแล้วได้ข้อมูลโครงการ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว	➢ มีข้อมูลโครงการอย่างครบถ้วน เพื่อใช้พิจารณาก่อนตัดสินใจเช่า ➢ โทรศัพท์สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับโครงการที่สนใจเช่า ➢ สอบถามในสื่อสังคมออนไลน์แล้ว ได้รับการตอบกลับอย่างรวดเร็ว ข้อมูลครบถ้วน
การสนับสนุนลูกค้า		
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	1. สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า • โฆษณาผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ป้ายโฆษณาหน้าโครงการ แผ่นพับ ใบปลิว Facebook เป็นต้น • ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ลูกบ้านในโครงการช่วยประชาสัมพันธ์ รณรงค์ตามหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น • ส่งเสริมการตลาด เช่น ชั้น 1-4 ค่าเช่า 1,500 บาท ชั้น 5 ค่าเช่า 1,200 บาท ลดราคา 10% ของค่าเช่า ปลอดค่าเช่า 3 เดือน เป็นต้น • ดำเนินงานขายโดย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. • ลูกค้าแนะนำบอกต่อ 2. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจเช่า ในระบบ เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 3. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 4. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์	1. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. ชี้แจงข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจเช่า เช่น ค่าเช่าถูกกว่า ขนาดพื้นที่ใช้สอยมากกว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ/คนพิการ มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น 2. ระบุข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อลูกค้าพิจารณา เป็นข้อมูลเพิ่มเติมใน Website กคช. 3. ปรับปรุงขั้นตอนลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า โดยพิจารณาการเข้าถึงได้ง่ายของผู้สนใจโครงการ 4. ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการบรรจุผู้เช่า นับตั้งแต่ขั้นตอนการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ รายละเอียดข้อมูลโครงการ การทำสัญญา ระเบียบในการอยู่อาศัย และการบรรจุผู้เช่า

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า: ลูกค้าปัจจุบัน → ลูกค้าปัจจุบัน

ขั้นตอน: การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase) → การให้บริการ (Service)

ลูกค้า: ลูกค้าที่ชำระเงินและทำสัญญา → ลูกค้าที่รับมอบกุญแจ → ลูกค้าที่เข้าพักอาศัย → ลูกค้าที่ชำระค่าเช่า/แจ้งซ่อม/ร้องเรียน → ลูกค้าที่ต่อสัญญาเช่า

ประสบการณ์ลูกค้า

จุดสัมผัสบริการ		การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	การให้บริการ (Service)
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช.	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • NHA Service Application ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา อัตราค่าเช่า เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น
จุดสัมผัสบริการ	Physical Touch point	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา ใบเสร็จรับเงินค่าเช่า/ค่าประกัน • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• การทำธุรกรรมผ่านสำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) พร้อมอำนวยความสะดวก • เจ้าหน้าที่ กคช./ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นต้น
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ บริการแบบครบวงจร (One-Stop Service) สะดวก รวดเร็ว ครั้งเดียวจบ ➢ สามารถเข้าถึงช่องทางชำระเงินที่สะดวก และรวดเร็ว ➢ ห้องว่างที่พร้อมอยู่ทันที หลังจากทำสัญญาเช่า ➢ ได้เตรียมตัวก่อนเข้าอยู่อาศัย และทราบระเบียบในการอยู่อาศัย	➢ สามารถเข้าถึงช่องทางชำระเงินที่สะดวก และรวดเร็ว ➢ รับแจ้งซ่อม และดำเนินการซ่อมอย่างรวดเร็ว พร้อมใช้งาน ➢ ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป ➢ ทราบขั้นตอนและได้เตรียมพร้อมโอนสิทธิ์ กรณีรับสิทธิ์ทายาท

การสนับสนุนลูกค้า

แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	การให้บริการ (Service)
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า พร้อมระเบียบในการอยู่อาศัย เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ค่าเช่า/เงื่อนไขการเช่า/ระยะเวลาการเช่า/วิธีการชำระเงิน/ช่องทางชำระเงิน ให้กับลูกค้า 3. เจ้าหน้าที่ ตรวจสอบรายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาเช่า 4. ทำสัญญาเช่า และรับเงินประกันการเช่าจากลูกค้า 5. ตรวจสอบห้องเช่าร่วมกับลูกค้า ตามรายการตรวจสอบห้องเช่า และส่งมอบกุญแจให้กับลูกค้า	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระเงิน 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว 4. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 5. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 6. นัดหมายการโอนสิทธิ์กับลูกค้า กรณีรับสิทธิ์ทายาท

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า: ลูกค้าปัจจุบัน → ลูกค้าที่ผูกพัน → ลูกค้าในอดีต (→ ลูกค้าปัจจุบัน)

ขั้นตอน		การสร้างความภักดี (Loyalty)		การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)
ลูกค้า		ลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนา/บริหารชุมชน/ร้องเรียน →	ลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ →	ลูกค้าที่ไม่ต่อสัญญาเช่า/ยกเลิกสัญญาเช่า
ประสบการณ์ลูกค้า				
จุดสัมผัสบริการ	**Digital Touch point**	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ผ่านช่องทางออนไลน์ • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.		• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device
	Physical Touch point	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า | จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ | ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ ตรวจเยี่ยมชุมชน • จัดการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา แก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 | รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน • มาตรการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เช่า เช่น การอบรมอัคคีภัย การติดตั้งกล้องวงจรปิด เป็นต้น		• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ กิจกรรมอบรมให้ความรู้และพัฒนาชุมชน น่าสนใจ มีประโยชน์กับลูกค้า ➢ ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป ➢ ได้สิทธิพิเศษเมื่อชำระค่าเช่าต่อเนื่องตามกำหนด และได้รับการสนับสนุนเพื่อเป็นลูกค้า กคช. ต่อไป ➢ แนะนำบอกต่อได้ง่าย สะดวกและได้ประโยชน์		➢ อัตราค่าเช่าคงเดิม ไม่ปรับขึ้น ➢ ซ่อมแซมให้รวดเร็ว พร้อมใช้งาน ➢ สิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการใหม่ มากกว่าโครงการเดิม (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน) ➢ สอบถามข้อมูลโครงการใหม่ (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน)
การสนับสนุนลูกค้า				
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า		1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอบรมให้ความรู้และพัฒนาชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า เช่น ปรับลดค่าเช่าตามสถานการณ์ตลาด เป็นต้น 5. กรณีเช่าเป็นหมู่คณะ ได้ส่วนลดค่าเช่ารายเดือน เพื่อเป็นสวัสดิการให้กับพนักงานขององค์กรที่มาเช่าบ้านกับ กคช. และเป็นการแก้ไขปัญหาอาคารคงเหลือ		1. ชี้แจงสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมของการต่อสัญญาเช่า เปรียบเทียบกับการไม่ต่อสัญญาเช่า แต่จ่ายค่าเช่า 2. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 3. ชี้แจงลูกค้า ถึงสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการใหม่ เทียบกับโครงการเดิม (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน) 4. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. สอบถามหลังจากที่ลูกค้าจะยกเลิกสัญญา ว่าจะย้ายถิ่นฐานไปที่ไหน เพื่อเสนอโครงการเช่า ในถิ่นฐานใหม่

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
1. ลูกค้ามุ่งหวัง • การรับรู้ (Awareness)	• การประชาสัมพันธ์ผ่าน วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งที่ผู้สนใจสอบถามข้อมูลโครงการ กคช. ผ่าน Call Center ปี 2566 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok • Banner รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งของผู้ที่เข้ามาในระบบ Smart Device ปี 2566	1. สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า • โฆษณาผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ป้ายโฆษณาหน้าโครงการ แผ่นพับ ใบปลิว Facebook เป็นต้น • ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ลูกบ้านในโครงการช่วยประชาสัมพันธ์ รณรงค์ตามหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น • ส่งเสริมการตลาด เช่น ชั้น 1-4 ค่าเช่า 1,500 บาท ชั้น 5 ค่าเช่า 1,200 บาท ลดราคา 10% ของค่าเช่า ปลอดค่าเช่า 3 เดือน เป็นต้น • ดำเนินงานขายโดย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. • ลูกค้าแนะนำบอกต่อ 2. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจเช่า เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 3. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 4. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
2. ลูกค้าในอนาคต • การพิจารณา (Consideration)	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนรายชื่อผู้แสดงความสนใจโครงการ กคช. ที่เก็บรวบรวมโดย Call Center ปี 2566 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจอาคารเช่า/บ้านเช่า ผ่าน Website ของ กคช. รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้จองโครงการ ในระบบ Smart Device ปี 2566	1. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. ชี้แจงข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจเช่า เช่น ค่าเช่าถูกกว่า ขนาดพื้นที่ใช้สอยมากกว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ/คนพิการ มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น 2. ระบุข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อลูกค้าพิจารณา เป็นข้อมูลเพิ่มเติมใน Website กคช. Facebook 3. ปรับปรุงขั้นตอนลงทะเบียนสนใจโครงการอาคารเช่า โดยพิจารณาการเข้าถึงได้ง่ายของผู้สนใจโครงการ 4. ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการบรรจุผู้เช่า นับตั้งแต่ขั้นตอนการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ รายละเอียดข้อมูลโครงการ การทำสัญญา ระเบียบในการอยู่อาศัย และการบรรจุผู้เช่า

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา ใบเสร็จรับเงินค่าเช่า/ค่าประกัน • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขายสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญาแบบ Walk-In ปี 2566 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช. รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญา ในระบบ Smart Device ปี 2566	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า พร้อมระเบียบในการอยู่อาศัย เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ค่าเช่า/เงื่อนไขการเช่า/ระยะเวลาการเช่า/วิธีการชำระเงิน/ช่องทางชำระเงิน ให้กับลูกค้า 3. เจ้าหน้าที่ ตรวจสอบรายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาเช่า 4. ทำสัญญาเช่า และรับเงินประกันการเช่าจากลูกค้า 5. ตรวจสอบห้องเช่าร่วมกับลูกค้า ตามรายการตรวจสอบห้องเช่า และส่งมอบกุญแจให้กับลูกค้า

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การให้บริการ (Service)	• การทำธุรกรรมผ่านสำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) พร้อมอำนวยความสะดวก • เจ้าหน้าที่ กคช./ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นต้น	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • ระบบ NHA Service ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา อัตราค่าเช่า เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระเงิน 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว 4. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 5. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 6. นัดหมายการโอนสิทธิ์กับลูกค้า กรณีรับสิทธิ์ทายาท

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การสร้างความภักดี (Loyalty)	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า | จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ | ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ ตรวจเยี่ยมชุมชน • จัดการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา แก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 | รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้าเช่า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน • มาตรการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เช่า เช่น การอบรมอัคคีภัย การติดตั้งกล้องวงจรปิด เป็นต้น	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facecbook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ผ่านช่องทางออนไลน์ • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอบรมให้ความรู้และพัฒนาชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า เช่น ปรับลดค่าเช่าตามสถานการณ์ตลาด เป็นต้น 5. กรณีเช่าเป็นหมู่คณะ ได้ส่วนลดค่าเช่ารายเดือน เพื่อเป็นสวัสดิการให้กับพนักงานขององค์กรที่มาเช่าบ้านกับ กคช. และเป็นการแก้ไขปัญหาอาคารคงเหลือ

แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่ม ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
เพิ่มเติม: 4. ลูกค้าในอดีต • การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device	1. ชี้แจงสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมของการต่อสัญญาเช่า เปรียบเทียบกับการไม่ต่อสัญญาเช่า แต่จ่ายค่าเช่า 2. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 3. ชี้แจงลูกค้า ถึงสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการใหม่ เทียบกับโครงการเดิม (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน) 4. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. สอบถามหลังจากที่ลูกค้าจะยกเลิกสัญญา ว่าจะย้ายถิ่นฐานไปที่ไหน เพื่อเสนอโครงการเช่า ในถิ่นฐานใหม่ เพิ่มเติม: 5. กำหนดมาตรการช่วยเหลือลูกค้าในช่วงภาวะวิกฤตต่าง ๆ ในโครงการ

การวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการสนับสนุนลูกค้าอย่างเหมาะสม

การออกแบบเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า		ลูกค้ามุ่งหวัง → ลูกค้าในอนาคต	
ขั้นตอน		การรับรู้ (Awareness)	การพิจารณา (Consideration)
ลูกค้า		ลูกค้าที่ยังไม่รู้จักโครงการ →	ลูกค้าที่สนใจโครงการ
ประสบการณ์ลูกค้า			
จุดสัมผัสบริการ	Digital Touch point	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok รวมทั้ง Banner ใน Website • NHA Service Application	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website สื่อสังคมออนไลน์และของ กคช. • เปิดให้เยี่ยมชมโครงการที่อยู่อาศัย แบบ 360 องศา (โฮมมี่ VR Tour) • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device **ระบบ Smart Device เพื่อจองบ้านออนไลน์**
	Physical Touch point	• การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย และสื่อช่วงรณรงค์ขาย เช่น รถแห่ หอกระจายข่าว ป้ายริมทาง เป็นต้น	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูล • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ
ความต้องการการสนับสนุนของลูกค้า		➢ อยากเห็นและได้ยินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ที่เข้าถึงง่าย ใช้งานสะดวก (User Friendly) ➢ อยากเห็นและได้ยินโฆษณาข้อมูลโครงการ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ที่ครอบคลุมทุกช่องทาง ➢ ค้นหาหรือโทรศัพท์ถามแล้วได้ข้อมูลโครงการ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว ➢ อยากเห็นและได้ยินข้อมูลโครงการ จากคนที่รู้จัก	➢ มีข้อมูลโครงการอย่างครบถ้วน เพื่อใช้พิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อ ➢ โทรศัพท์สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับโครงการที่สนใจซื้อ ➢ สอบถามในสื่อสังคมออนไลน์แล้ว ได้รับการตอบกลับอย่างรวดเร็ว ข้อมูลครบถ้วน
การสนับสนุนลูกค้า			
แนวทางการสนับสนุนลูกค้า		1. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า 2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และทั่วถึง 3. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail Line ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 4. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 5. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามเพื่อสอบถามความต้องการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ	1. จัดทีมฝ่าย กต. และ บข. และเตรียมความพร้อม เพื่อสำรวจโครงการ กคช. และโครงการคู่เทียบ ก่อนรณรงค์ขายโครงการ 2. วิเคราะห์ข้อมูลโครงการคู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน และจัดทำรายการข้อได้เปรียบของโครงการ กคช. เพื่อให้คำแนะนำการพิจารณาเปรียบเทียบโครงการกับลูกค้า และโน้มน้าวลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ 3. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามความต้องการและทัศนคติการตัดสินใจซื้อโครงการ 4. รับแจ้งความต้องการและรับจองบ้าน ผ่านระบบจองบ้านออนไลน์ และจองบ้านโดยติดต่อที่สำนักใหญ่ / ศูนย์ขาย / สคล. สคจ. ที่ดูแลรับผิดชอบ 5. วางแผนและจัดโปรโมชั่นโครงการ ที่ดึงดูดใจลูกค้า 6. จัดให้มีค่าตอบแทนการขาย (Commission) ที่เหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับตัวแทนขาย

ตัวอย่างการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการสนับสนุนลูกค้าอย่างเหมาะสม

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้: ระบบ Smart Device เพื่อจองบ้านออนไลน์

การสนับสนุนลูกค้า

- สนับสนุนลูกค้าในขั้นตอน การพิจารณา (Consideration) เพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาโครงการที่สนใจและจองบ้านได้ทันที

ทรัพยากรทางเทคโนโลยี (Resources)

• ทีมพัฒนา+จัดการ Website	• ไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์ IT
• ข้อมูลความต้องการผู้ใช้งาน	• งบประมาณโครงการ IT
• Computer+Program+Server	• ใช้เวลาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการวิเคราะห์โดยรวม

- การจัดทำระบบ Smart Device เพื่อจองบ้านออนไลน์ สนับสนุนให้ลูกค้าสามารถค้นหาและจองบ้านที่สนใจได้ทันที สะดวก รวดเร็ว เป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการสนับสนุนลูกค้าอย่างเหมาะสม

ตัวป้อน (Input)

ปัญหา:

- ลูกค้าต้องเดินทางมาติดต่อจองบ้านด้วยตนเอง ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายมาก

ความต้องการ:

- ระบบที่สนับสนุนลูกค้าให้สามารถจองบ้าน ในโครงการที่สนใจ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ทันที สะดวก รวดเร็ว

กระบวนการเทคโนโลยี (Technological Process)

จากปัญหาและความต้องการ ได้เก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง แล้วเลือกวิธีการแก้ปัญหา คือ จัดทำ Website ที่เชื่อมโยงเข้าระบบ Smart Device เพื่อจองบ้านออนไลน์ หลังจากนั้น จึงพัฒนา Website ทดสอบ ปรับปรุงแก้ไข แล้วจึงจัดเตรียม Website และ Server ให้พร้อมใช้งาน เพื่อให้ลูกค้าเข้าใช้งานระบบ Smart Device เพื่อจองบ้านออนไลน์ได้

ผลผลิตหรือผลลัพธ์ (Output or Outcome)

ผลผลิต:

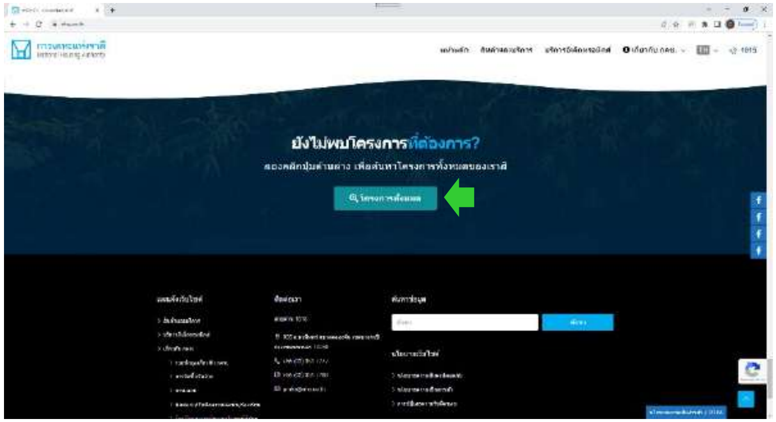
- ระบบ Smart Device เพื่อจองบ้านออนไลน์ ที่ลูกค้าผู้ใช้งานสามารถค้นหาบ้านในโครงการที่สนใจและจองบ้านที่ต้องการได้ทันที สะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมาติดต่อด้วยตนเอง และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก

ปัจจัยที่ขัดขวางต่อเทคโนโลยี (Constraints)

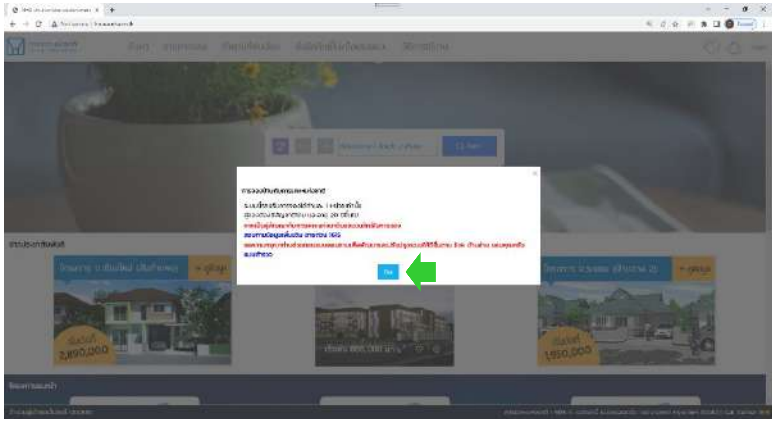
- ต้องจัดหา Server ที่สามารถรองรับปริมาณการใช้งานที่สูง เพื่อป้องกัน Website ล่ม
- ต้องบริหารระบบ Smart Device โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความลับ ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า

ตัวอย่างหน้าจอ Website ที่เชื่อมโยงเข้าระบบ Smart Device เพื่อจองบ้านออนไลน์

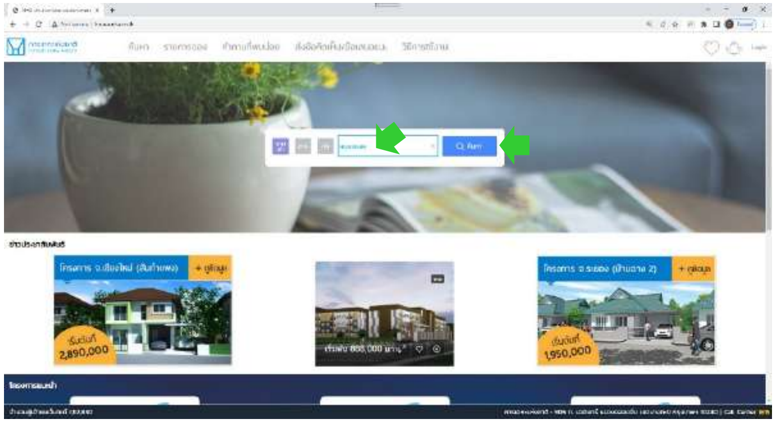
1



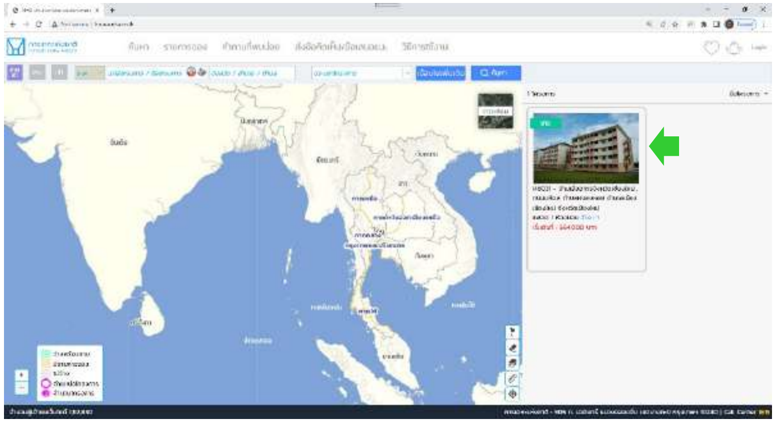
2



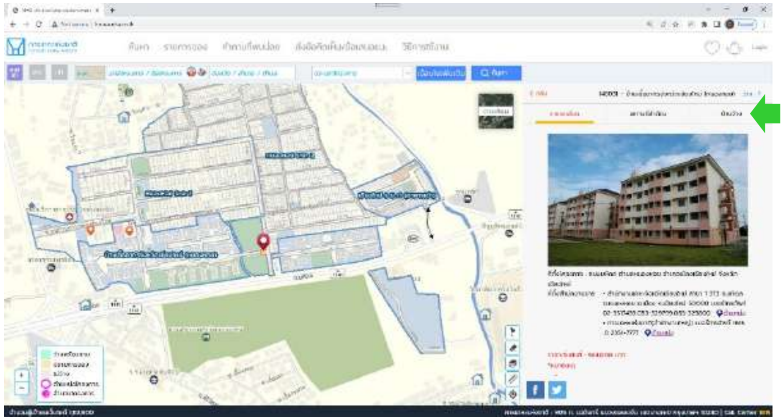
3



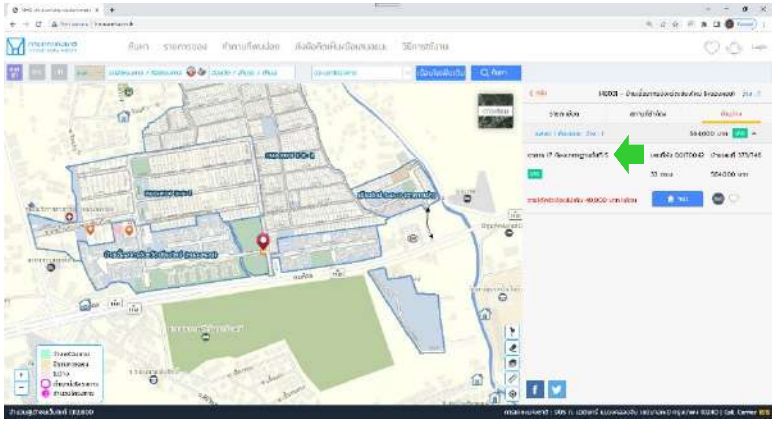
4



5

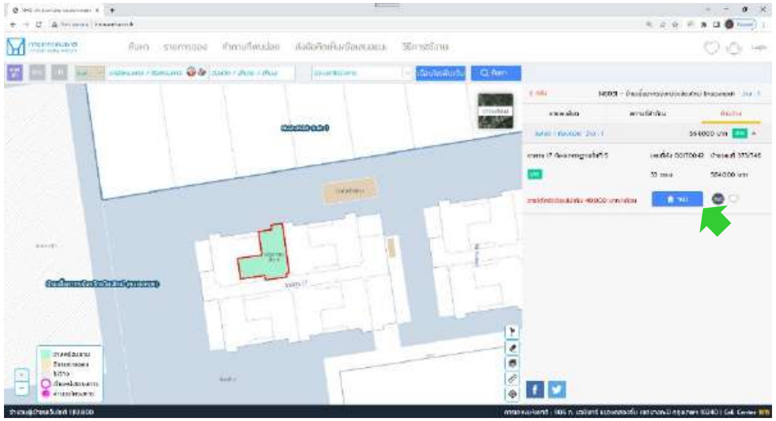


6

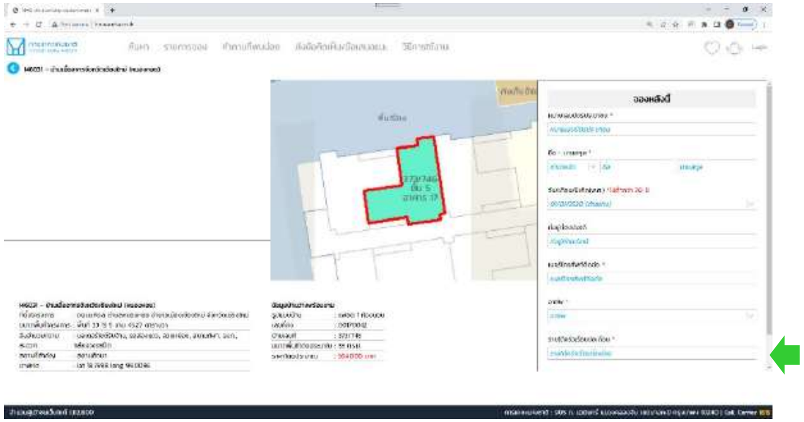


ตัวอย่างหน้าจอ Website ที่เชื่อมโยงเข้าระบบ Smart Device เพื่อจองบ้านออนไลน์

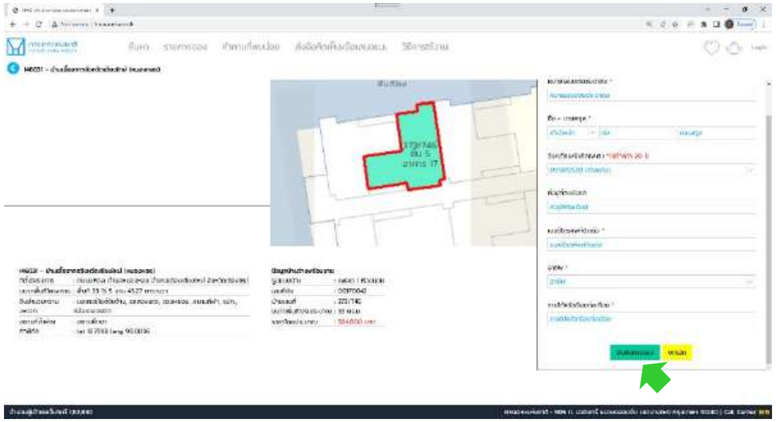
7



8



9



การจัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ

การจัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567

1. คำนิยามสำคัญ

กฎบัตรบริการ (Service Charter) หมายถึง นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของหน่วยงานในการให้บริการ โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารให้พนักงานและลูกค้าทราบ

มาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard) หมายถึง ชุดของนโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กร ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ทางธุรกิจที่อาจมีกับลูกค้า ซึ่งมีองค์ประกอบ ได้แก่ พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐาน (Service Protocol) การรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้น (Service Recovery Plan) และการกำหนดแนวทางการวัดและติดตามผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการและประเภทการให้บริการที่สำคัญ ซึ่งผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยกลไกในการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบและประเมินผลทั้งภายในและ/หรือภายนอก

2. วัตถุประสงค์

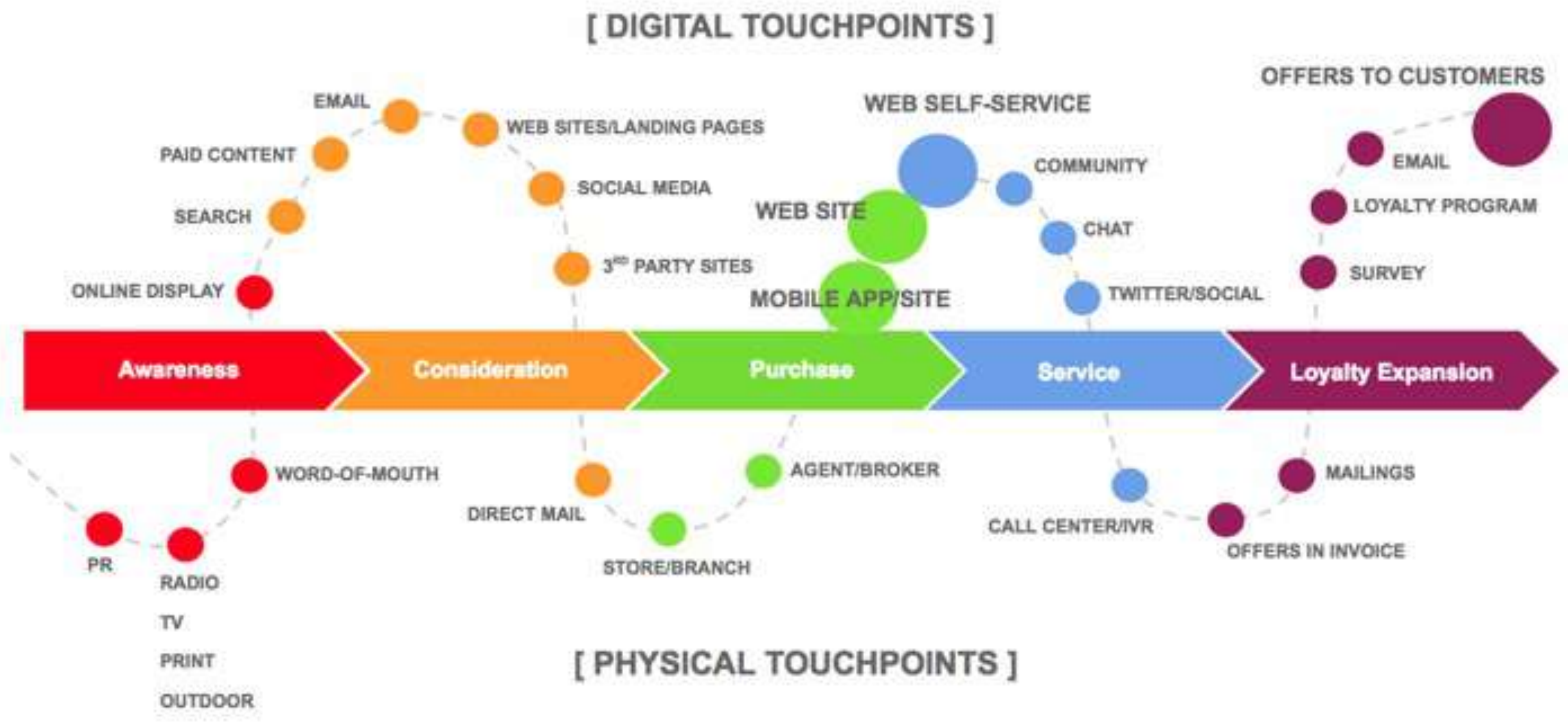
2.1 เพื่อแสดงเจตนารมณ์อันแน่วแน่ของการเคหะแห่งชาติ (กคช.) ที่จะให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ เมื่อมีการติดต่อขอใช้บริการงานของ กคช.

2.2 เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ การให้บริการที่น่าเชื่อถือและมีคุณภาพด้วยความโปร่งใส ผลิตภัณฑ์และบริการมีมาตรฐาน และสามารถให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อสอบถามและข้อร้องเรียนของลูกค้า

3. กฎบัตรและมาตรฐานด้านการบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard)

ในการกำหนดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ กคช. คำนึงถึงกระบวนการของเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ของลูกค้า เพื่อให้ กคช. สามารถให้บริการ ตลอดจนการกำหนดแนวทางการการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญในการติดต่อรับบริการระหว่างลูกค้ากับ กคช. แสดงดังตาราง “เส้นทางเดินของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ” โดยได้กำหนดแนวทางการประเมินผลด้วยการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัส

เส้นทางเดินของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ



เส้นทางเดินของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ ปี 2567

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint)		แนวทางการประเมินผล
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
• การรับรู้ (Awareness)	• การประชาสัมพันธ์ผ่าน วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • มหกรรมขายของการเคหะแห่งชาติ • การจัดสัมมนาทั้งที่ กคช. จัดเอง และเข้าร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตรและลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok • Banner • ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) เป็นระบบบริการข้อมูลที่อยู่อาศัยโครงการภาครัฐของการเคหะแห่งชาติ แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ	• สำรวจความพึงพอใจช่องทางการสื่อสารของการเคหะแห่งชาติทุกปี
• การพิจารณา (Consideration)	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website สื่อสังคมออนไลน์ ของ กคช. • เปิดให้เยี่ยมชมโครงการที่อยู่อาศัย แบบ 360 องศา (โฮมมี่ VR Tour) • ลงทะเบียนแสดงความสนใจอาคารเพื่อขาย/เช่า ผ่าน Website ของ กคช. • จองบ้าน Online ด้วย Smart Device ทั้งอาคารเพื่อขาย/เช่า	• สำรวจความพึงพอใจช่องทางการให้บริการของการเคหะแห่งชาติทุกปี

เส้นทางเดินของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ ปี 2567

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint)		แนวทางการประเมินผล
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
• การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและการยื่นขอสินเชื่อพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา ใบเสร็จรับเงินค่าเช่า/ค่าประกัน • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย ผู้แนะนำโครงการ ผู้รับจ้างบริหารการตลาดและขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• ติดต่อสอบถามรายละเอียดการทำสัญญากับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช.	• สำรวจความพึงพอใจช่องทางการให้บริการของการเคหะแห่งชาติทุกปี • การรับฟังข้อร้องเรียน

เส้นทางเดินของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ ปี 2567

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint)		แนวทางการประเมินผล
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
• การให้บริการ (Service)	• การทำธุรกรรมผ่านสำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค ผู้รับจ้างบริหารการตลาดและขาย รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) พร้อมอำนวยความสะดวก • เจ้าหน้าที่ กคช. /ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 ผู้รับจ้างบริหารการตลาดและขาย รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นต้น	• ระบบจองคิวทำสัญญาเช่าซื้อ พร้อมสามารถตรวจสอบสัญญาเช่าซื้อและการจองคิวทำสัญญาได้ • Website และ NHA Service Application ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญาเช่า/เช่าซื้อ/เช่าเพื่อซื้อ กับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา ค่างวดที่ต้องชำระ/ค้างชำระ เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น	• สำรวจความพึงพอใจช่องทางการให้บริการของการเคหะแห่งชาติทุกปี • การรับฟังข้อร้องเรียน

เส้นทางเดินของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ ปี 2567

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint)		แนวทางการประเมินผล
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint	
• การสร้างความภักดี (Loyalty)	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า • จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ • ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ ตรวจเยี่ยมชุมชน • จัดการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า เช่น การป้องกันอัคคีภัย ฝึกอาชีพ ผู้นำชุมชน การใช้จุลินทรีย์ EM ในชีวิตประจำวัน การคัดแยกขยะ เป็นต้น • การให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้าเช่าซื้อ/เช่าปัจจุบัน ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ โรคระบาด เศรษฐกิจ เป็นต้น	• เผยแผร่ e-Book เคหะพลัส+ โดยเปิดให้ download ได้ ผ่านทาง https://www.facebook.com/NHAmarketing • แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ผ่าน Website Facebook Email ของ กคช.	• สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีและความผูกพันของลูกค้า ทุกปี

ข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ปี 2567

การดำเนินการให้บริการ (ไม่นับรวมระยะเวลารอคอย)	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ติดต่อสอบถามการจอง / ซื้อ / เช่า ห้องชุด / บ้าน	ไม่เกิน 15 นาที
2. ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าจัดประโยชน์ / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ	ไม่เกิน 30 นาที
3. ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ	ไม่เกิน 30 นาที
4. ชำระเงินทำสัญญา / ชำระค่างวด (ค่าเช่าซื้อ ค่าเช่าเพื่อซื้อ ค่าเช่า ค่าเช่าจัดประโยชน์)	ไม่เกิน 15 นาที
5. ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)	ไม่เกิน 15 นาที
6. ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)	ไม่เกิน 10 นาที

หมายเหตุ : ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขที่การเคหะแห่งชาติกำหนด หากท่านต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อสอบถามเจ้าหน้าที่ที่ท่านใช้บริการ (สำนักงานใหญ่ และ/หรือ สำนักงานเคหะฯ) ในวันและเวลาราชการ หรือติดต่อ Call Center 1615 ทุกวันในเวลาราชการ

กรณีเกิดเหตุฉุกเฉินที่ทำให้การปฏิบัติงานปกติของการเคหะแห่งชาติต้องหยุดชะงัก

การเคหะแห่งชาติมีแผนป้องกัน/แก้ไข/รับมือเหตุฉุกเฉินที่เกิดขึ้นโดยเร็ว เพื่อให้ลูกค้าและผู้ใช้บริการมั่นใจว่า กรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินที่ทำให้การปฏิบัติปกติต้องหยุดชะงัก กคช. สามารถกลับมาให้บริการลูกค้าและผู้ใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้า โดยลูกค้าสามารถติดต่อการเคหะแห่งชาติได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook : NHA Marketing หรือ สำนักงานใหญ่ การเคหะแห่งชาติ และ สำนักงานเคหะ เป็นต้น ตามแต่สถานการณ์ ซึ่งการเคหะแห่งชาติ จะรีบแจ้งข้อมูลให้แก่ลูกค้าทราบโดยทันที

การรับข้อมูลป้อนกลับ ปี 2567

การเคหะแห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญของเสียงของลูกค้า ทั้งข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน ซึ่งจะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของการเคหะแห่งชาติ ภายใต้นโยบายการจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ ตามช่องทางดังต่อไปนี้

1. ทางโทรศัพท์ 0-2651-7714 หรือ Call Center 1615
2. ช่องทางไปรษณีย์ ถึง การเคหะแห่งชาติ 905 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
3. ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์การเคหะแห่งชาติ www.nha.co.th, Facebook, E-mail: prnha@nha.co.th
4. ช่องทางการติดต่อด้วยตนเอง หรือกลุ่มผู้ร้องเรียน ณ สำนักงานใหญ่ การเคหะแห่งชาติ
5. ช่องทางสื่อมวลชน
6. ช่องทางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล 1111 และศูนย์ช่วยเหลือสังคมสายด่วน 1300 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) แพลตฟอร์มบริหารจัดการปัญหาเมือง ของ กทม. โดยแอพพลิเคชั่น Traffy Fondue ใน Line@traffyfondue เป็นต้น
7. คณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ

ข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน ปี 2567

1. ด้านการยืนยันการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการร้องเรียนต่าง ๆ

ช่องทาง	ระยะเวลาดำเนินการ
1. โทรศัพท์ 0-2651-7714 หรือ / Call Center 1615	ทันทีในวันทำการ
2. ช่องทางไปรษณีย์ ถึง การเคหะแห่งชาติ 905 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	1 วันทำการ
3. ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์การเคหะแห่งชาติ www.nha.co.th, Facebook, E-mail: prnha@nha.co.th	1 วันทำการ
4. ช่องทางการติดต่อด้วยตนเอง หรือกลุ่มผู้ร้องเรียน ณ สานักงานใหญ่ การเคหะแห่งชาติ	1 วันทำการ
5. ช่องทางสื่อมวลชน	1 วันทำการ
6. ช่องทางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล 1111 และศูนย์ช่วยเหลือสังคมสายด่วน 1300 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) เป็นต้น	1 วันทำการ

2. แจ้งยุติหรือความคืบหน้าในการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อร้องเรียนสำหรับช่องทางการร้องเรียน

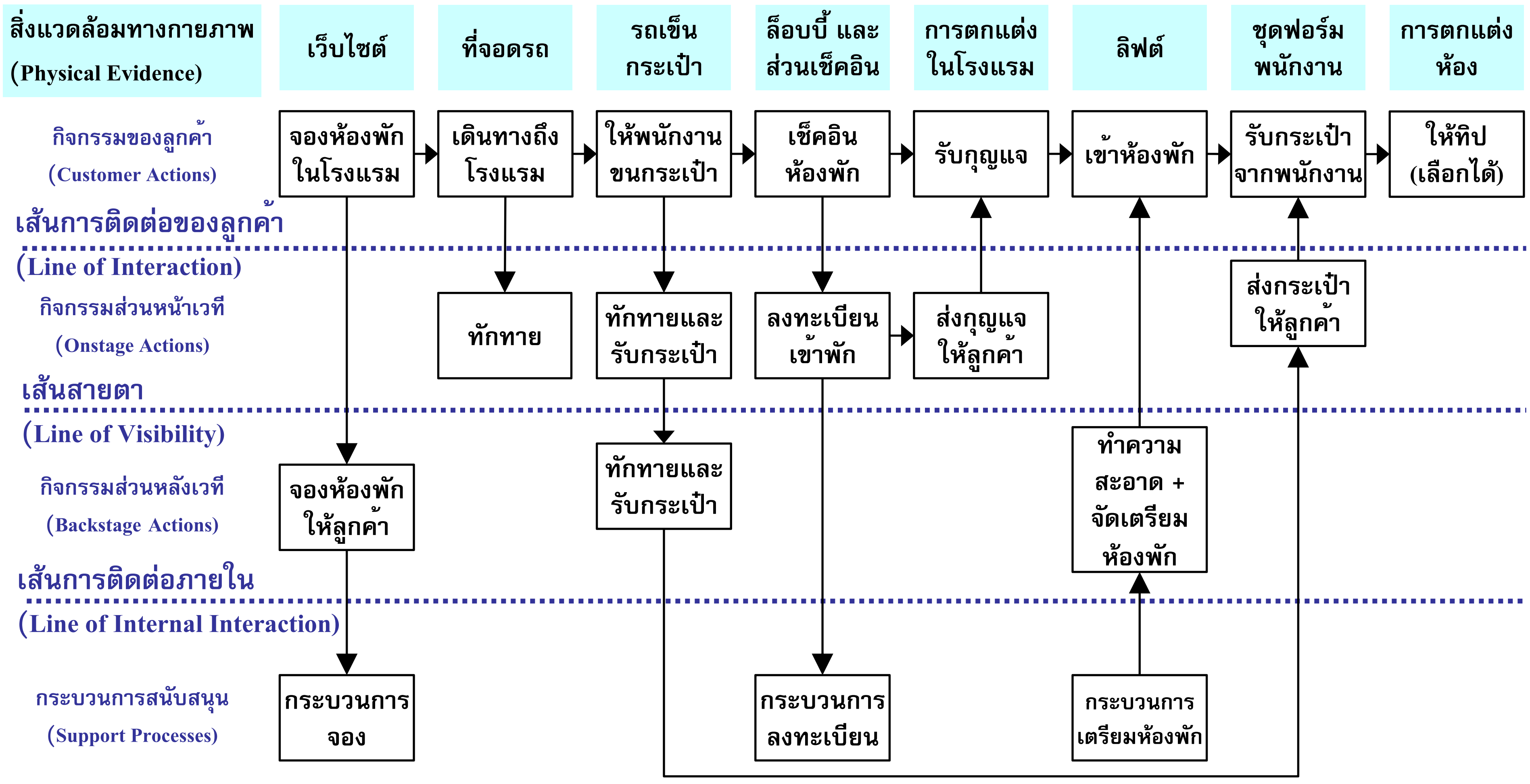
การพิจารณาดำเนินการจัดการเสียงของลูกค้า	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำชมเชย สอบถามข้อมูล	1 วันทำการ
2. เรื่องร้องเรียนที่การเคหะแห่งชาติแก้ไขได้เอง	3 – 15 วันทำการ
3. เรื่องร้องเรียนที่นอกเหนืออำนาจของการเคหะแห่งชาติ (ชี้แจงและให้คำแนะนำให้ผู้ร้องเรียนทราบ)	3 วันทำการ

การจัดทำพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การจัดทำพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) คือ แผนภาพที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการส่งมอบบริการในแต่ละช่วง และองค์ประกอบบริการต่าง ๆ เช่น คน สถานที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกันเป็นจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ตลอดเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) มีรายละเอียด ดังนี้

ตัวอย่างพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการจอง ต้อนรับ และเข้าพักของโรงแรม



การจัดทำพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

เมื่อพิจารณาจากรายละเอียดต่าง ๆ ในกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) พบว่า มีการกำหนดข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ในรูปแบบของการดำเนินการให้บริการ และระยะเวลาดำเนินการ ซึ่งสะท้อนถึงการให้บริการต่าง ๆ แก่ลูกค้า และเชื่อมโยงถึงกระบวนการบริการลูกค้า ดังนั้น กระบวนการบริการที่กำหนด จึงควรเป็นกระบวนการบริการ ที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) มีรายละเอียด ดังนี้

ข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ปี 2567

การดำเนินการให้บริการ (ไม่นับรวมระยะเวลารอคอย)	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ติดต่อสอบถามการจอง / ซื้อ / เช่า ห้องชุด / บ้าน	ไม่เกิน 15 นาที
2. ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าจัดประโยชน์ / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ	ไม่เกิน 30 นาที
3. ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ	ไม่เกิน 30 นาที
4. ชำระเงินทำสัญญา / ชำระค่างวด (ค่าเช่าซื้อ ค่าเช่าเพื่อซื้อ ค่าเช่า ค่าเช่าจัดประโยชน์)	ไม่เกิน 15 นาที
5. ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)	ไม่เกิน 15 นาที
6. ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)	ไม่เกิน 10 นาที

หมายเหตุ : ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขที่การเคหะแห่งชาติกำหนด หากท่านต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อสอบถามเจ้าหน้าที่ที่ท่านใช้บริการ (สำนักงานใหญ่ และ/หรือ สำนักงานเคหะฯ) ในวันและเวลาราชการ หรือติดต่อ Call Center 1615 ทุกวันในเวลาราชการ

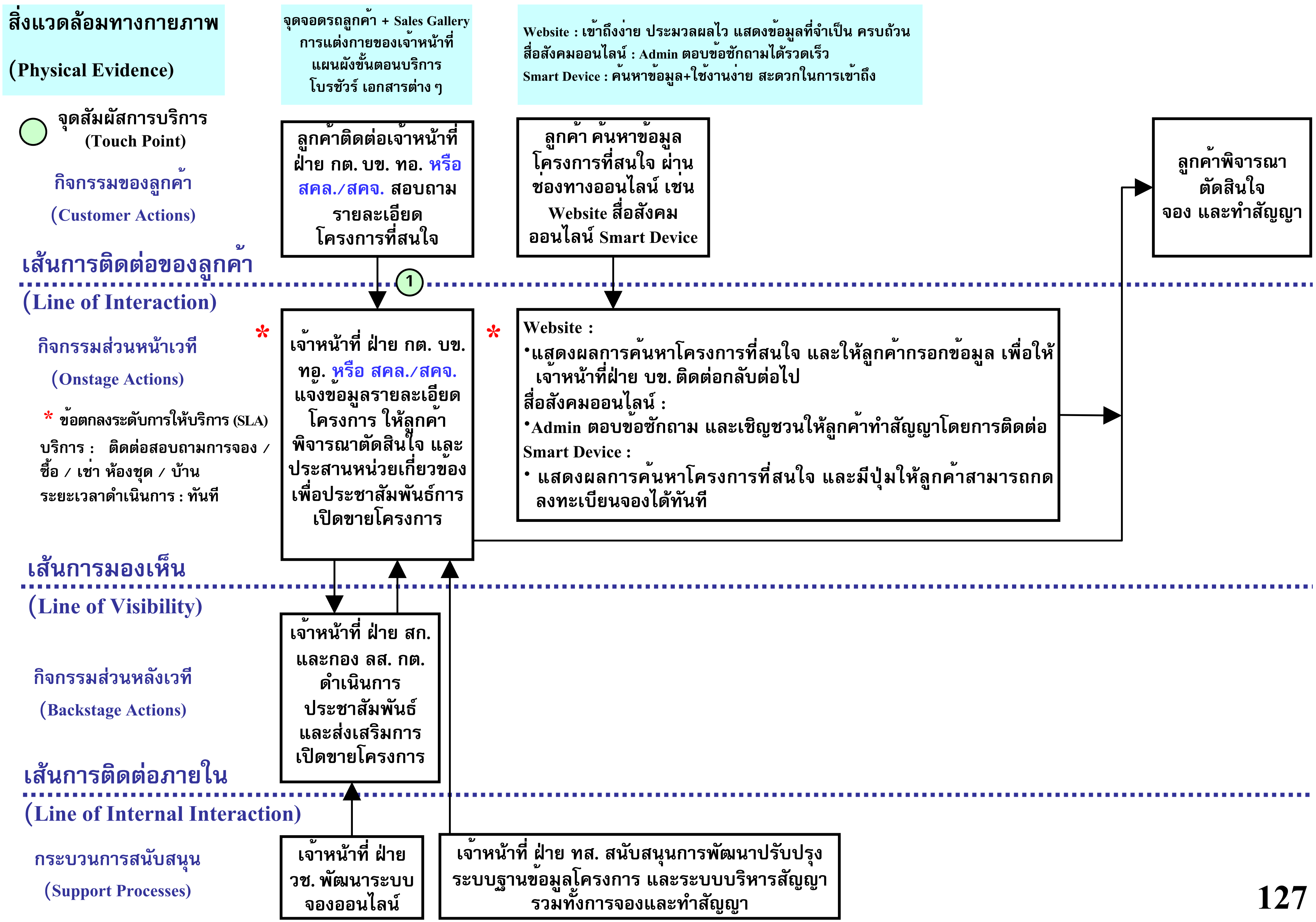
การจัดทำพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

จากข้อตกลงระดับการให้บริการข้างต้น ในแต่ละการดำเนินการให้บริการ สามารถกำหนดรายการพิมพ์เขียวบริการของกระบวนการบริการที่กำหนด ได้ดังนี้

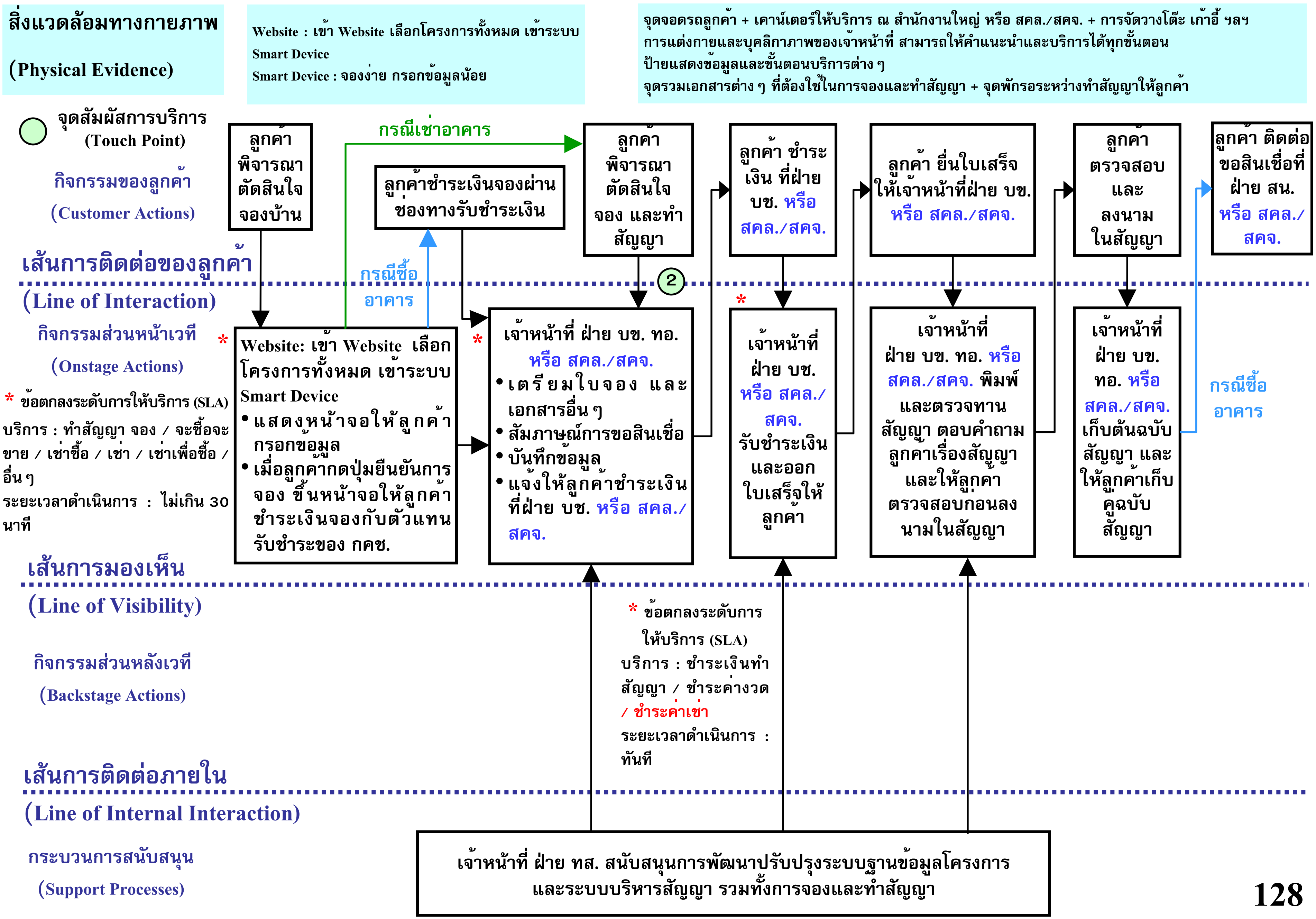
พิมพ์เขียวบริการของกระบวนการบริการที่กำหนด ที่เชื่อมโยงกับข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ปี 2567

การดำเนินการให้บริการ (ไม่นับรวมระยะเวลารอคอย)	ระยะเวลาดำเนินการ	พิมพ์เขียวบริการของกระบวนการบริการที่กำหนด
1. ติดต่อสอบถามการจอง / ซื้อ / เช่า ห้องชุด / บ้าน	ไม่เกิน 15 นาที	• การให้บริการติดต่อสอบถาม
2. ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าจัดประโยชน์ / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ	ไม่เกิน 30 นาที	• การให้บริการจองและทำสัญญา
3. ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ	ไม่เกิน 30 นาที	• การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน • การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.) • การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)
4. ชำระเงินทำสัญญา / ชำระค่างวด (ค่าเช่าซื้อ ค่าเช่าเพื่อซื้อ ค่าเช่า ค่าเช่าจัดประโยชน์)	ไม่เกิน 15 นาที	• การให้บริการจองและทำสัญญา
5. ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)	ไม่เกิน 15 นาที	• การให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)
6. ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)	ไม่เกิน 10 นาที	• การให้บริการยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)

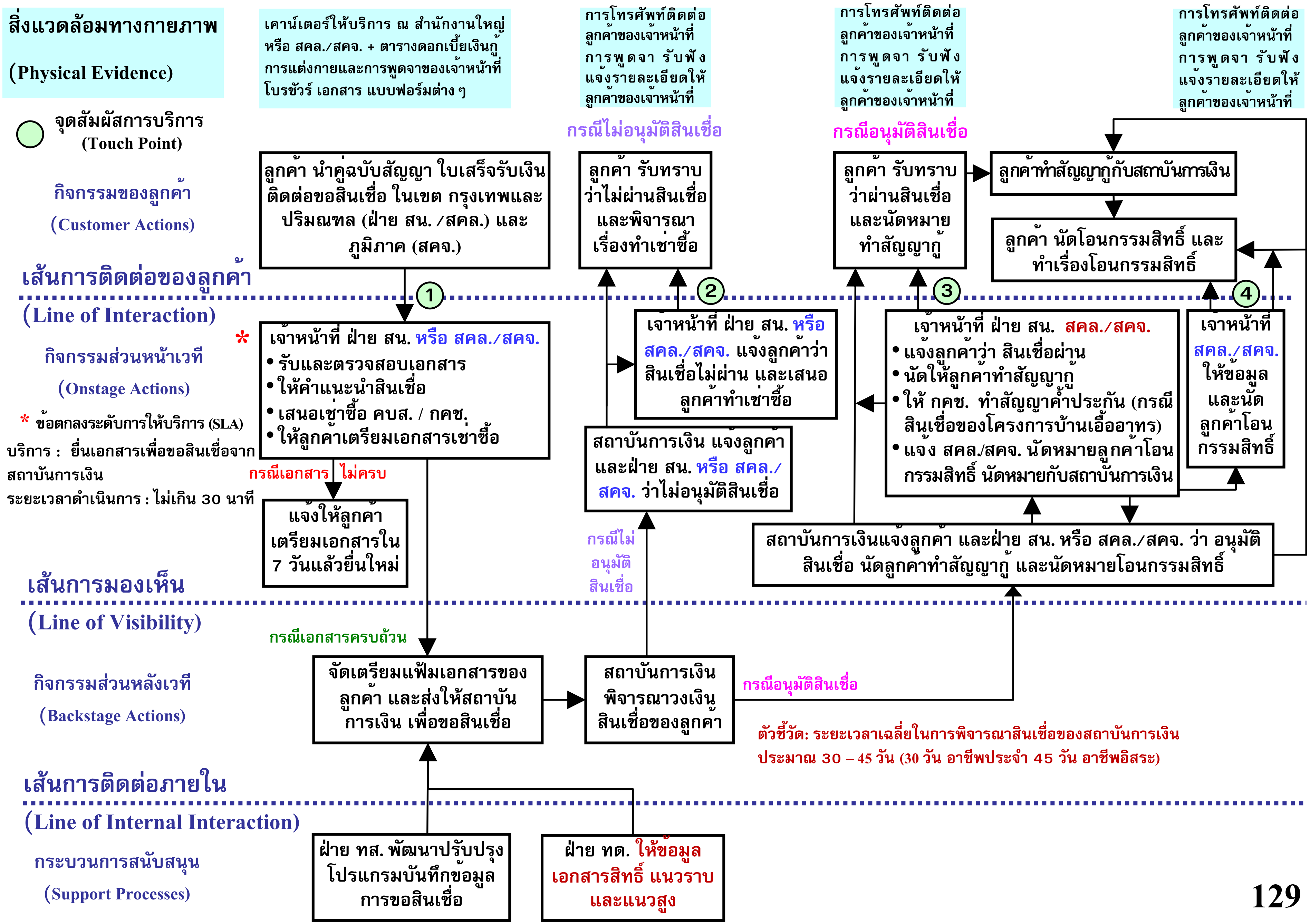
พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการติดต่อสอบถาม



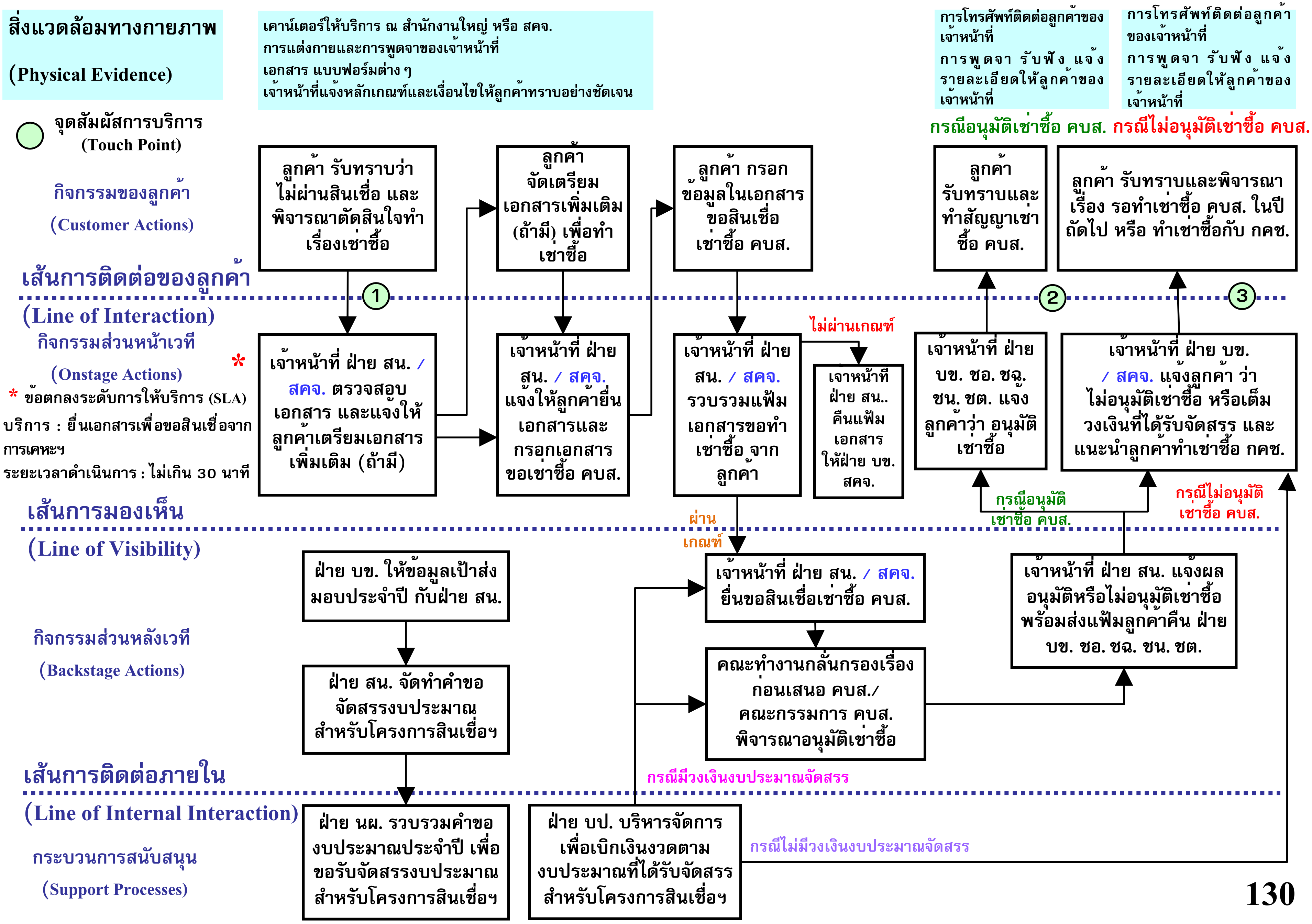
พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการจองและทำสัญญา



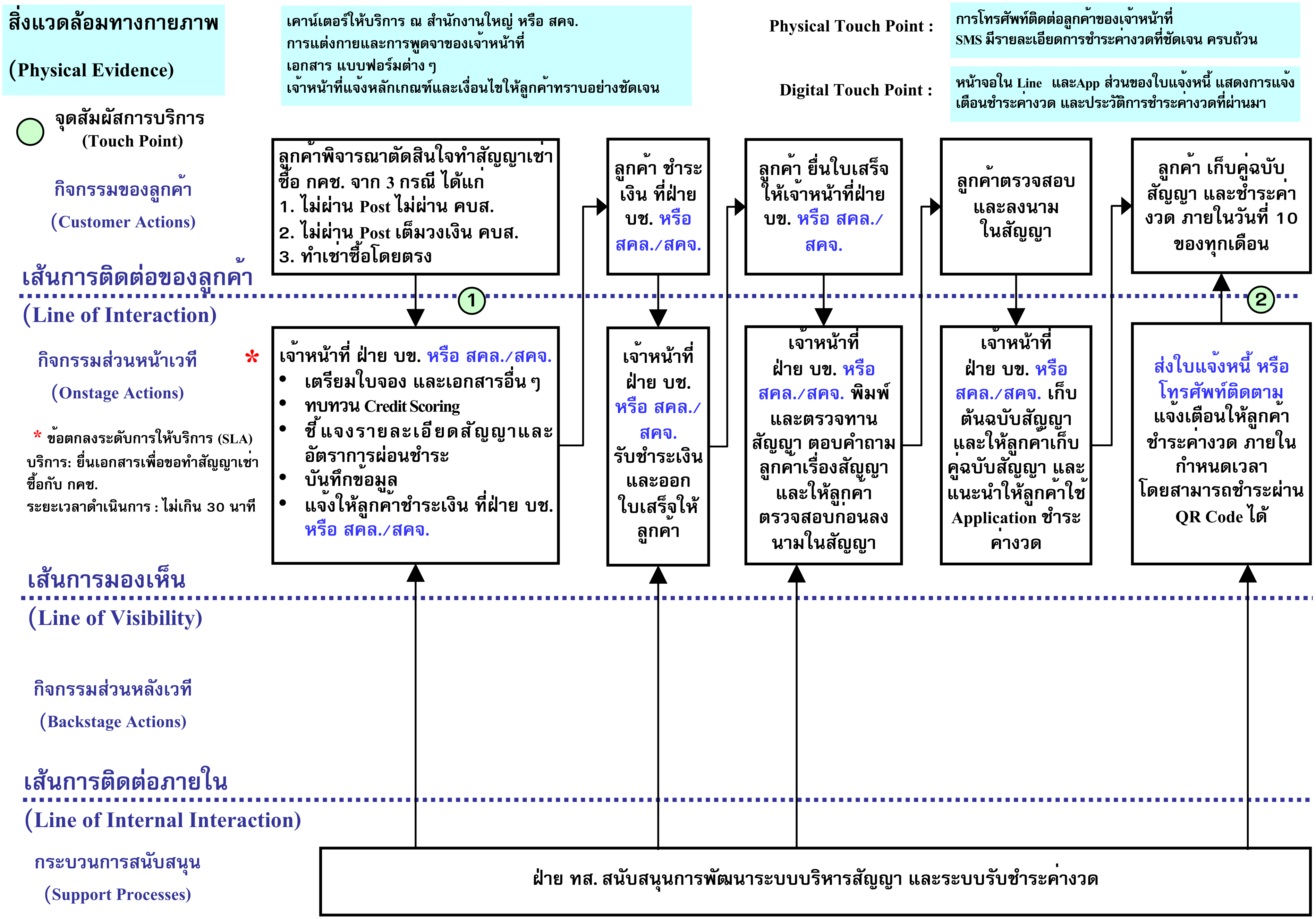
พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน



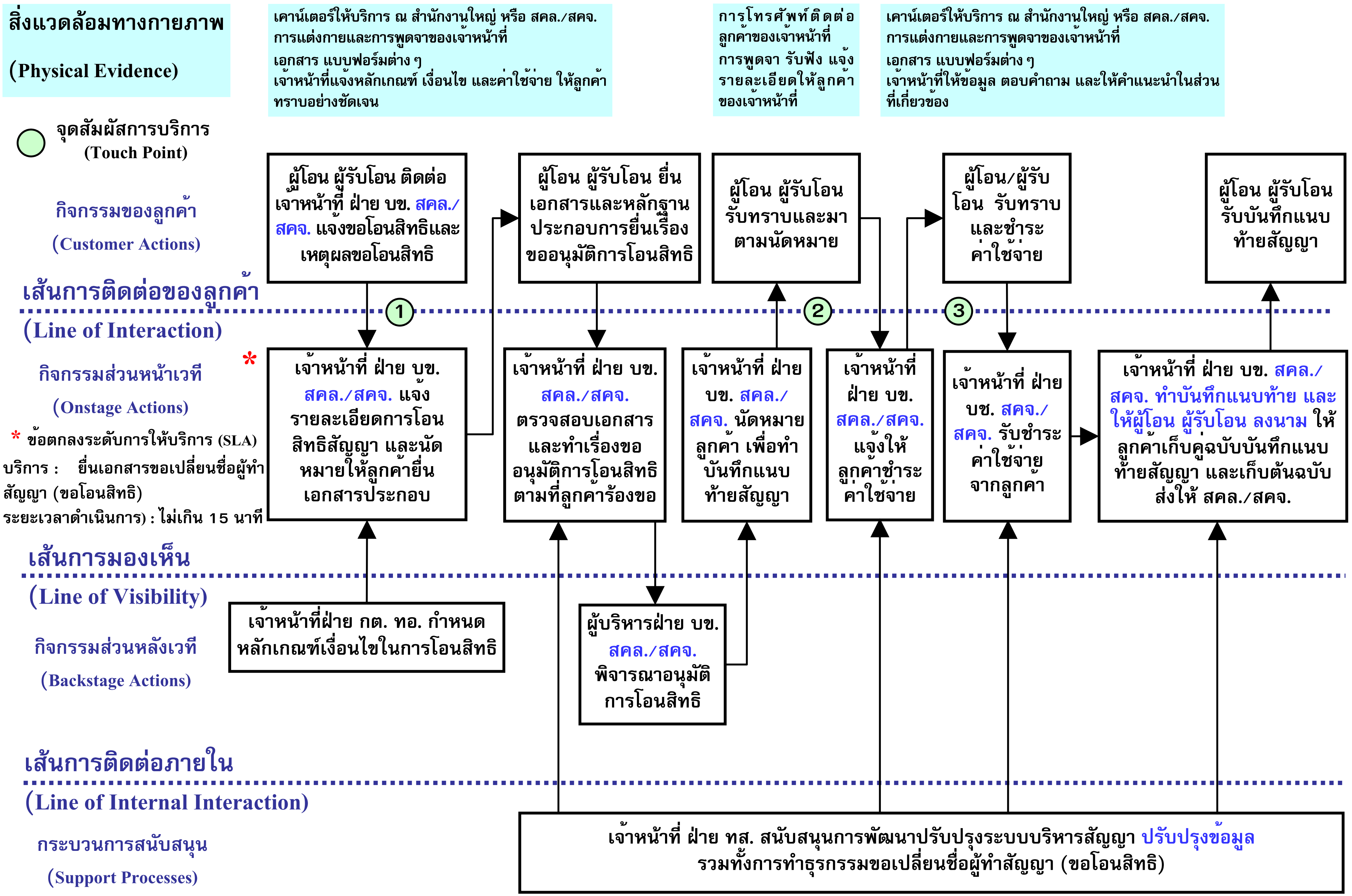
พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)



พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)



พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)



พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

เคาน์เตอร์ให้บริการ ณ สำนักงานใหญ่ หรือ สคล./สคจ.
การแต่งกายและการพูดจาของเจ้าหน้าที่
เอกสาร แบบฟอร์มต่าง ๆ
เจ้าหน้าที่แจ้งหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน

การรับโทรศัพท์ การพูดจา รับฟัง
เจ้าหน้าที่แจ้งรายละเอียดให้ลูกค้าทราบ
ภายในวันทำการ ที่ลูกค้าติดต่อ

จุดสัมผัสการบริการ (Touch Point)

กรณีลูกค้าได้รับเงินคืน | กรณีลูกค้ายังไม่ได้รับเงินคืน

กิจกรรมของลูกค้า (Customer Actions)

- ลูกค้าติดต่อเจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. แจ้งขอยกเลิกสัญญา และขอเงินมัดจำคืน และ เหตุผลขอยกเลิก/ขอคืนเงิน
- ลูกค้า เขียนคำร้องคืนอาคาร พร้อมแนบเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ลูกค้ารับทราบ เพื่อติดตามรับเงินคืนต่อไป
- ลูกค้าติดต่อเจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. แจ้งว่าไม่ได้รับเงินมัดจำคืน

เส้นการติดต่อของลูกค้า (Line of Interaction)

1 · 2

กิจกรรมส่วนหน้าเวที (Onstage Actions) *

- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ตรวจสอบเอกสารปฏิเสธการให้สินเชื่อจากสถาบันการเงิน และนัดหมายให้ลูกค้ายื่นเอกสาร
- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ทำบันทึกขออนุมัติ แจ้งลูกค้าดำเนินการปิดสัญญา และส่งเรื่องให้ฝ่าย บซ.
- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ติดต่อประสานกับฝ่าย บซ. และแจ้งความคืบหน้าให้ลูกค้าทราบว่าอยู่ขั้นตอนใดแล้ว

* ข้อตกลงระดับการให้บริการ (SLA)
บริการ : ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)
ระยะเวลาดำเนินการ : ไม่เกิน 10 นาที

เส้นการมองเห็น (Line of Visibility)

กิจกรรมส่วนหลังเวที (Backstage Actions)

- กรณีลูกค้าขอรับเงินคืน: เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บซ. ทำเรื่องคืนเงินมัดจำ และโอนเงินมัดจำคืนเข้าบัญชีธนาคารของลูกค้า หรือลูกค้ารับเงินด้วยตนเอง
- กรณีลูกค้าไม่ขอรับเงินคืน: เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บซ. ดำเนินการจัดเก็บเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายได้องค์กร
- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บซ. ตรวจสอบการคืนเงินมัดจำให้กับลูกค้า และแจ้งฝ่าย บข. สคล./สคจ. ในกรณีที่ไม่ยังไม่ปิดสัญญา และเอกสารไม่ถูกต้องครบถ้วน

เส้นการติดต่อภายใน (Line of Internal Interaction)

กระบวนการสนับสนุน (Support Processes)

- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย ทส. สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงระบบบริหารสัญญา รวมทั้งการทำธุรกรรมยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือหรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การจัดทำพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

เมื่อพิจารณาจากรายละเอียดต่าง ๆ ในกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) พบว่า มีการกำหนดข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ในรูปแบบของการดำเนินการให้บริการ และระยะเวลาดำเนินการ ซึ่งสะท้อนถึงการให้บริการต่าง ๆ แก่ลูกค้า และเชื่อมโยงถึงกระบวนการบริการลูกค้า ดังนั้น กระบวนการบริการที่กำหนด จึงควรเป็นกระบวนการบริการ ที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) มีรายละเอียด ดังนี้

ข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ปี 2567

การดำเนินการให้บริการ (ไม่นับรวมระยะเวลารอคอย)	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ติดต่อสอบถามการจอง / ซื้อ / เช่า ห้องชุด / บ้าน	ไม่เกิน 15 นาที
2. ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าจัดประโยชน์ / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ	ไม่เกิน 30 นาที
3. ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ	ไม่เกิน 30 นาที
4. ชำระเงินทำสัญญา / ชำระค่างวด (ค่าเช่าซื้อ ค่าเช่าเพื่อซื้อ ค่าเช่า ค่าเช่าจัดประโยชน์)	ไม่เกิน 15 นาที
5. ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)	ไม่เกิน 15 นาที
6. ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)	ไม่เกิน 10 นาที

หมายเหตุ : ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขที่การเคหะแห่งชาติกำหนด หากท่านต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อสอบถามเจ้าหน้าที่ที่ท่านใช้บริการ (สำนักงานใหญ่ และ/หรือ สำนักงานเคหะฯ) ในวันและเวลาราชการ หรือติดต่อ Call Center 1615 ทุกวันในเวลาราชการ

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการติดต่อสอบถาม

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

จุดจอดรถลูกค้า + Sales Gallery
การแต่งกายของเจ้าหน้าที่
แผนผังขั้นตอนบริการ
โบรชัวร์ เอกสารต่าง ๆ

Website : เข้าถึงง่าย ประมวลผลไว แสดงข้อมูลที่จำเป็น ครบถ้วน
สื่อสังคมออนไลน์ : Admin ตอบข้อซักถามได้รวดเร็ว
Smart Device : ค้นหาข้อมูล+ใช้งานง่าย สะดวกในการเข้าถึง

จุดสัมผัสการบริการ (Touch Point)

กิจกรรมของลูกค้า (Customer Actions)

ลูกค้าติดต่อเจ้าหน้าที่ฝ่าย กต. บข. ทอ. หรือ สคล./สคจ. สอบถามรายละเอียดโครงการที่สนใจ

ลูกค้า ค้นหาข้อมูลโครงการที่สนใจ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Website สื่อสังคมออนไลน์ Smart Device

ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจ จอง และทำสัญญา

เส้นการติดต่อของลูกค้า (Line of Interaction)

1

กิจกรรมส่วนหน้าเวที (Onstage Actions)

* ข้อตกลงระดับการให้บริการ (SLA)
บริการ : ติดต่อสอบถามการจอง / ซื้อ / เช่า ห้องชุด / บ้าน
ระยะเวลาดำเนินการ : ทันที

* เจ้าหน้าที่ ฝ่าย กต. บข. ทอ. หรือ สคล./สคจ. แจ้งข้อมูลรายละเอียดโครงการ ให้ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจ และประสานหน่วยเกี่ยวข้องเพื่อประชาสัมพันธ์การเปิดขายโครงการ

* Website :
- แสดงผลการค้นหาโครงการที่สนใจ และให้ลูกค้ากรอกข้อมูล เพื่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. ติดต่อกลับต่อไป

สื่อสังคมออนไลน์ :
- Admin ตอบข้อซักถาม และเชิญชวนให้ลูกค้าทำสัญญาโดยการติดต่อ

Smart Device :
- แสดงผลการค้นหาโครงการที่สนใจ และมีปุ่มให้ลูกค้าสามารถกดลงทะเบียนจองได้ทันที

เส้นการมองเห็น (Line of Visibility)

กิจกรรมส่วนหลังเวที (Backstage Actions)

เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สก. และกอง ลส. กต. ดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการเปิดขายโครงการ

เส้นการติดต่อภายใน (Line of Internal Interaction)

กระบวนการสนับสนุน (Support Processes)

เจ้าหน้าที่ ฝ่าย วช. พัฒนาระบบจองออนไลน์

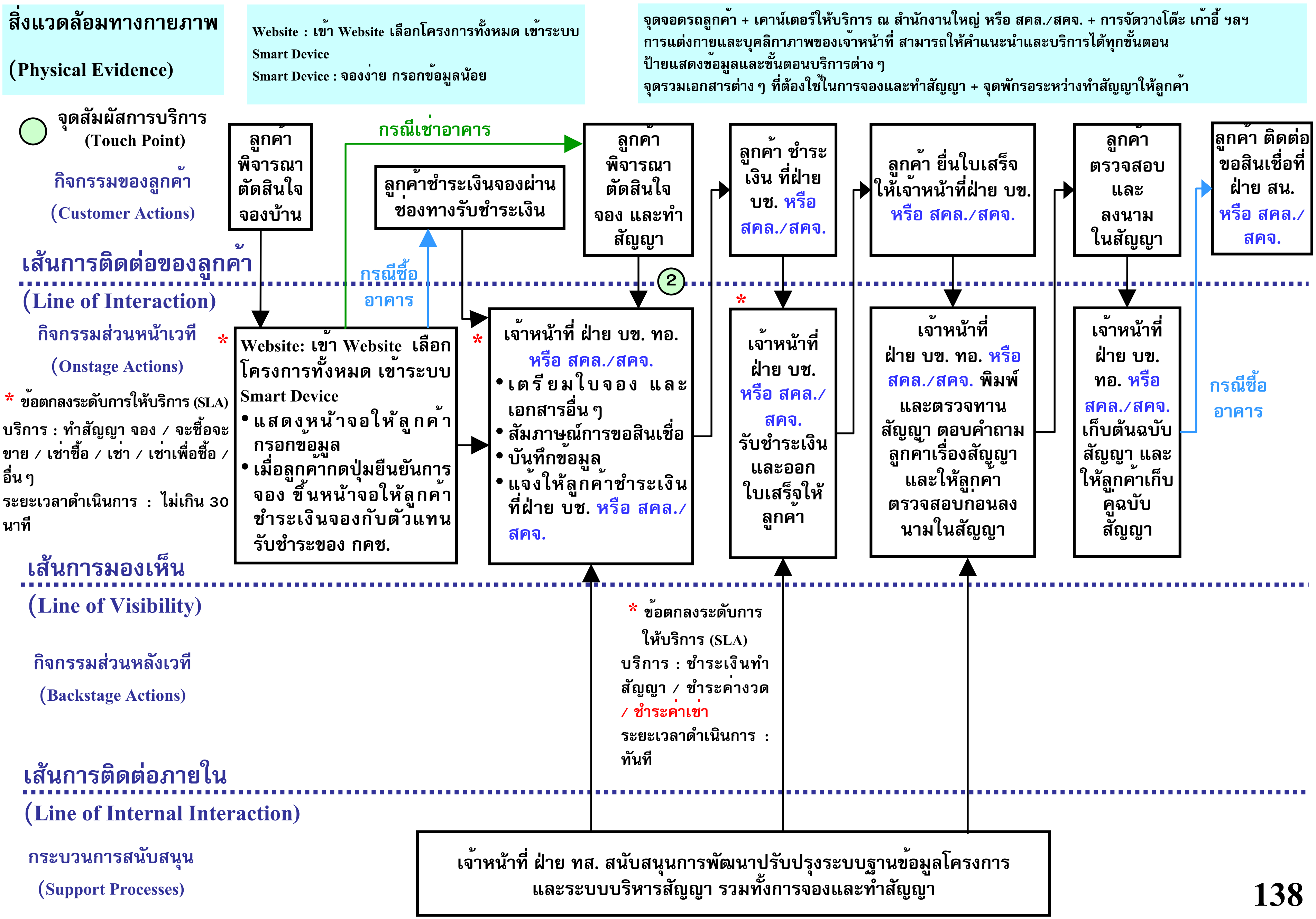
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย ทส. สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงระบบฐานข้อมูลโครงการ และระบบบริหารสัญญา รวมทั้งการจองและทำสัญญา

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การดำเนินการให้บริการ		ติดต่อสอบถามการจอง / ซื้อ / เช่า ห้องชุด / บ้าน					
บริการ		ฝ่าย ทส. กต. สก.		ฝ่าย บข. ทอ. สคล./สคจ.		ฝ่าย สก. กต. วช.	
บริการ/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
การให้บริการติดต่อสอบถาม • ระยะเวลาตอบคำถาม/ให้บริการข้อมูลที่ลูกค้าสอบถาม *1	ไม่เกิน 15 นาที	TP1: Website สื่อสังคมออนไลน์ Smart Device ลูกค้าค้นหา/สอบถามข้อมูลโครงการที่สนใจ • ระยะเวลาแสดงผลการค้นหาข้อมูลที่ลูกค้าสนใจ • ระยะเวลาตอบคำถามที่ลูกค้าสอบถาม	ไม่เกิน 10 นาที *2 ไม่เกิน 1 ชั่วโมง *3	TP2: สนญ. สคล./สคจ. แจ้งข้อมูลโครงการที่ลูกค้าสนใจ • ระยะเวลาแจ้งข้อมูลรายละเอียดโครงการที่ลูกค้าสนใจ	ไม่เกิน 15 นาที	โฆษณา/ประชาสัมพันธ์เปิดขายโครงการ • ร้อยละโครงการที่เปิดขายตามที่ได้รับอนุมัติ	ร้อยละ 100
		สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงระบบฐานข้อมูลโครงการและระบบบริหารสัญญา รวมทั้งการจองและทำสัญญา *4 • จำนวนระบบ/Application พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้บริการตอบคำถาม/ให้บริการข้อมูลที่ลูกค้าสอบถาม	อย่างน้อย 1ระบบ/Application			พัฒนาระบบจองออนไลน์ *4	

หมายเหตุ:
1. เป็นการสอบถามข้อมูลเบื้องต้น หรือข้อมูลทั่วไปของโครงการ
2. เป็นเป้าหมายในกรณีที่ระบบสารสนเทศ ทำงานได้ตามปกติ
3. ถ้าเป็นกรณี ในเวลาราชการ: ตอบกลับภายใน 1 ชม. แต่ถ้าเป็นกรณี นอกเวลาราชการ: ตอบกลับภายใน 1 วันทำการ
4. ฝ่าย วช. ร่วมกับฝ่าย ทส. พัฒนาระบบจองออนไลน์ ในส่วนของฐานข้อมูล GIS สำหรับระบบจองออนไลน์ ดังนั้น จึงไม่ได้กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายในส่วนนี้

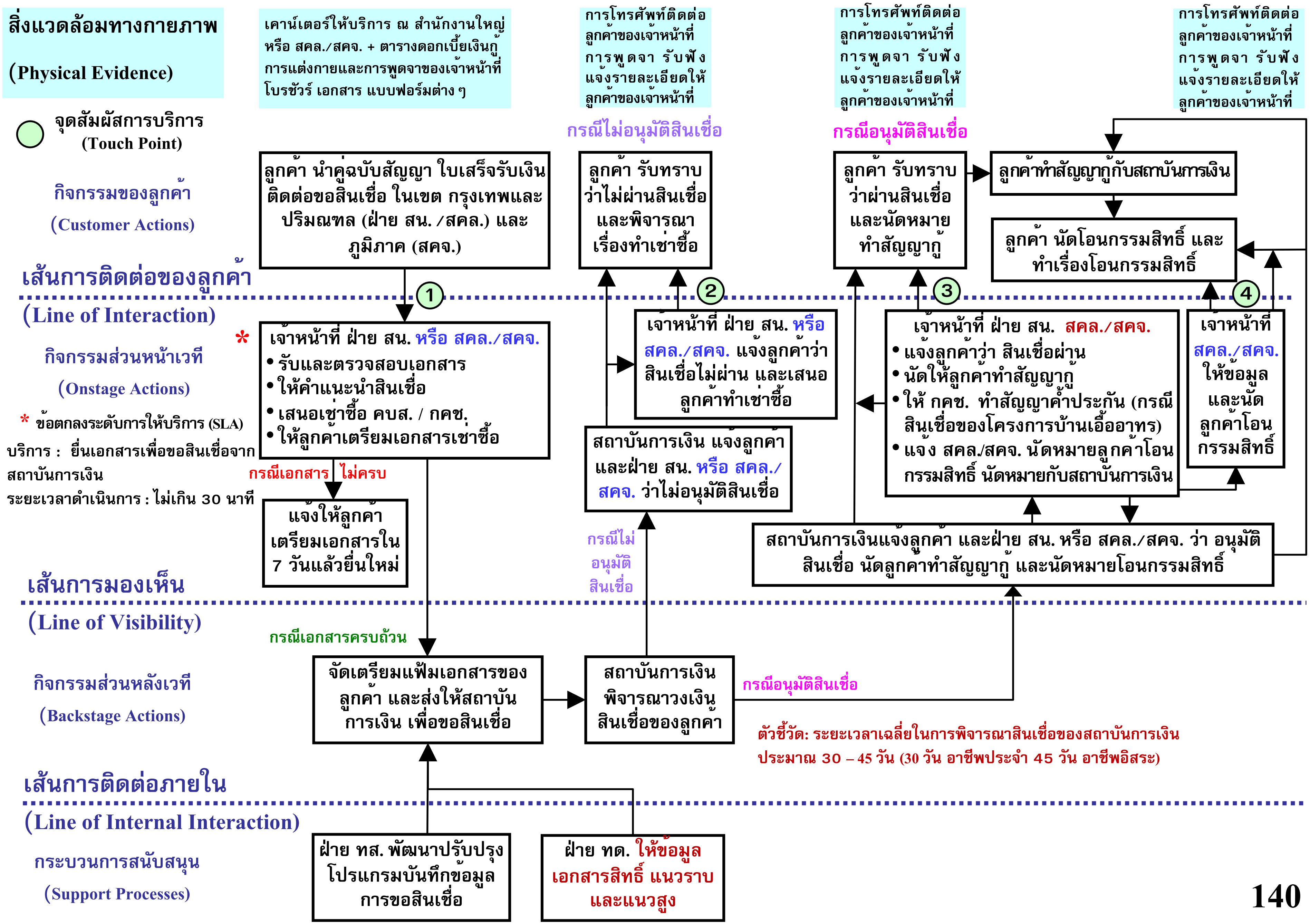
พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการจองและทำสัญญา



การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การดำเนินการให้บริการ		ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ					
บริการ		ฝ่าย ทส.		ฝ่าย บข. ทอ. สคล./สคจ.		ฝ่าย บช. สคล./สคจ.	
บริการ/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
การให้บริการจองและทำสัญญา •ระยะเวลาให้บริการจองและทำสัญญา	ไม่เกิน 30 นาที	TP1: Website จองซื้อ/เช่า ออนไลน์ •ระยะเวลาจองซื้อ/เช่า หลังจากกรอกข้อมูลแล้วเสร็จ	ไม่เกิน 10 นาที	TP2: สนญ. สคล./สคจ. เตรียมเอกสารและแจ้งให้ลูกค้าชำระเงิน •ระยะเวลาจัดเตรียมใบจองและแจ้งให้ลูกค้าชำระเงิน	ไม่เกิน 20 นาที	รับชำระเงินและออกใบเสร็จให้ลูกค้า •ระยะเวลารับชำระเงินและออกใบเสร็จให้ลูกค้า	ไม่เกิน 5 นาที
		ชำระเงินจองออนไลน์ •ระยะเวลาชำระเงินผ่านระบบออนไลน์	ไม่เกิน 10 นาที	จัดทำสัญญาและให้ลูกค้าลงนามในสัญญา •ระยะเวลาจัดทำสัญญา	ไม่เกิน 5 นาที		
		สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงระบบฐานข้อมูลโครงการและระบบบริหารสัญญา รวมทั้งการจองและทำสัญญา •จำนวนระบบ/Applicationพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้บริการลูกค้า	อย่างน้อย 1 ระบบ/Application				

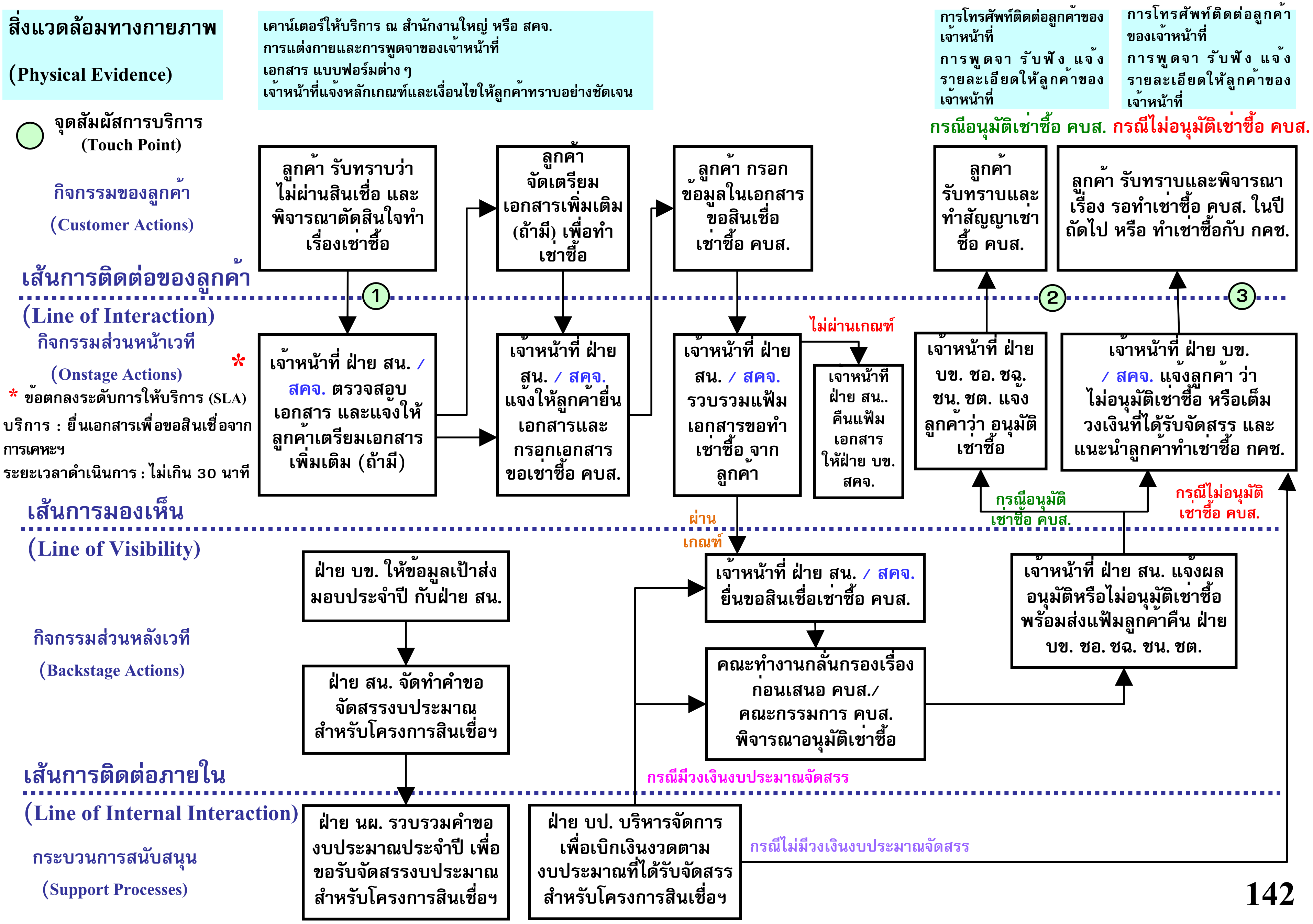
พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน



การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การดำเนินการให้บริการ		ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ					
บริการ		ฝ่าย สน. สคล./สคจ. ทด. ทส.		ฝ่าย สน. สคล./สคจ.		ฝ่าย สน. สคล./สคจ. สถาบันการเงิน	
บริการ/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน •ระยะเวลายื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน	ไม่เกิน 30 นาที	TP1: สนญ. สคล./สคจ. รับ+ตรวจสอบเอกสาร ให้คำแนะนำสินเชื่อ และเสนอเช่าซื้อ •ระยะเวลารวบรวมตรวจสอบเอกสาร ให้คำแนะนำลูกค้า	ไม่เกิน 30 นาที	TP2: โทรศัพท์ติดต่อ แจ้งลูกค้าว่า สินเชื่อไม่ผ่าน และเสนอลูกค้าทำเช่าซื้อ •ร้อยละลูกค้าที่โทรศัพท์แจ้งว่าไม่ผ่านสินเชื่อ	ร้อยละ 100	TP3: โทรศัพท์ติดต่อ แจ้งลูกค้าว่า สินเชื่อผ่าน และนัดให้ลูกค้าทำสัญญากู้ •ร้อยละลูกค้าที่โทรศัพท์แจ้งว่าผ่านสินเชื่อ	ร้อยละ 100
		จัดเตรียมแฟ้มเอกสารลูกค้า ส่งให้สถาบันการเงิน เพื่อขอสินเชื่อ •ร้อยละแฟ้มเอกสารที่ส่งเพื่อขอสินเชื่อ	ร้อยละ 100			ประสานนัดหมายกับสถาบันการเงิน และทำสัญญาค้ำประกัน (ถ้ามี) •ร้อยละสินเชื่อลูกค้าที่ดำเนินการครบถ้วน	ร้อยละ 100
		ให้ข้อมูลเอกสารสิทธิ์แนวราบและแนวสูง •ร้อยละแฟ้มเอกสารที่มีข้อมูลเอกสารสิทธิ์	ร้อยละ 100			TP4: โทรศัพท์ติดต่อ นัดลูกค้าโอนกรรมสิทธิ์ •ร้อยละลูกค้าที่แจ้งนัดโอนกรรมสิทธิ์	ร้อยละ 100
		พัฒนาปรับปรุงโปรแกรมบันทึกข้อมูลการขอสินเชื่อ •จำนวน Issues พัฒนาปรับปรุงโปรแกรมบันทึกข้อมูลการขอสินเชื่อ	อย่างน้อย 1 Issue			สถาบันการเงินพิจารณาวงเงินสินเชื่อของลูกค้า •ระยะเวลาพิจารณาวงเงินสินเชื่อของลูกค้า	45 วัน

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)



การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การดำเนินการให้บริการ		ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ					
บริการ		ฝ่าย สน. สคจ. บป.		ฝ่าย บข. ชอ. ชฉ. ชน. ชต.		ฝ่าย บข. สคจ. สน.	
บริการ/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.) • ระยะเวลายื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)	ไม่เกิน 30 นาที	TP1: สนญ. สคล./สคจ. รวบรวมเอกสารและจัดเตรียมเอกสารขอสินเชื่อเช่าซื้อ คบส. • ระยะเวลาจัดเตรียมเอกสารขอสินเชื่อเช่าซื้อ คบส. ของลูกค้า	ไม่เกิน 30 นาที	TP2: โทรศัพท์ติดต่อแจ้งลูกค้าว่า เช่าซื้อ คบส. อนุมัติ และขอให้ลูกค้าทำสัญญาเช่าซื้อ • ร้อยละของลูกค้าที่โทรศัพท์แจ้งว่า เช่าซื้อ คบส. อนุมัติแล้ว	ร้อยละ 100	TP3: โทรศัพท์ติดต่อแจ้งลูกค้าว่า เช่าซื้อ คบส.ไม่อนุมัติ แนะนำเช่าซื้อ กคช. • ร้อยละของลูกค้าที่โทรศัพท์แจ้งว่า เช่าซื้อ คบส. ไม่อนุมัติ	ร้อยละ 100
		ยื่นขอสินเชื่อเช่าซื้อ คบส. • ร้อยละแฟ้มเช่าซื้อ คบส. ที่เสนอขออนุมัติ	ร้อยละ 100			ฝ่าย สน. แจ้งผล อนุมัติหรือไม่อนุมัติเช่าซื้อ พร้อมส่งแฟ้มลูกค้าคืนฝ่าย บข. ชอ. ชฉ. ชน. ชต. • ร้อยละของแฟ้มเช่าซื้อ คบส. ที่แจ้งผล	ร้อยละ 100
		ติดตามผลการอนุมัติสินเชื่อเช่าซื้อ คบส. • ร้อยละแฟ้มเช่าซื้อ คบส. ที่ทราบผลการพิจารณาอนุมัติ	ร้อยละ 100				
		ฝ่าย บป. เบิกเงินงวด คบส. ตามงบประมาณที่ได้รับจัดสรร • ร้อยละการเบิกเงินงวดงบประมาณ คบส.	ร้อยละ 100				

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การดำเนินการให้บริการ		ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ					
บริการ		ฝ่าย บข.		ฝ่าย สน.		ฝ่าย นผ.	
บริการ/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.) •ระยะเวลายื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)	ไม่เกิน 30 นาที	ให้ข้อมูลเป้าส่งมอบประจำปี กับฝ่าย สน. •ระยะเวลาส่งข้อมูลเป้าส่งมอบประจำปีให้กับฝ่าย สน.	ภายในเดือน ต.ค. ทุกปี	จัดทำคำขอจัดสรรงบประมาณสำหรับโครงการสินเชื่อฯ •ระยะเวลาส่งคำขอจัดสรรงบประมาณสำหรับโครงการสินเชื่อฯ ให้ฝ่าย นผ.	ภายในเดือน พ.ย. ทุกปี	รวบรวมคำของบประมาณประจำปีเพื่อขอรับจัดสรรงบประมาณสำหรับโครงการสินเชื่อฯ •ระยะเวลาส่งคำขอเพื่อขอรับจัดสรรงบประมาณสำหรับโครงการสินเชื่อฯ	ภายในเดือน พ.ย. ทุกปี

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

เคาน์เตอร์ให้บริการ ณ สำนักงานใหญ่ หรือ สคจ.
การแต่งกายและการพูดจาของเจ้าหน้าที่
เอกสาร แบบฟอร์มต่าง ๆ
เจ้าหน้าที่แจ้งหลักเกณฑ์และเงื่อนไขให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน

Physical Touch Point : การโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าของเจ้าหน้าที่
SMS มีรายละเอียดการชำระค่างวดที่ชัดเจน ครบถ้วน

Digital Touch Point : หน้าจอใน Line และApp ส่วนของใบแจ้งหนี้ แสดงการแจ้งเตือนชำระค่างวด และประวัติการชำระค่างวดที่ผ่านมา

จุดสัมผัสการบริการ (Touch Point)

กิจกรรมของลูกค้า (Customer Actions)

- ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจทำสัญญาเช่าซื้อ กคช. จาก 3 กรณี ได้แก่
  1. ไม่ผ่าน Post ไม่ผ่าน คบส.
  2. ไม่ผ่าน Post เต็มวงเงิน คบส.
  3. ทำเช่าซื้อโดยตรง
- ลูกค้า ชำระเงิน ที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ.
- ลูกค้า ยื่นใบเสร็จให้เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ.
- ลูกค้าตรวจสอบและลงนามในสัญญา
- ลูกค้า เก็บคู่ฉบับสัญญา และชำระค่างวด ภายในวันที่ 10 ของทุกเดือน

เส้นการติดต่อของลูกค้า (Line of Interaction)

1 2

กิจกรรมส่วนหน้าเวที (Onstage Actions) *

- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ.
  - เตรียมใบจอง และเอกสารอื่น ๆ
  - ทบทวน Credit Scoring
  - ชี้แจงรายละเอียดสัญญาและอัตราการผ่อนชำระ
  - บันทึกข้อมูล
  - แจ้งให้ลูกค้าชำระเงิน ที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ.
- เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. รับชำระเงิน และออกใบเสร็จให้ลูกค้า
- เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. พิมพ์และตรวจทานสัญญา ตอบคำถามลูกค้าเรื่องสัญญา และให้ลูกค้าตรวจสอบก่อนลงนามในสัญญา
- เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. เก็บต้นฉบับสัญญา และให้ลูกค้าเก็บคู่ฉบับสัญญา และแนะนำให้ลูกค้าใช้ Application ชำระค่างวด
- ส่งใบแจ้งหนี้ หรือ โทรศัพท์ติดตามแจ้งเตือนให้ลูกค้าชำระค่างวด ภายในกำหนดเวลา โดยสามารถชำระผ่าน QR Code ได้

* ข้อตกลงระดับการให้บริการ (SLA)
บริการ: ยื่นเอกสารเพื่อขอทำสัญญาเช่าซื้อกับ กคช.
ระยะเวลาดำเนินการ : ไม่เกิน 30 นาที

เส้นการมองเห็น (Line of Visibility)

กิจกรรมส่วนหลังเวที (Backstage Actions)

เส้นการติดต่อภายใน (Line of Internal Interaction)

กระบวนการสนับสนุน (Support Processes)

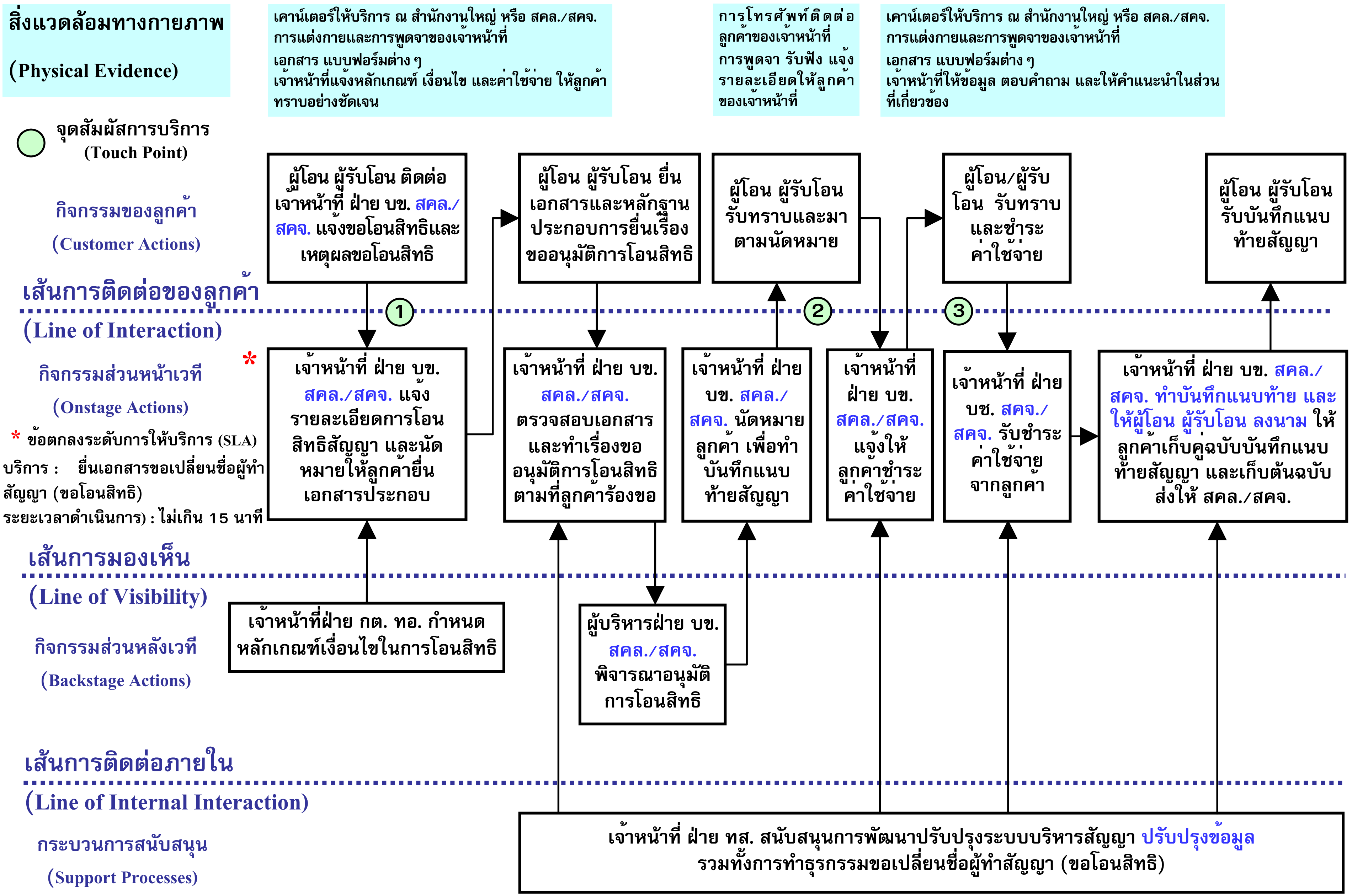
ฝ่าย ทส. สนับสนุนการพัฒนาระบบบริหารสัญญา และระบบรับชำระค่างวด

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การดำเนินการให้บริการ		ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ					
บริการ		ฝ่าย บข. สคล./สคจ. บช.		ฝ่าย สคล./สคจ. บช.		ฝ่าย ทส.	
บริการ/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.) • ระยะเวลายื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)	ไม่เกิน 30 นาที	TP1: สนญ. สคล./สคจ. จัดเตรียมเอกสารขอสินเชื่อเช่าซื้อ กคช. และให้ลูกค้าชำระเงิน • ระยะเวลาจัดเตรียมเอกสารขอสินเชื่อเช่าซื้อ กคช. ของลูกค้า	ไม่เกิน 5 นาที [*1]	TP2: ส่งใบแจ้งหนี้หรือโทรศัพท์ติดตาม แจ้งเตือนให้ลูกค้าชำระค่างวด ภายในกำหนดเวลา • ร้อยละจำนวนครั้งโทรติดตาม ภายในวันที่ 3 ของเดือน	ร้อยละ 100	สนับสนุนการพัฒนาระบบบริหารสัญญา และระบบรับชำระค่างวด • จำนวน Issues พัฒนาระบบบริหารสัญญา และระบบรับชำระค่างวด	อย่างน้อย 1 Issue
		TP1: สนญ. สคล./สคจ. รับชำระเงินและออกใบเสร็จให้ลูกค้า • ระยะเวลารับชำระเงินและออกใบเสร็จ	ไม่เกิน 5 นาที [*1]	TP2: ส่งใบแจ้งหนี้หรือโทรศัพท์ติดตาม แจ้งเตือนให้ลูกค้าชำระค่างวด ภายในกำหนดเวลา • ร้อยละของลูกค้าที่แจ้งเตือนชำระหนี้	ร้อยละ 100		
		TP1: สนญ. สคล./สคจ. ทำสัญญาเช่าซื้อ กคช. แนะนำ App ชำระเงิน • ระยะเวลาทำสัญญาเช่าซื้อ กคช.	ไม่เกิน 20 นาที [*1]				

หมายเหตุ: 1. ระยะเวลาดังกล่าว ไม่รวมระยะเวลารอ และเป็นกรณีที่ระบบสารสนเทศ ทำงานได้ตามปกติ

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)



การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การดำเนินการให้บริการ		ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)					
บริการ		ฝ่าย บข. สคล./สคจ. กต. ทอ.		ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ทส.		ฝ่าย บข. สคล./สคจ. บช.	
บริการ/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
การให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ) • ระยะเวลาให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)	ไม่เกิน 15 นาที	TP1: สนญ. สคล./สคจ. แจ้งรายละเอียดการโอนสิทธิ์และนัดหมายให้ลูกค้ายื่นเอกสาร • ระยะเวลาการแจ้งรายละเอียดและนัดหมายให้ลูกค้ายื่นเอกสารประกอบ	ไม่เกิน 15 นาที	TP2: โทรศัพท์ติดต่อแจ้งนัดหมายลูกค้าเพื่อทำบันทึกแนบท้ายสัญญา • ร้อยละของเรื่องการโอนสิทธิ์ที่แจ้งนัดหมายกับลูกค้า	ร้อยละ 100	TP3: สนญ. สคล./สคจ. แจ้งให้ชำระค่าใช้จ่ายทำบันทึกแนบท้าย ให้ผู้โอน ผู้รับโอน ลงนาม • ร้อยละของเรื่องการโอนสิทธิ์ที่จัดทำแล้วเสร็จ	ร้อยละ 100
		TP1: สนญ. สคล./สคจ. ตรวจสอบเอกสารและทำเรื่องขออนุมัติการโอนสิทธิ์ของลูกค้า • ร้อยละของเรื่องการขอโอนสิทธิ์ที่เสนอขออนุมัติ	ร้อยละ 100	สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงการทำธุรกรรมการโอนสิทธิ์รวมทั้งปรับปรุงข้อมูล • จำนวน Requests ปรับปรุงข้อมูลการโอนสิทธิ์	อย่างน้อย 5 Request	TP3: สนญ. สคล./สคจ. ฝ่าย บช. รับชำระค่าใช้จ่าย จากลูกค้า • ระยะเวลารับชำระเงินและออกใบเสร็จ	ไม่เกิน 5 นาที
		ฝ่าย บข. ติดตามผลการอนุมัติการโอนสิทธิ์ • ร้อยละของเรื่องที่ทราบผลพิจารณาอนุมัติ	ร้อยละ 100				
		ฝ่าย กต. ทอ. กำหนดหลักเกณฑ์เงื่อนไขในการโอนสิทธิ *1					

หมายเหตุ: 1. การกำหนดหลักเกณฑ์เงื่อนไขในการโอนสิทธิ์ ดำเนินการเป็นครั้งคราว ไม่มีกำหนดเวลาแน่นอน จึงไม่สามารถกำหนดวชี้วัดและเป้าหมายได้

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

เคาน์เตอร์ให้บริการ ณ สำนักงานใหญ่ หรือ สคล./สคจ.
การแต่งกายและการพูดจาของเจ้าหน้าที่
เอกสาร แบบฟอร์มต่าง ๆ
เจ้าหน้าที่แจ้งหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน

การรับโทรศัพท์ การพูดจา รับฟัง
เจ้าหน้าที่แจ้งรายละเอียดให้ลูกค้าทราบ
ภายในวันทำการ ที่ลูกค้าติดต่อ

จุดสัมผัสการบริการ (Touch Point)

กิจกรรมของลูกค้า (Customer Actions)

- ลูกค้าติดต่อเจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. แจ้งขอยกเลิกสัญญา และขอเงินมัดจำคืน และเหตุผลขอยกเลิก/ขอคืนเงิน
- ลูกค้า เขียนคำร้องคืนอาคาร พร้อมแนบเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- *กรณีลูกค้าได้รับเงินคืน*: ลูกค้ารับทราบ เพื่อติดตามรับเงินคืนต่อไป
- *กรณีลูกค้ายังไม่ได้รับเงินคืน*: ลูกค้าติดต่อเจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. แจ้งว่าไม่ได้รับเงินมัดจำคืน

เส้นการติดต่อของลูกค้า (Line of Interaction)

(1) (2)

กิจกรรมส่วนหน้าเวที (Onstage Actions) *

* ข้อตกลงระดับการให้บริการ (SLA)
บริการ : ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)
ระยะเวลาดำเนินการ : ไม่เกิน 10 นาที

- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ตรวจสอบเอกสารปฏิเสธการให้สินเชื่อจากสถาบันการเงิน และนัดหมายให้ลูกค้ายื่นเอกสาร
- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ทำบันทึกขออนุมัติ แจ้งลูกค้าดำเนินการปิดสัญญา และส่งเรื่องให้ฝ่าย บช.
- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ติดต่อประสานกับฝ่าย บข. และแจ้งความคืบหน้าให้ลูกค้าทราบว่าอยู่ขั้นตอนใดแล้ว

เส้นการมองเห็น (Line of Visibility)

กิจกรรมส่วนหลังเวที (Backstage Actions)

- กรณีลูกค้าขอรับเงินคืน: เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บช. ทำเรื่องคืนเงินมัดจำ และโอนเงินมัดจำคืนเข้าบัญชีธนาคารของลูกค้า หรือลูกค้ารับเงินด้วยตนเอง
- กรณีลูกค้าไม่ขอรับเงินคืน: เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บช. ดำเนินการจัดเก็บเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายได้องค์กร
- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บช. ตรวจสอบการคืนเงินมัดจำให้กับลูกค้า และแจ้งฝ่าย บข. สคล./สคจ. ในกรณีที่ไม่ยังไม่ปิดสัญญา และเอกสารไม่ถูกต้องครบถ้วน

เส้นการติดต่อภายใน (Line of Internal Interaction)

กระบวนการสนับสนุน (Support Processes)

เจ้าหน้าที่ ฝ่าย ทส. สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงระบบบริหารสัญญา รวมทั้งการทำธุรกรรมยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ ที่มีรายละเอียดชัดเจน

การดำเนินการให้บริการ		ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)					
บริการ		ฝ่าย บข. สคล./สคจ.		ฝ่าย บช. ทส.		ฝ่าย บข. สคล./สคจ. บช.	
บริการ/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ขั้นตอน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
การให้บริการยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร) • ระยะเวลาให้บริการยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)	ไม่เกิน 10 นาที	TP1: สนญ. สคล./สคจ. ตรวจสอบเอกสาร ปฏิเสธสินเชื่อ และนัดหมายลูกค้ายื่นเอกสาร • ระยะเวลาตรวจสอบเอกสารและนัดหมายลูกค้ายื่นเอกสาร	ไม่เกิน 10 นาที	กรณีลูกค้าขอรับเงินคืน ทำเรื่องคืนเงินมัดจำและโอนเงินคืนหรือให้ลูกค้ามารับเงิน • ร้อยละของเรื่องที่คืนเงินมัดจำให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าร้องขอ	ร้อยละ 100	TP2: โทรศัพท์ติดต่อ ประสานกับฝ่าย บข. และแจ้งความคืบหน้าคืนเงินให้ลูกค้าทราบ • ร้อยละของเรื่องขอคืนเงินมัดจำ ที่แจ้งให้ลูกค้าทราบความคืบหน้า	ร้อยละ 100
		TP1: สนญ. สคล./สคจ. ทำบันทึกขออนุมัติ แจ้งลูกค้า ปิดสัญญา ส่งเรื่องฝ่าย บช. • ร้อยละของเรื่องปิดสัญญา ที่ส่งฝ่าย บช.	ร้อยละ 100	กรณีลูกค้าไม่รับเงินคืน ดำเนินการจัดเก็บเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายได้องค์กร • ร้อยละของเรื่องที่ลูกค้าไม่รับเงินคืน	ร้อยละ 100	ฝ่าย บช. ตรวจสอบการคืนเงินมัดจำ และแจ้งฝ่าย บข. สคล./สคจ. • ร้อยละเรื่องคืนเงินที่แจ้งฝ่าย บข.	ร้อยละ 100
				สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงการทำธุรกรรมขอยกเลิกสัญญา *1			

หมายเหตุ:

1. เนื่องจากการปิดสัญญา / คืนอาคาร มีขั้นตอนที่ชัดเจน ไม่มีการเปลี่ยนแปลง จึงไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโปรแกรม ดังนั้น จึงไม่ได้กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายในส่วนนี้

หลักการและแนวคิด
การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline)

พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) คืออะไร

พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) คือ ชุดของหลักการที่องค์กรปฏิบัติตามเพื่อนำเสนอและให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ และเป็นแนวทางในการจัดการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ทำไมองค์กรจึงต้องมีการกำหนดพฤติกรรมการให้บริการ

- ให้บริการลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม: นำไปสู่ความภักดีของลูกค้า
- สร้างชื่อเสียงที่ดี: บริการที่เป็นเลิศ สร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร
- เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า: นำมาซึ่งรายได้และกำไรสู่องค์กร
- รักษาลูกค้า: บริการที่ดี เอาใจใส่ ให้คุณค่า เคารพลูกค้า
- สร้างรายได้: บริการดี → ลูกค้าภักดี → รายได้เพิ่มขึ้น

กระบวนการให้บริการ

สถานการณ์ → **การกระทำ** → **อำนาจตัดสินใจ** → **การพัฒนาปรับปรุง**

สถานการณ์
- เหตุการณ์ 1
- เหตุการณ์ 2
- เหตุการณ์ .....
- เหตุไม่คาดฝัน

การกระทำ

พฤติกรรมการให้บริการ
- ตัวอย่าง 1
- ตัวอย่าง 2
- ตัวอย่าง ...

อำนาจตัดสินใจ

ระดับการตัดสินใจ
- ผู้ปฏิบัติงาน
- หัวหน้างาน
- ผู้บริหาร

การพัฒนาปรับปรุง
- สร้างสัมพันธ์ที่ดี
- แลกเปลี่ยนเรียนรู้
- เสนอแนะการพัฒนา
- พัฒนาปรับปรุง

ตัวอย่างกฎการให้บริการที่ดีกับลูกค้า

สถานการณ์ (1) → **การกระทำ** (3) (4) (5) (6) (8)

สถานการณ์
- เหตุการณ์ 1
- เหตุการณ์ 2
- เหตุการณ์ .....
- เหตุไม่คาดฝัน

การกระทำ

พฤติกรรมการให้บริการ
- ตัวอย่าง 1
- ตัวอย่าง 2
- ตัวอย่าง ...

↓ (2) (7)

อำนาจตัดสินใจ

ระดับการตัดสินใจ
- ผู้ปฏิบัติงาน
- หัวหน้างาน
- ผู้บริหาร

← **การพัฒนาปรับปรุง** ↑ (กลับสู่สถานการณ์)

- สร้างสัมพันธ์ที่ดี
- แลกเปลี่ยนเรียนรู้
- เสนอแนะการพัฒนา
- พัฒนาปรับปรุง

1. ฝึกอบรมพนักงาน
- ฝึกอบรมให้คอยช่วยเหลือ เอาใจใส่ และสุภาพกับลูกค้า
- ฝึกอบรมให้มีข้อมูล มีความรู้ และให้อำนาจตัดสินใจ

2. อย่าสัญญาสิ่งที่ทำไม่ได้
- ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ
- สัญญาอะไรกับลูกค้า ต้องทำตามที่สัญญาไว้ได้
- รู้ว่าอะไรสัญญาได้และไม่ได้

3. ให้ความช่วยเหลือ
- ช่วยเหลือ ดูแล เอาใจใส่ มอบสิ่งดี ๆ ให้กับลูกค้า
- สร้างประสบการณ์ ความประทับใจพิเศษให้กับลูกค้า

4. จัดการข้อร้องเรียน
- รับฟัง วิเคราะห์ จัดการ และแก้ไขข้อร้องเรียนของลูกค้า
- 70% ของลูกค้าที่ข้อร้องเรียนได้รับการจัดการ กลับมาซื้อ

5. รับโทรศัพท์
- ทำให้มั่นใจว่ามีพนักงานรับโทรศัพท์ที่เข้ามา เพราะคนที่โทรศัพท์เข้ามา ต้องการคุยกับคนที่รับโทรศัพท์

6. รับฟังลูกค้า
- รับฟังอย่างตั้งใจและเข้าใจ
- ให้ลูกค้าพูด และแสดงให้เห็นว่ารับฟังอย่างแท้จริง เช่น สรุปที่ฟัง+เสนอแนะ

7. เพิ่มเติมสิ่งพิเศษให้ลูกค้า
- เสนอสิ่งพิเศษเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้ลูกค้า ที่สามารถเสนอได้ เช่น คูปองส่วนลด ข้อมูลเพิ่มเติม รอยยิ้มจริงใจ ฯลฯ

8. ยกระดับความสัมพันธ์
- สนใจ สังเกต ใส่ใจ ให้ความช่วยเหลือ โดยไม่ต้องรอให้ลูกค้าร้องขอ สร้างความประทับใจและแนะนำบอกต่อ

ตัวอย่างการกำหนดพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline)

การดำเนินการให้บริการ	ขายสินค้า และให้บริการหลังการขายกับลูกค้า			
บริการ	บริการหลังการขาย			
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ	อำนาจตัดสินใจ (เพื่อแก้ไขปัญหา/ตอบสนองลูกค้า)		
		ผู้ปฏิบัติงาน	หัวหน้าทีม	ผู้บริหาร
พนักงานขาย ให้บริการหลังการขายกับลูกค้า • ลูกค้าต้องการคืนสินค้า	1. เปิดใจรับฟัง รับรู้ปัญหา • ถามสาเหตุที่คืน อย่างสุภาพ • รับฟังอย่างตั้งใจ อย่าขัดจังหวะ • ทำความเข้าใจต้นตอของปัญหา รีบแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างรวดเร็ว • กล่าวคำขอโทษลูกค้าอย่างจริงใจ และขอบคุณลูกค้าที่มาซื้อสินค้า/ใช้บริการ 2. มองหาวิธีแก้ไข • เสนอวิธีการแก้ปัญหาให้ทันที • ปรึกษากับลูกค้า หาวิธีแก้ไขร่วมกัน 3. แสดงความรับผิดชอบ จัดการแก้ไขปัญหาให้เร็วที่สุด • จัดการปัญหาให้จบ ตอนอยู่กับลูกค้า • เสนอบางอย่างเพื่อแลกเปลี่ยน • ถ้าหาข้อสรุปไม่ได้ จะติดต่อกลับลูกค้า 4. ควบคุมความเสียหายให้น้อยที่สุด • เสนอสิ่งพิเศษเพิ่มเติมให้กับลูกค้า 5. ยกระดับความสัมพันธ์ • สานสัมพันธ์ให้ลูกค้าประทับใจ	เสนอคูปองลด 5% เสนอส่วนลด ... บาท ของชำร่วยตอบแทน บริการดี+รอยยิ้มจริงใจ	เสนอคูปองลด 10% เสนอส่วนลด ... บาท เปลี่ยนสินค้าใหม่ให้ บัตรสมาชิกฟรี โปรโมชั่นวันเกิด	เสนอคูปองลด 20% เสนอส่วนลด ... บาท เปลี่ยนสินค้ารุ่นใหม่ล่าสุดให้ ของแถมใช้กับสินค้า ร่วมสนุกชิงรางวัล

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การจัดทำพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

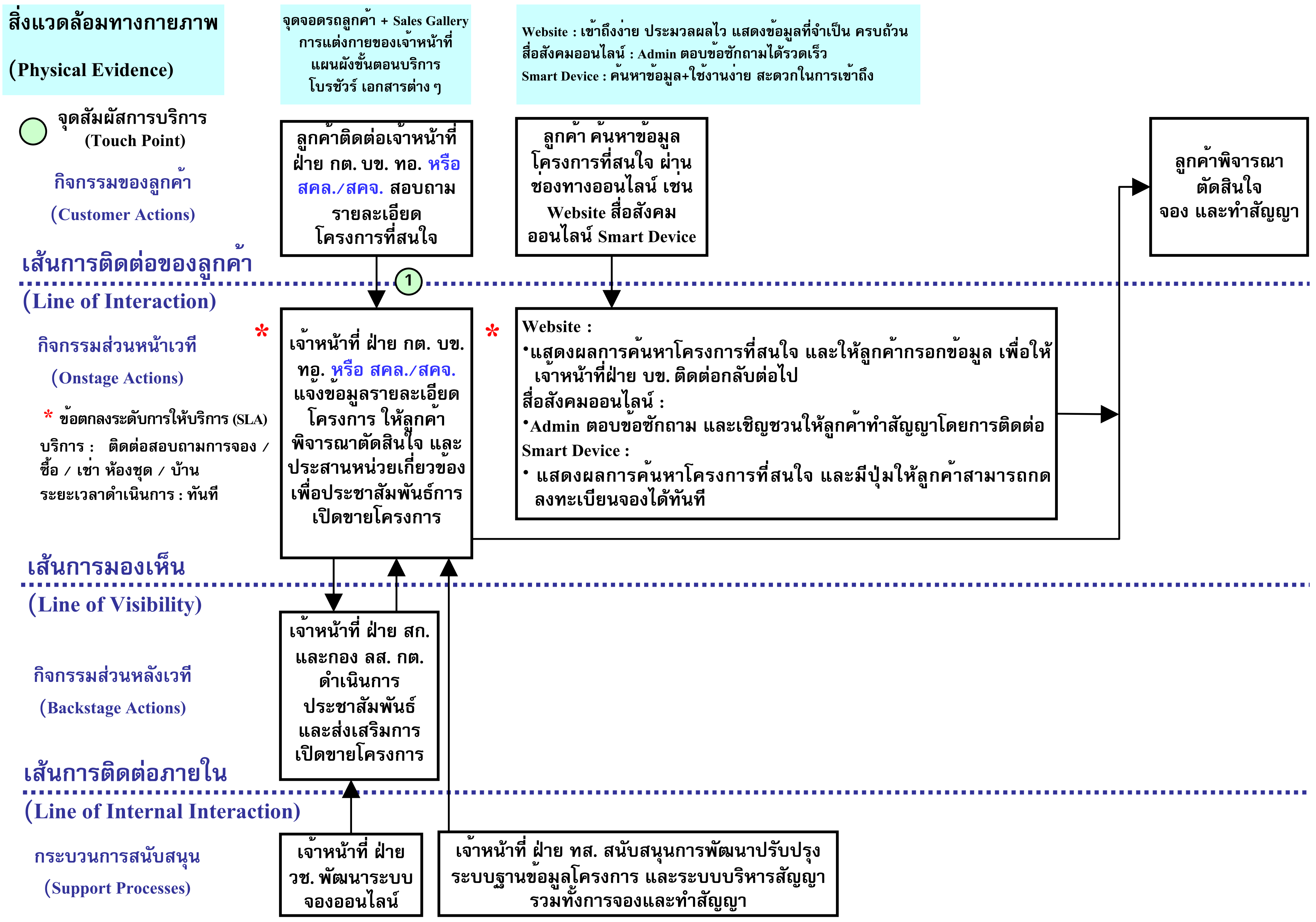
เมื่อพิจารณาจากรายละเอียดต่าง ๆ ในกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) พบว่า มีการกำหนดข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ในรูปแบบของการดำเนินการให้บริการ และระยะเวลาดำเนินการ ซึ่งสะท้อนถึงการให้บริการต่าง ๆ แก่ลูกค้า และเชื่อมโยงถึงกระบวนการบริการลูกค้า ดังนั้น กระบวนการบริการที่กำหนด จึงควรเป็นกระบวนการบริการ ที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) มีรายละเอียด ดังนี้

ข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ปี 2567

การดำเนินการให้บริการ (ไม่นับรวมระยะเวลารอคอย)	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ติดต่อสอบถามการจอง / ซื้อ / เช่า ห้องชุด / บ้าน	ไม่เกิน 15 นาที
2. ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าจัดประโยชน์ / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ	ไม่เกิน 30 นาที
3. ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ	ไม่เกิน 30 นาที
4. ชำระเงินทำสัญญา / ชำระค่างวด (ค่าเช่าซื้อ ค่าเช่าเพื่อซื้อ ค่าเช่า ค่าเช่าจัดประโยชน์)	ไม่เกิน 15 นาที
5. ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)	ไม่เกิน 15 นาที
6. ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)	ไม่เกิน 10 นาที

หมายเหตุ : ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขที่การเคหะแห่งชาติกำหนด หากท่านต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อสอบถามเจ้าหน้าที่ที่ท่านใช้บริการ (สำนักงานใหญ่ และ/หรือ สำนักงานเคหะฯ) ในวันและเวลาราชการ หรือติดต่อ Call Center 1615 ทุกวันในเวลาราชการ

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการติดต่อสอบถาม

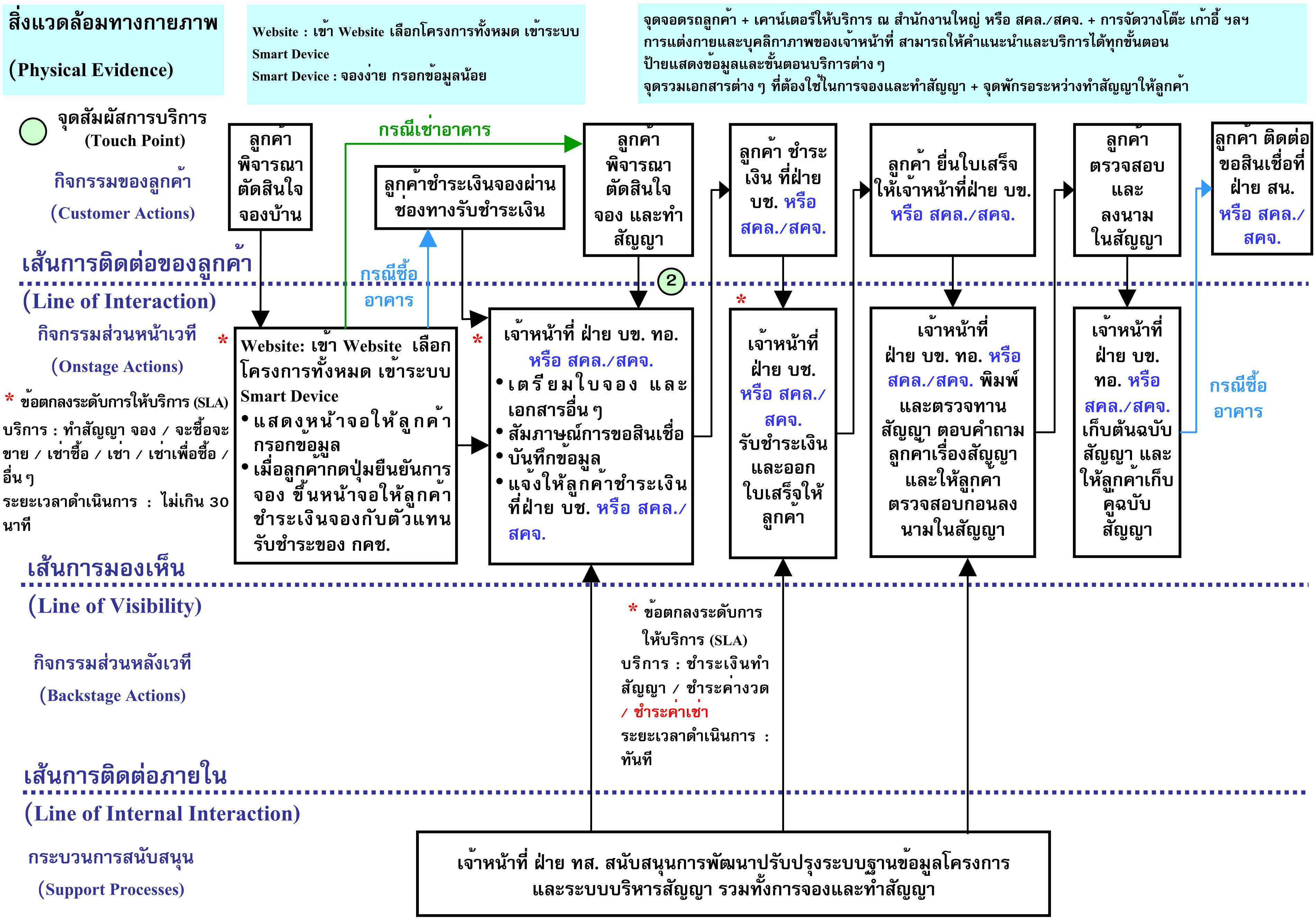


การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ติดต่อสอบถามการจอง / ซื้อ / เช่า ห้องชุด / บ้าน
บริการ	การให้บริการติดต่อสอบถาม
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย กต. บข. ทอ. หรือ สคล./สคจ. แจ้งข้อมูลรายละเอียดโครงการ ให้ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจ • ลูกค้าสอบถามว่ามีโครงการที่ไหนบ้าง หรือสอบถามโครงการในทำเลที่สนใจ	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. สอบถามลูกค้าว่า มีทำเลไหนที่ลูกค้าสนใจ 2. นำเสนอโครงการในทำเลที่ลูกค้าต้องการ 3. ให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกโครงการที่สนใจ 4. นำเสนอหน่วยว่างพร้อมขาย/พร้อมเช่า และนำเสนอสินเชื่อบ้าน รวมทั้งเช่าซื้อ คบส./เช่าซื้อ กคช. ให้ลูกค้าพิจารณา • กรณีลูกค้าสอบถามเพิ่มเติม เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าส่วนกลาง การแจ้งซ่อมอาคาร เป็นต้น → เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามของลูกค้า 5. อธิบายให้ลูกค้าฟังเรื่องโฉนด การโอนกรรมสิทธิ์ 6. อธิบายลูกค้าเรื่องขั้นตอนการทำสัญญาจะซื้อจะขาย และตอบข้อซักถามของลูกค้า 7. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการจองและทำสัญญา



การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าจัดประโยชน์ / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ
บริการ	การให้บริการจองและทำสัญญา
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. ทอ. หรือ สคล./สคจ. เตรียมใบจอง และเอกสารอื่น ๆ สัมภาษณ์การขอสินเชื่อ บันทึกข้อมูล แจ้งให้ลูกค้าชำระเงิน ที่ฝ่าย บช. หรือ สคล./สคจ. • ลูกค้าต้องการมาทำสัญญาจะซื้อจะขาย	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. แจ้งให้ลูกค้า กรอกข้อมูลในการจอง และเตรียมเอกสารประกอบสัญญา 2. สัมภาษณ์การขอสินเชื่อ ทำ Credit Scoring สอบถามรายได้ ค่าใช้จ่าย และอื่น ๆ เพื่อประเมินศักยภาพการขอสินเชื่อของลูกค้า 3. สอบถามลูกค้าว่า จะกู้กับสถาบันการเงิน หรือเช่าซื้อกับ กคช. 4. แจ้งส่วนลดให้กับลูกค้า (ถ้ามี) 5. บันทึกข้อมูลลูกค้าลงในระบบ 6. แจ้งให้ลูกค้าชำระเงิน ที่ฝ่าย บช. หรือ สคล./สคจ.
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บช. หรือ สคล./สคจ. รับชำระเงิน และออกใบเสร็จให้ลูกค้า • ลูกค้าชำระเงินเพื่อประกอบการทำสัญญา	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. รับชำระเงิน และทอนเงิน (ถ้ามี) 2. ออกใบเสร็จให้ลูกค้า 3. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าจัดประโยชน์ / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ
บริการ	การให้บริการจองและทำสัญญา
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. ทอ. หรือ สคล./สคจ. พิมพ์และตรวจทานสัญญา ตอบคำถามลูกค้าเรื่องสัญญา และให้ลูกค้า ตรวจสอบก่อนลงนามในสัญญา • ลูกค้านำใบเสร็จรับเงิน มาประกอบทำสัญญา	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. พิมพ์สัญญาจากระบบ ให้ลูกค้า 2. สอบถามลูกค้าว่าจะแจ้งซ่อมอาคารหรือไม่ ***กรณีสัญญาเช่าซื้อ:*** • กรณีลูกค้าแจ้งซ่อม → แจ้งยกเว้นค่าเช่าซื้อ 1-3 เดือน ตามระยะเวลาการซ่อม • กรณีลูกค้าไม่แจ้งซ่อม → แจ้งลูกค้าว่า ฝ่าย บช. จะออกใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าชำระภายในวันที่ 1-10 ของเดือนถัดไป ถ้าชำระล่าช้า จะมีค่าปรับ คิดเป็นร้อยละ 2 3. อธิบายรายละเอียดในสัญญา เช่น ค่างวด การระบุทายาท เป็นต้น 4. แจ้งให้ลูกค้าตรวจทานสัญญาก่อนลงนาม

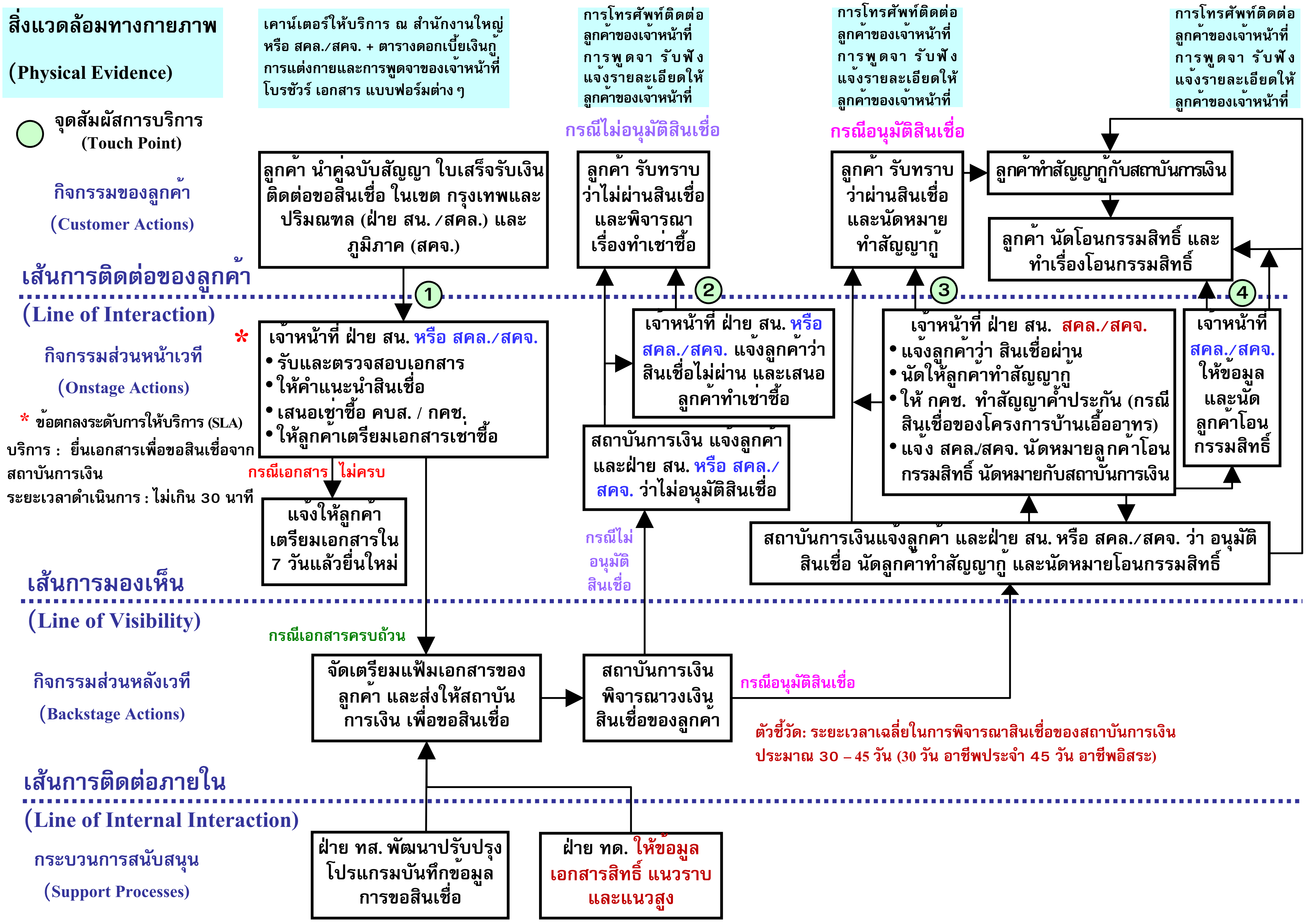
หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ทำสัญญา จอง / จะซื้อจะขาย / เช่าซื้อ / เช่า / เช่าจัดประโยชน์ / เช่าเพื่อซื้อ / อื่น ๆ
บริการ	การให้บริการจองและทำสัญญา
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. ทอ. หรือ สคล./สคจ. เก็บต้นฉบับสัญญา และให้ลูกค้าเก็บคู่ฉบับสัญญา • ลูกค้าตรวจทานสัญญาแล้ว	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. แจ้งลูกค้าให้เก็บคู่ฉบับสัญญา และให้เบอร์โทรศัพท์ สคล./สคจ. และการเดินทางไปโครงการ เพื่อให้ลูกค้ารับกุญแจจาก สคล./สคจ. • กรณีบ้านที่ลูกค้าต้องการ ยังซ่อมไม่เสร็จ → เจ้าหน้าที่ สคล./สคจ. โทรศัพท์แจ้งให้ลูกค้ามารับมอบห้อง และกุญแจ • กรณีบ้านที่ลูกค้าต้องการ ไม่ต้องซ่อม → ลูกค้าติดต่อ สคล./สคจ. เพื่อรับมอบห้อง และกุญแจ ได้ทันที 2. ตอบข้อซักถามของลูกค้า (ถ้ามี) 3. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน



การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. หรือ สคล./สคจ. รับและตรวจสอบเอกสาร ให้คำแนะนำสินเชื่อ เสนอเช่าซื้อ คบส. / กคช. ให้ลูกค้าเตรียมเอกสารเช่าซื้อ • ลูกค้ายื่นเอกสารขอสินเชื่อครบถ้วน	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. ตรวจสอบเอกสารของลูกค้า • แจ้งลูกค้าว่า เอกสารครบถ้วน และสอบถามเพิ่มเติม (ถ้ามี) 2. อธิบายขั้นตอนยื่นสินเชื่อ ว่าใช้เวลากี่วันในการพิจารณาสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย • ถ้าอนุมัติ บอกว่ามีขั้นตอนต่อไปอย่างไร • ถ้าไม่อนุมัติ ต้องรอเหตุผลจากสถาบันการเงิน อาจเสนอเช่าซื้อ คบส. และ เช่าซื้อ กคช. โดยสถาบันการเงิน จะโทรศัพท์มาสอบถามข้อมูลจากลูกค้า ถ้าไม่ติดต่อใน 30 – 45 วัน ให้ลูกค้าโทรศัพท์มาเบอร์โทรศัพท์ของฝ่าย สน. ที่ให้ลูกค้า • กรณีที่ลูกค้าเร่งรีบขอให้พิจารณาน้อยกว่าเวลาที่กำหนด → สอบถามเหตุผลเพิ่มเติมของลูกค้า เพื่อแจ้งสถาบันการเงิน 3. สอบถามลูกค้าว่า มีข้อสอบถามเพิ่มเติมหรือไม่ และอธิบายตอบข้อซักถาม 4. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. หรือ สคล./สคจ. รับและตรวจสอบเอกสาร ให้คำแนะนำสินเชื่อ เสนอเช่าซื้อ คบส. / กคช. ให้ลูกค้าเตรียมเอกสารเช่าซื้อ • ลูกค้ายื่นเอกสารขอสินเชื่อ ไม่ครบถ้วน	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. ตรวจสอบเอกสารของลูกค้า • แจ้งลูกค้าว่า เอกสารไม่ครบถ้วน เอกสารที่ขาดไปมีอะไรบ้าง มี Check List ให้ และเบอร์โทรติดต่อกลับเพื่อสอบถามเพิ่มเติม 2. กรณีที่ลูกค้าบอกว่า ไม่สามารถหาเอกสารนั้นได้ • เจ้าหน้าที่ฝ่าย สน. สคล./สคจ. ติดต่อกับสถาบันการเงิน เพื่อสอบถามข้อมูล • แจ้งลูกค้าว่า เอกสารที่ต้องยื่นให้สถาบันการเงินคืออะไร 3. กรณีที่ลูกค้าใช้เวลาหาเอกสารนานกว่า 7 วัน • บอกให้ลูกค้าโทรศัพท์บอกเหตุผลที่เอกสารช้า บางกรณีอาจยื่นเอกสารให้สถาบันการเงินไปก่อน แล้วให้สถาบันการเงินโทรศัพท์พูดคุยกับลูกค้าต่อไป

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. หรือ สคล./สคจ. แจ้งลูกค้าว่า สินเชื่อไม่ผ่าน และเสนอลูกค้าทำเช่าซื้อ • ลูกค้าสอบถามเหตุผลที่ไม่อนุมัติและลูกค้าต้องการบ้าน	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : โทรศัพท์ติดต่อ 1. อธิบายลูกค้า ตามใบปฏิเสธสินเชื่อจากสถาบันการเงิน • ถ้าลูกค้าสอบถามเพิ่มเติม ก็จะประสานติดต่อกับสถาบันการเงิน เพื่อให้ข้อมูลกับลูกค้าโดยตรง และเบอร์โทรศัพท์ติดต่อสอบถามเพิ่มเติมกับฝ่าย สน. 2. เสนอเช่าซื้อ คบส. กับลูกค้า และสอบถามเพื่อตรวจสอบข้อมูลลูกค้าว่าตรงตามหลักเกณฑ์หรือไม่ • กรณีตรงตามหลักเกณฑ์ → นัดหมายลูกค้าให้มาเขียนคำร้อง และยื่นเอกสารเพิ่มเติม (สำหรับเอกสารที่ไม่เป็นปัจจุบัน) • กรณีไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ → แจ้งลูกค้าว่าให้ติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. สคล./สคจ. แจ้งลูกค้าว่า สินเชื่อผ่าน นัดให้ลูกค้าทำสัญญากู้ ให้ กคช. ทำสัญญาค้ำประกัน (กรณีสินเชื่อของโครงการบ้านเอื้ออาทร) แจ้ง สคล./สคจ. นัดหมายลูกค้าโอนกรรมสิทธิ์ นัดหมายกับสถาบันการเงิน • ลูกค้าไม่อยากเซ็นสัญญาเงินกู้ เนื่องจากบ้านไม่พร้อมอยู่อาศัย	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : โทรศัพท์ติดต่อ 1. อธิบายลูกค้าให้ทราบว่า ขายบ้านตามสภาพ และแจ้งผู้บังคับบัญชา ประสานให้ฝ่าย สคล./สคจ. เพื่อให้ฝ่าย ปบ. ซ่อมแซมบ้านให้ลูกค้า และแจ้งให้ลูกค้าติดต่อกับสถาบันการเงิน เพื่อทำสัญญากู้ และแจ้ง สคล./สคจ. นัดหมายโอนกรรมสิทธิ์บ้าน • กรณีลูกค้ายังยืนยันไม่อยากเซ็นสัญญา → ขอโทษลูกค้า พูดบอกให้ลูกค้าใจเย็น และเสนอว่าจะซ่อมแซมบ้านให้อย่างเร่งด่วน 2. ให้เบอร์โทรศัพท์ติดต่อกับลูกค้า เพื่อติดตามงาน 3. ขอบคุณลูกค้า

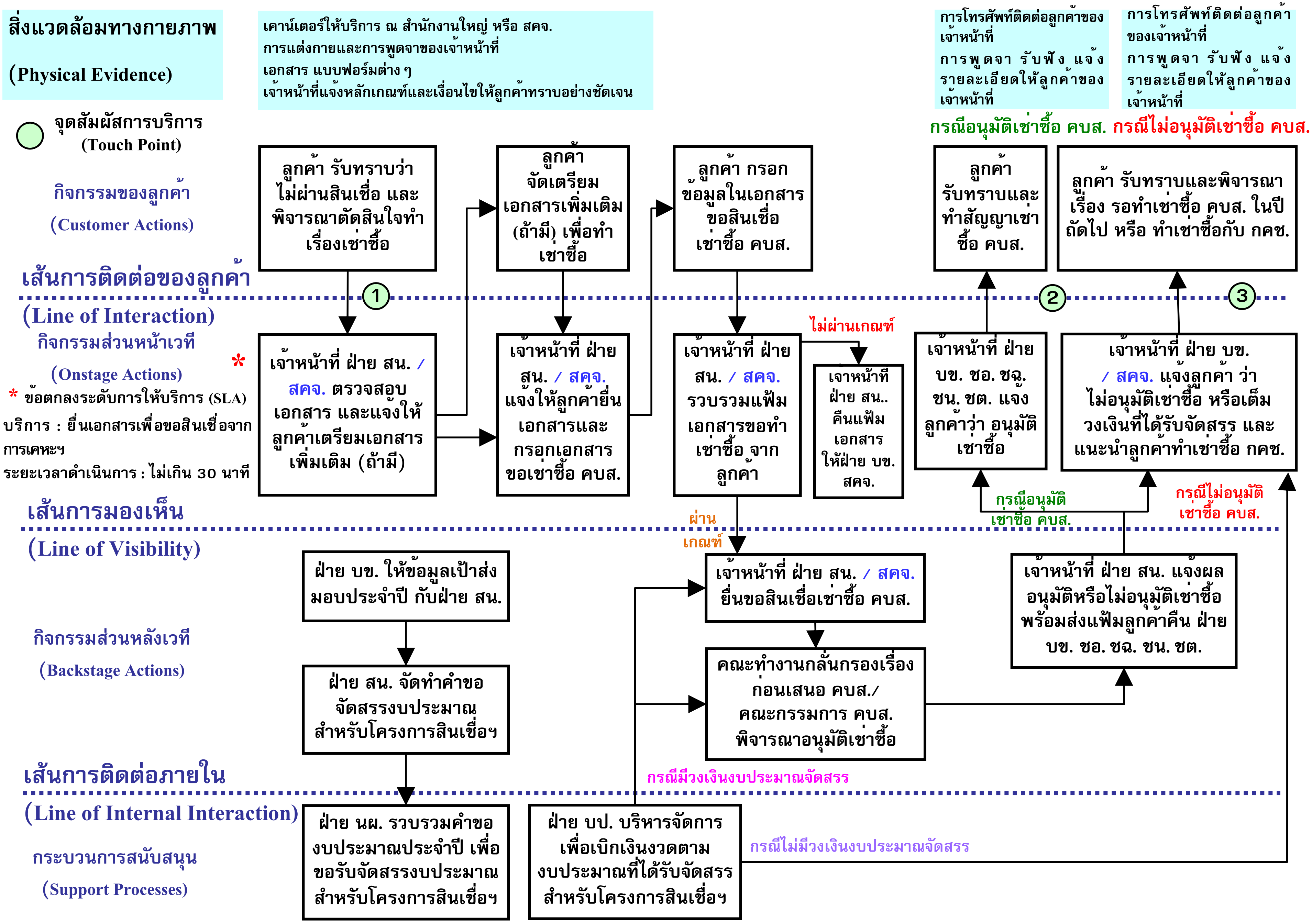
หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. สคล./สคจ. แจ้งลูกค้าว่า สินเชื่อผ่าน นัดให้ลูกค้าทำสัญญากู้ ให้ กคช. ทำสัญญาค้ำประกัน (กรณีสินเชื่อของโครงการบ้านเอื้ออาทร) แจ้ง สคล./สคจ. นัดหมายลูกค้าโอนกรรมสิทธิ์ นัดหมายกับสถาบันการเงิน • ลูกค้าพร้อมเซ็นสัญญาเงินกู้	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : โทรศัพท์ติดต่อ กรณี โครงการบ้านเอื้ออาทร: 1. อธิบายให้ลูกค้าทราบเอกสารและหลักเกณฑ์การทำสัญญา และวันนัดหมายเซ็นสัญญา 2. อธิบายเพิ่มเติม หลังเซ็นสัญญาแล้ว ลูกค้าต้องติดต่อกับหน่วยรับผิดชอบโครงการ เพื่อขอรับมอบบ้าน ค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องเตรียม 3. ถ้าลูกค้าไม่สะดวกไม่ว่ากรณีใด แจ้งให้ลูกค้าโทรติดต่อกับ กอง รส. สน. กรณีโครงการ Pack 1: 1. อธิบายให้ลูกค้าทราบเอกสารและหลักเกณฑ์การทำสัญญา และวันนัดหมายเซ็นสัญญา 2. อธิบายให้ลูกค้าติดต่อ สคล./สคจ. ที่ดูแลโครงการ เพื่อนัดหมาย วันโอน และจดจำนองที่สำนักงานที่ดินที่รับผิดชอบ 3. ถ้าลูกค้าไม่สะดวกไม่ว่ากรณีใด แจ้งให้ลูกค้าโทรติดต่อกับ สคล./สคจ.

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)



การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. /สคจ. ตรวจสอบเอกสาร และแจ้งให้ลูกค้าเตรียมเอกสารเพิ่มเติม (ถ้ามี) • ลูกค้ายื่นเอกสารขอเช่าซื้อ คบส. ครบถ้วน	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคจ. 1. ตรวจสอบเอกสารของลูกค้า • แจ้งลูกค้าว่า เอกสารครบถ้วน และสอบถามเพิ่มเติม (ถ้ามี)
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. /สคจ. ตรวจสอบเอกสาร และแจ้งให้ลูกค้าเตรียมเอกสารเพิ่มเติม (ถ้ามี) • ลูกค้ายื่นเอกสารขอเช่าซื้อ คบส. ไม่ครบถ้วน	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคจ. 1. ตรวจสอบเอกสารของลูกค้า • แจ้งลูกค้าว่า เอกสารไม่ครบถ้วน เอกสารที่ขาดไปมีอะไรบ้าง มี Check List ให้ และเบอร์โทรติดต่อกลับเพื่อสอบถามเพิ่มเติม

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. / สคจ. แจ้งให้ลูกค้ายื่นเอกสารและกรอกเอกสารขอเช่าซื้อ คบส. • ลูกค้ากรอกเอกสารขอเช่าซื้อ คบส. และมีเอกสารครบถ้วน	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคจ. 1. ตรวจสอบเอกสารขอเช่าซื้อ คบส. • สอบถามเพิ่มเติม และแนะนำการกรอกข้อมูลในเอกสารขอเช่าซื้อ คบส. 2. อธิบายขั้นตอนยื่นเช่าซื้อ คบส. และอัตราดอกเบี้ยเช่าซื้อ คบส. • ถ้าอนุมัติ บอกว่ามีขั้นตอนต่อไปอย่างไร • ถ้าไม่อนุมัติ จะแจ้งเหตุผลให้ลูกค้าทราบ อาจเสนอเช่าซื้อ กคช. 3. สอบถามลูกค้าว่า มีข้อสอบถามเพิ่มเติมหรือไม่ • ถ้าลูกค้าไม่มีข้อสอบถามเพิ่มเติม ขอบคุณลูกค้าที่มาใช้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย สน. / สคจ. รวบรวมแฟ้มเอกสารขอทำเช่าซื้อ จากลูกค้า • ลูกค้าสอบถามเพิ่มเติม	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคจ. 1. อธิบายตอบข้อซักถามเพิ่มเติมของลูกค้า 2. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. ชอ. ชฉ. ชน. ชต. แจ้งลูกค้าว่า อนุมัติเช่าซื้อ • เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. ชอ. ชฉ. ชน. ชต. วางแผนและตรวจสอบวงเงินเช่าซื้อ คบส. กับฝ่าย สน. เพื่อนัดหมายลูกค้าทำสัญญาเช่าซื้อ คบส.	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : โทรศัพท์ติดต่อ 1. โทรศัพท์แจ้งลูกค้าว่า เช่าซื้อ คบส. อนุมัติแล้ว 2. นัดหมายลูกค้าทำสัญญาเช่าซื้อ คบส. • กรณีเงินอุดหนุน ไม่พอทำเช่าซื้อ → แจ้งขอเลื่อนเวลากับลูกค้าออกไปก่อน เพื่อจะทำสัญญาเช่าซื้อได้ 3. แจ้งให้ลูกค้าชำระค่างวด งวดแรก ในวันที่ทำสัญญา 4. ขอบคุณลูกค้า
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. ชอ. ชฉ. ชน. ชต. แจ้งลูกค้าว่า อนุมัติเช่าซื้อ • อนุมัติเช่าซื้อ คบส. แล้ว แจ้งทางโทรศัพท์แล้ว แต่ลูกค้าไม่ยอมมาทำสัญญา	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : โทรศัพท์ติดต่อ 1. โทรศัพท์สอบถามลูกค้า ให้มาทำสัญญาเช่าซื้อ คบส. • กรณีติดต่อลูกค้าไม่ได้ หรือลูกค้าไม่ยอมมาทำสัญญา → ออกจดหมายแจ้งให้มาทำสัญญาใน 15 วัน • กรณีลูกค้าไม่มาทำสัญญาใน 15 วัน → ทำเรื่องยกเลิกสัญญา (พิจารณาตามสถานการณ์ และเป็นดุลยพินิจของฝ่าย บข. และ สคจ.) และแจ้งให้ลูกค้าขอคืนเงินมัดจำ 2. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ คบส.)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. / สคจ. แจ้งลูกค้า ว่า ไม่อนุมัติเช่าซื้อ หรือเต็มวงเงินที่ได้รับจัดสรร และแนะนำลูกค้าทำเช่าซื้อ กคช. • ลูกค้าไม่เข้าหลักเกณฑ์เช่าซื้อ คบส.	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : โทรศัพท์ติดต่อ 1. โทรศัพท์แจ้งลูกค้าว่า เช่าซื้อ คบส. ไม่อนุมัติ 2. แจ้งสาเหตุที่ไม่อนุมัติว่า ลูกค้าไม่เข้าหลักเกณฑ์เช่าซื้อ คบส. และอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติม 3. ตรวจสอบว่าเข้าหลักเกณฑ์เช่าซื้อ กคช. หรือไม่ • กรณีเข้าหลักเกณฑ์ → สอบถามว่าลูกค้าสนใจเช่าซื้อ กคช. หรือไม่ • ถ้าลูกค้าสนใจ : นำเสนอเช่าซื้อ กคช. กับลูกค้า • ถ้าลูกค้าไม่สนใจ หรือไม่เข้าหลักเกณฑ์ เช่าซื้อ กคช. : แจ้งให้ลูกค้าทำเรื่องยกเลิกสัญญา และขอเงินคืน และแจ้งระยะคืนเงินให้ลูกค้า ไม่เกิน 60 วัน โดยโอนเงินคืนเข้าบัญชีธนาคารของลูกค้า ตามที่ลูกค้าแจ้ง 4. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

เคาน์เตอร์ให้บริการ ณ สำนักงานใหญ่ หรือ สคจ.
การแต่งกายและการพูดจาของเจ้าหน้าที่
เอกสาร แบบฟอร์มต่าง ๆ
เจ้าหน้าที่แจ้งหลักเกณฑ์และเงื่อนไขให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน

Physical Touch Point : การโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าของเจ้าหน้าที่
SMS มีรายละเอียดการชำระค่างวดที่ชัดเจน ครบถ้วน

Digital Touch Point : หน้าจอใน Line และApp ส่วนของใบแจ้งหนี้ แสดงการแจ้งเตือนชำระค่างวด และประวัติการชำระค่างวดที่ผ่านมา

จุดสัมผัสการบริการ (Touch Point)

กิจกรรมของลูกค้า (Customer Actions)

- ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจทำสัญญาเช่าซื้อ กคช. จาก 3 กรณี ได้แก่
  1. ไม่ผ่าน Post ไม่ผ่าน คบส.
  2. ไม่ผ่าน Post เต็มวงเงิน คบส.
  3. ทำเช่าซื้อโดยตรง
- ลูกค้า ชำระเงิน ที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ.
- ลูกค้า ยื่นใบเสร็จให้เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ.
- ลูกค้าตรวจสอบและลงนามในสัญญา
- ลูกค้า เก็บคู่ฉบับสัญญา และชำระค่างวด ภายในวันที่ 10 ของทุกเดือน

เส้นการติดต่อของลูกค้า (Line of Interaction)

(1) (2)

กิจกรรมส่วนหน้าเวที (Onstage Actions) *

- เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ.
  - เตรียมใบจอง และเอกสารอื่น ๆ
  - ทบทวน Credit Scoring
  - ชี้แจงรายละเอียดสัญญาและอัตราการผ่อนชำระ
  - บันทึกข้อมูล
  - แจ้งให้ลูกค้าชำระเงิน ที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ.
- เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. รับชำระเงินและออกใบเสร็จให้ลูกค้า
- เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. พิมพ์และตรวจทานสัญญา ตอบคำถามลูกค้าเรื่องสัญญา และให้ลูกค้าตรวจสอบก่อนลงนามในสัญญา
- เจ้าหน้าที่ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. เก็บต้นฉบับสัญญาและให้ลูกค้าเก็บคู่ฉบับสัญญา และแนะนำให้ลูกค้าใช้ Application ชำระค่างวด
- ส่งใบแจ้งหนี้ หรือโทรศัพท์ติดตาม แจ้งเตือนให้ลูกค้าชำระค่างวด ภายในกำหนดเวลา โดยสามารถชำระผ่าน QR Code ได้

* ข้อตกลงระดับการให้บริการ (SLA)
บริการ: ยื่นเอกสารเพื่อขอทำสัญญาเช่าซื้อกับ กคช.
ระยะเวลาดำเนินการ : ไม่เกิน 30 นาที

เส้นการมองเห็น (Line of Visibility)

กิจกรรมส่วนหลังเวที (Backstage Actions)

เส้นการติดต่อภายใน (Line of Internal Interaction)

กระบวนการสนับสนุน (Support Processes)

ฝ่าย ทส. สนับสนุนการพัฒนาระบบบริหารสัญญา และระบบรับชำระค่างวด

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. เตรียมใบจอง และเอกสารอื่น ๆ ทบทวน Credit Scoring ชี้แจงรายละเอียดสัญญาและอัตราการผ่อนชำระ บันทึกข้อมูล แจ้งให้ลูกค้าชำระเงิน ที่ฝ่าย บช. หรือ สคล./สคจ. • ลูกค้าต้องการทำสัญญาเช่าซื้อ กคช.	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. รวบรวมเอกสารจากลูกค้า 2. ตรวจสอบ Credit Scoring 3. ชี้แจงรายละเอียดสัญญาและอัตราการผ่อนชำระ และบันทึกข้อมูล 4. ออกใบนำส่งให้ลูกค้าชำระเงินกับฝ่าย บช. หรือ สคล./สคจ.
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บช. หรือ สคล./สคจ. รับชำระเงิน และออกใบเสร็จให้ลูกค้า • ลูกค้าชำระเงินเพื่อประกอบการทำสัญญา	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. รับชำระเงิน และทอนเงิน (ถ้ามี) 2. ออกใบเสร็จให้ลูกค้า 3. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. พิมพ์และตรวจทานสัญญา ตอบคำถามลูกค้าเรื่องสัญญา และให้ลูกค้าตรวจสอบก่อนลงนามในสัญญา • ลูกค้านำใบเสร็จรับเงิน มาประกอบทำสัญญา	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. พิมพ์ใบสัญญาเช่าซื้อ กคช. 2. สอบถามลูกค้าว่าจะแจ้งซ่อมอาคารหรือไม่ • กรณีลูกค้าแจ้งซ่อม → แจ้งยกเว้นค่าเช่าซื้อ 1-3 เดือน ตามระยะเวลาการซ่อม • กรณีลูกค้าไม่แจ้งซ่อม → แจ้งลูกค้าว่า ฝ่าย บช. จะออกใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าชำระภายในวันที่ 1-10 ของเดือนถัดไป ถ้าชำระล่าช้า จะมีค่าปรับ คิดเป็นร้อยละ 2 3. อธิบายรายละเอียดในสัญญา เช่น ค่างวด การระบุทายาท เป็นต้น และให้ลูกค้าตรวจทานสัญญาก่อนลงนามในสัญญาเช่าซื้อ กคช.

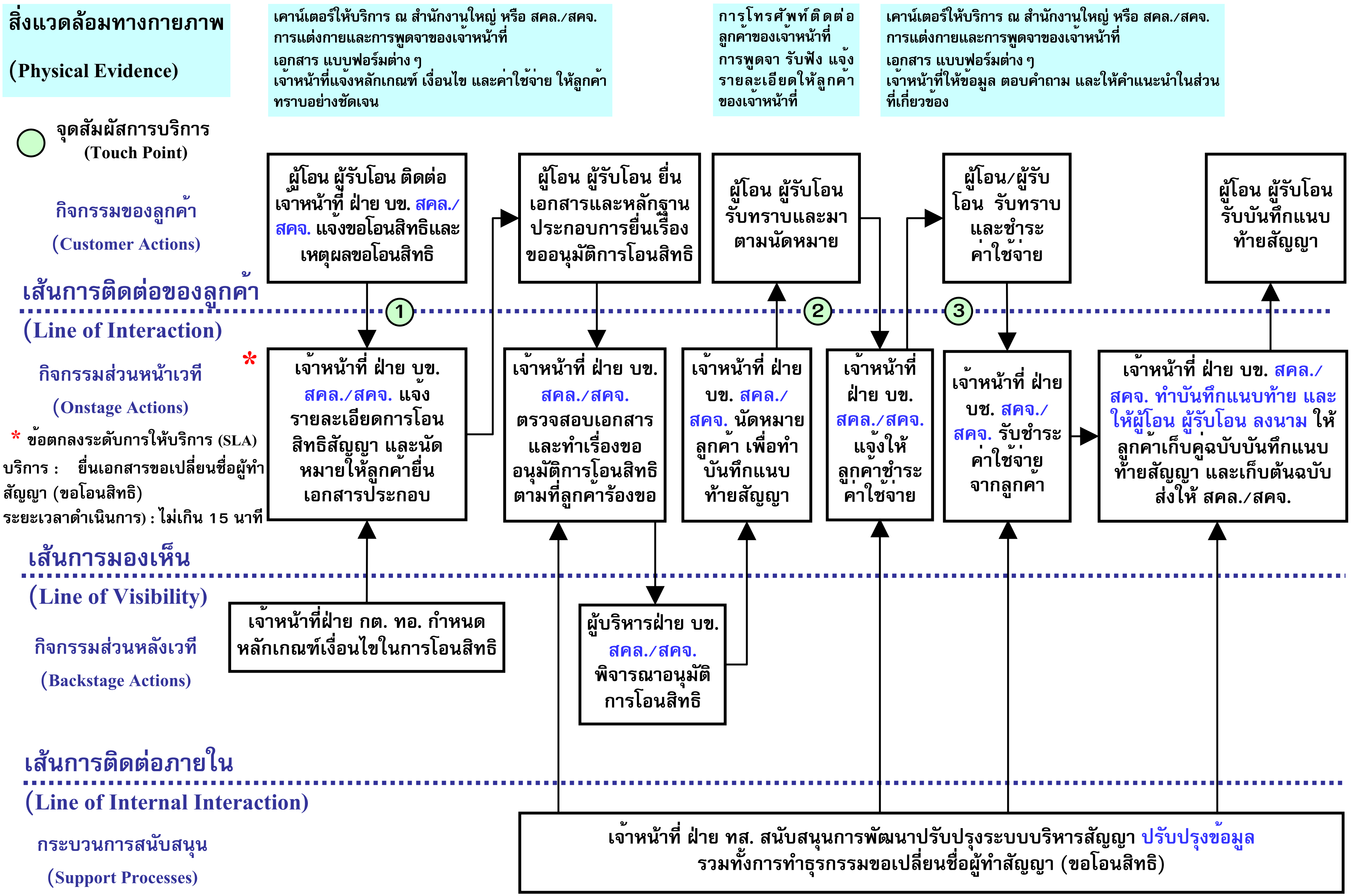
หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน / การเคหะฯ
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. หรือ สคล./สคจ. เก็บต้นฉบับสัญญา และให้ลูกค้าเก็บคู่ฉบับสัญญา และแนะนำให้ลูกค้าใช้ Application ชำระค่างวด • ลูกค้าตรวจทานสัญญาแล้ว	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. แจ้งลูกค้าให้เก็บคู่ฉบับสัญญา และให้เบอร์โทรศัพท์ สคล./สคจ. และการเดินทางไปโครงการ เพื่อให้ลูกค้ารับกุญแจจาก สคล./สคจ. • กรณีบ้านที่ลูกค้าต้องการ ยังซ่อมไม่เสร็จ → เจ้าหน้าที่ สคล./สคจ. โทรศัพท์แจ้งให้ลูกค้ามารับมอบห้องและกุญแจ • กรณีบ้านที่ลูกค้าต้องการ ไม่ต้องซ่อม → ลูกค้าติดต่อ สคล./สคจ. เพื่อรับมอบห้อง และกุญแจ ได้ทันที 2. ตอบข้อซักถามของลูกค้า (ถ้ามี) 3. แนะนำให้ลูกค้าใช้ Application ชำระค่างวด ในช่องทางชำระเงินที่สะดวก เช่น Counter Service QR Code ชำระผ่าน Application เป็นต้น 4. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)



การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. แจ้งรายละเอียดการโอนสิทธิสัญญา และนัดหมายให้ลูกค้ายื่นเอกสารประกอบ • ลูกค้าติดต่อขอทำเรื่องโอนสิทธิ	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. แจ้งรายละเอียดการโอนสิทธิสัญญา เอกสารที่ต้องใช้ และการชำระเงิน 2. สอบถามและนัดหมายกับลูกค้า ว่าสะดวกยื่นเอกสารทำเรื่องโอนสิทธิวันไหน โดยผู้โอน และผู้รับโอน (หรือผู้รับมอบอำนาจจากผู้รับโอน) ต้องมาติดต่อด้วยตนเอง ที่ฝ่าย บข. สคล./สคจ. 3. ขอบคุณลูกค้า
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ตรวจสอบเอกสาร และทำเรื่องขออนุมัติการโอนสิทธิ ตามที่ลูกค้าร้องขอ • ลูกค้ายื่นเอกสารขอทำเรื่องโอนสิทธิเปลี่ยนชื่อ	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. รวบรวมใบคำร้องขอโอนสิทธิ และเอกสารประกอบ รวมทั้งทำบันทึกขออนุมัติโอนสิทธิ โดยฝ่าย บข. คล./คจ. เป็นผู้อนุมัติ • กรณีฝ่าย บข. อนุมัติ → พิจารณาอนุมัติภายใน 3 วันทำการ นับจากวันที่ทำเรื่องโอนสิทธิ • กรณี สคล./สคจ. อนุมัติ → พิจารณาอนุมัติภายในวันที่ทำเรื่องโอนสิทธิ

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. นัดหมายลูกค้า เพื่อทำบันทึกแนบท้ายสัญญา • เรื่องโอนสิทธิได้รับอนุมัติแล้ว	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : โทรศัพท์ติดต่อ กรณีฝ่าย บข. อนุมัติ 1. โทรศัพท์นัดหมายผู้โอน และผู้รับโอน ให้มาทำบันทึกแนบท้ายสัญญา 2. ตอบข้อซักถามของลูกค้า (ถ้ามี) 3. ขอบคุณลูกค้า จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. ดำเนินการต่อที่ขั้นตอนถัดไป
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. แจ้งให้ลูกค้าชำระค่าใช้จ่าย • ผู้โอน และผู้รับโอน มาตามนัดหมาย เพื่อทำเรื่องโอนสิทธิ	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. แจ้งให้ลูกค้าชำระเงินที่ฝ่าย บช. สคล./สคจ. 2. ตอบข้อซักถามของลูกค้า (ถ้ามี)
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บช. สคล./สคจ. รับชำระค่าใช้จ่าย จากลูกค้า • ลูกค้าชำระค่าใช้จ่าย เพื่อทำเรื่องโอนสิทธิ	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. รับชำระเงิน และทอนเงิน (ถ้ามี) 2. ออกใบเสร็จให้ลูกค้า

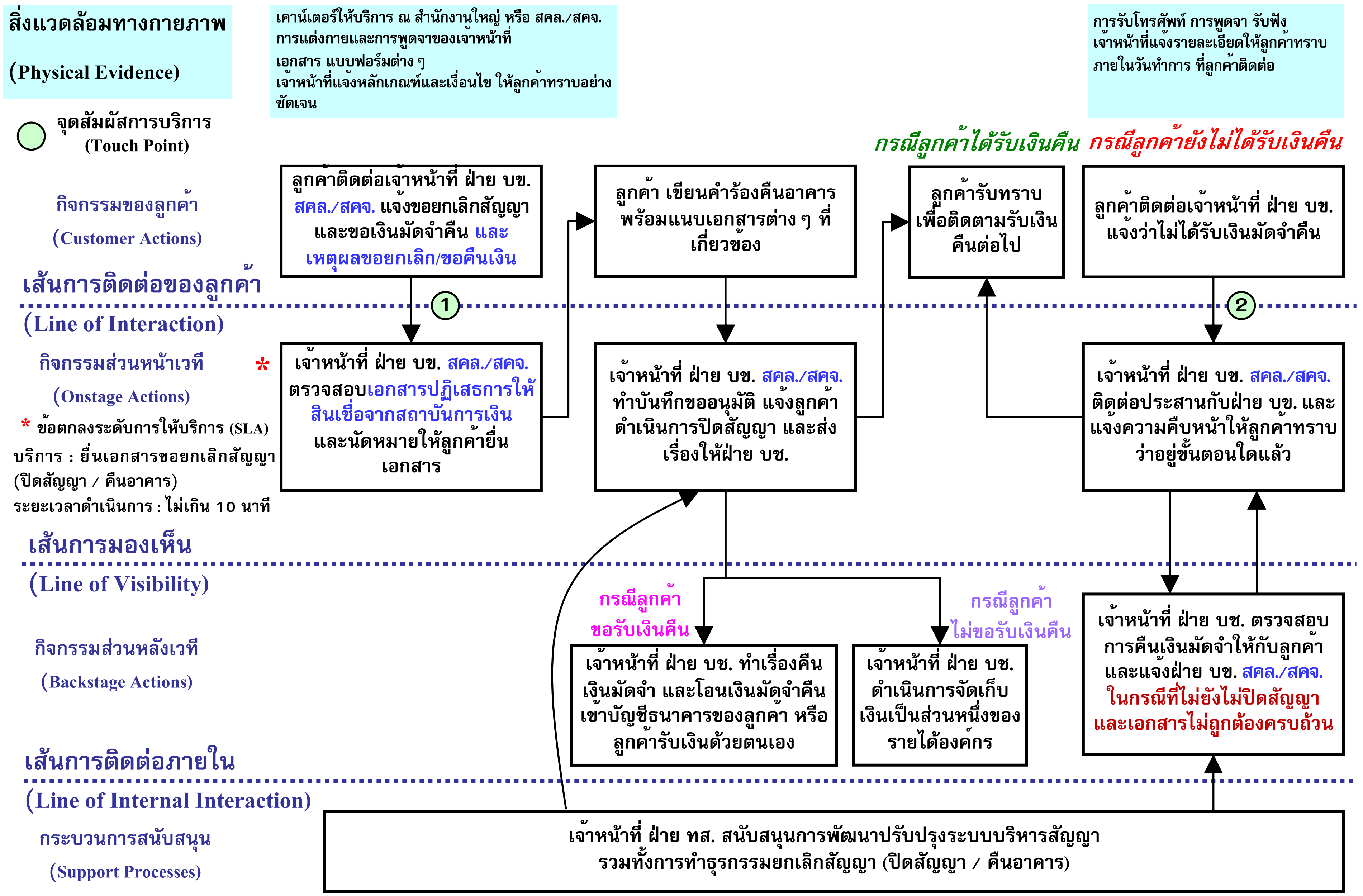
หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารขอเปลี่ยนชื่อผู้ทำสัญญา (ขอโอนสิทธิ)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ทำบันทึกแนบท้าย และให้ผู้โอน ผู้รับโอนลงนาม ให้ลูกค้าเก็บคู่ฉบับบันทึกแนบท้ายสัญญา และเก็บต้นฉบับส่งให้ สคล./สคจ. • ลูกค้าตรวจทานบันทึกแนบท้ายสัญญาแล้ว	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. พิมพ์บันทึกแนบท้ายสัญญา และให้ลูกค้าตรวจสอบบันทึกแนบท้ายสัญญา 2. ให้ผู้โอน และผู้รับโอน ลงนามในบันทึกแนบท้ายสัญญา 3. แจ้งให้ลูกค้าเก็บคู่ฉบับบันทึกแนบท้ายสัญญา 4. ตอบข้อซักถามของลูกค้า (ถ้ามี) 5. ขอบคุณลูกค้า 6. เก็บต้นฉบับบันทึกแนบท้ายสัญญา และเก็บเอกสารต่าง ๆ เข้าแฟ้มลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)



การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ตรวจสอบเอกสารปฏิเสธการให้สินเชื่อจากสถาบันการเงิน และนัดหมายให้ลูกค้ายื่นเอกสาร • ตรวจสอบแฟ้มสินเชื่อของลูกค้าที่ไม่ผ่านสินเชื่อ	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. ตรวจสอบว่าได้รับแฟ้มสินเชื่อของลูกค้า ที่ไม่ผ่านสินเชื่อ • กรณียังไม่ได้รับแฟ้มสินเชื่อ → ติดตามแฟ้มสินเชื่อจากฝ่าย สน. • กรณีได้รับแฟ้มสินเชื่อแล้ว → ติดต่อนัดหมายให้ลูกค้าทำเรื่องขอยกเลิกสัญญา และขอเงินมัดจำคืน และเตรียมเอกสารคู่ฉบับสัญญา พร้อมใบเสร็จรับเงิน
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ทำบันทึกขออนุมัติ แจ้งลูกค้าดำเนินการปิดสัญญา และส่งเรื่องให้ฝ่าย บช. • ลูกค้าเขียนคำร้องขอยกเลิกสัญญา และขอเงินมัดจำคืน	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : สนญ. สคล./สคจ. 1. เก็บรวบรวมใบคำร้องขอยกเลิกสัญญา เอกสารคู่ฉบับสัญญา และใบเสร็จรับเงินของลูกค้า และฝ่าย บข. สคล./สคจ. ดำเนินการปิดสัญญาในระบบ 2. แจ้งลูกค้าว่า จะทำเรื่องขออนุมัติ คาดว่าน่าจะใช้เวลาอนุมัติ ประมาณ 60 วัน ถ้าอนุมัติแล้ว จะคืนเงินเข้าบัญชีธนาคารของลูกค้า โดยหักค่าธรรมเนียมโอนเงิน และลูกค้าสามารถตรวจสอบกับ Mobile Application ของธนาคาร หรือโทรศัพท์สอบถามกับ กคช. ถ้าหลังจากครบ 60 วัน ยังไม่ได้รับเงินคืน ให้ลูกค้าติดต่อกลับฝ่าย บข. สคล./สคจ. 3. ขอบคุณลูกค้า 4. บันทึกข้อมูลเข้าระบบ และทำบันทึกขออนุมัติ

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การจัดทำพฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) สำหรับกระบวนการบริการที่กำหนด

การดำเนินการให้บริการ	ยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)
บริการ	การให้บริการยื่นเอกสารขอยกเลิกสัญญา (ปิดสัญญา / คืนอาคาร)
ขั้นตอน/สถานการณ์	พฤติกรรมการให้บริการ
เจ้าหน้าที่ ฝ่าย บข. สคล./สคจ. ติดต่อประสานกับฝ่าย บข. และแจ้งความคืบหน้าให้ลูกค้าทราบว่าอยู่ขั้นตอนใดแล้ว • ลูกค้าติดต่อสอบถามและติดตามว่ายังไม่ได้รับเงินมัดจำคืน และลูกค้าบางราย จำเลขที่บัญชีธนาคารไม่ได้	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) : โทรศัพท์ติดต่อ 1. สอบถามข้อมูลรายละเอียดจากลูกค้า เช่น ชื่อ นามสกุล โครงการ เลขที่บ้าน วันที่เขียนคำร้อง เป็นต้น 2. สืบค้นในระบบ เพื่อหาข้อมูลลูกค้า สำหรับคืนเงินมัดจำ เช่น ชื่อ นามสกุล เลขที่บัญชีธนาคาร วันที่เขียนคำร้อง จำนวนเงิน เป็นต้น 3. แจ้งลูกค้าว่า เรื่องของลูกค้าอยู่ในขั้นตอนใด และแจ้งประมาณการว่าลูกค้าน่าจะได้รับเงิน ประมาณเมื่อไร 4. แจ้งให้ลูกค้าตรวจสอบบัญชีธนาคารของลูกค้า ในวันที่คาดว่าจะได้รับเงินคืน ถ้ายังไม่ได้รับเงินคืน ก็ให้ลูกค้าติดต่อ กคช. อีกครั้ง 5. ขอบคุณลูกค้า

หมายเหตุ: กคช. ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการให้บริการลูกค้าส่วนกลางและส่วนภูมิภาคแตกต่างกัน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของ กคช.

การนำเสนอกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2566 เพื่อขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ

การนำเสนอกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567 เพื่อขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ

การเคหะแห่งชาติ ได้จัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567 หลังจากนั้น การเคหะแห่งชาติ ได้นำเสนอคณะกรรมการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า ในการประชุม ครั้งที่ 5/2566 เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2566 โดยคณะกรรมการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า การเคหะแห่งชาติ พิจารณาแล้วเห็นสมควรให้นำเสนอคณะกรรมการการเคหะแห่งชาติ พิจารณาให้ความเห็นชอบต่อไป

ต่อมา การเคหะแห่งชาติ (กคช.) ได้นำเสนอคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ ในการประชุม ครั้งที่ 16/2566 เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2566 เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567 ซึ่งคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ มีมติเห็นชอบกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567 ตามที่ กคช. เสนอ ทั้งนี้ให้ดำเนินการตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

สำหรับบันทึกข้อความที่แจ้งมติของคณะกรรมการการเคหะแห่งชาติ อยู่ในบันทึกข้อความ ดังนี้

- บันทึกข้อความ ที่ พม 5164/ปข./207 เรื่อง แจ้งมติที่ประชุมคณะกรรมการ กคช. ครั้งที่ 16/2566 เรื่อง ขอทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567 ลงวันที่ 1 กันยายน 2566

รายละเอียดของบันทึกข้อความดังกล่าว เป็นดังนี้

การนำเสนอกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567 เพื่อขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ

บันทึกข้อความ แจ้งมติเห็นชอบร่างกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ประจำปีงบประมาณ 2567

การเคหะแห่งชาติ
NATIONAL HOUSING AUTHORITY

คลองจั่น เขตบางกะปิ กทม. ๑๐๒๔๐ โทร.๐-๒๓๕๑-๗๗๗๗ ต่อ ๔๔๗๒

บันทึกข้อความ

จาก เลขานุการคณะกรรมการ กคช. (4.8)
ถึง ผอ.กค.
ที่ พม 5164/บข./ 207
เรื่อง แจ้งมติที่ประชุมคณะกรรมการ กคช. ครั้งที่ 16/2566 วันที่ 1 กันยายน 2566
เรื่อง ขอทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567

ฝ่ายการตลาด
รับเลขที่ 1744
วันที่ 1/9/66 เวลา 14.15 น.

เรียน ผอ.กค.

ด้วยในการประชุมคณะกรรมการการเคหะแห่งชาติ ครั้งที่ 16/2566 เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2566 กคช. ได้นำเสนอคณะกรรมการฯ พิจารณาขอทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567

ทั้งนี้ กคช. ได้นำเสนอคณะกรรมการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า ในการประชุม ครั้งที่ 5/2566 เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2566 พิจารณาแล้ว และเห็นควรให้นำเสนอคณะกรรมการการเคหะแห่งชาติพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อไป

คณะกรรมการการเคหะแห่งชาติ มีมติเห็นชอบทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567 ตามที่ กคช. เสนอ ทั้งนี้ ให้ดำเนินการตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

จึงเรียนมาเพื่อดำเนินการต่อไป

(ลงชื่อ)
เลขานุการคณะกรรมการ กคช.

ที่ พม 5175/ 1744
เรียน รอง ผอ.กค. (สุขหทัยฯ เวียน)
เพื่อโปรดทราบ
ผอ.กค.
660902

การนำเสนอกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ปี 2567 เพื่อขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ

จากบันทึกข้อความฯ ดังกล่าว สรุปโดยรวมแล้ว คณะกรรมการการเคหะแห่งชาติ มีมติ**เห็นชอบร่างกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ประจำปีงบประมาณ 2567**

ดังนั้น **กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การเคหะแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2567** จึง**เป็นกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ แล้ว**

การทบทวนระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน และ
จัดทำนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน

การทบทวนระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน
(Complaint Management System)

การทบทวนระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Management System)

ฝ่ายสื่อสารองค์กร การเคหะแห่งชาติ (ฝ่าย สก.) ได้จัดประชุมทบทวนระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Management System) โดยคณะทำงานภายในฝ่าย สก. ทบทวนและกำหนดประเด็นสำคัญด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียน มีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

1. ทบทวนช่องทางรับเรื่องร้องเรียน : มีช่องทางร้องเรียน 6 ช่องทาง
2. ทบทวนกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์ : มีกระบวนการปฏิบัติ 9 ขั้นตอน
3. ทบทวนระดับความรุนแรงของเรื่องร้องเรียน : แบ่งเป็น 3 ระดับ
4. ทบทวนระยะเวลาในการตอบสนองหลังจากที่ลูกค้าร้องเรียน : กำหนดเป็นลำดับที่ 1 2 และ 3
5. ทบทวนข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน : ประกอบด้วย 2 หัวข้อ
   1) ด้านการยืนยันการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการร้องเรียนต่าง ๆ
   2) แจ้งยุติหรือความคืบหน้าในการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อร้องเรียนสำหรับช่องทางการร้องเรียน
6. ทบทวนประเภทเรื่องร้องเรียน และระยะเวลาในการแก้ไข
7. ทบทวนเทคนิคการรับเรื่องร้องเรียน
8. ทบทวนการรักษาความลับ/เรื่องลับ
9. ทบทวนแนวทางการถามตอบผู้ร้องเรียน

การจัดทำนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติ
ในการจัดการข้อร้องเรียน ของการเคหะแห่งชาติ

การจัดทำนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติ ในการจัดการข้อร้องเรียน ของการเคหะแห่งชาติ

หลังจากการประชุมทบทวนระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Management System) แล้ว ฝ่าย สก. ได้จัดทำและนำเสนอ “นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนของการเคหะแห่งชาติ” ขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า และคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ รับทราบ โดยคณะกรรมการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ให้ความเห็นชอบ และคณะกรรมการ การเคหะแห่งชาติ รับทราบ หลังจากนั้น จึงได้จัดทำประกาศการเคหะแห่งชาติ เรื่อง นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน ดังรูป เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน ต่อไป

ประกาศการเคหะแห่งชาติ

เรื่อง นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียน

1. วัตถุประสงค์

2. ขอบเขต

3. ข้อตกลงร่วมกันของการเคหะแห่งชาติ ผู้บริหาร และพนักงาน

-2-

4. คำนิยามหรืออภิธานศัพท์

5. ข้อกำหนดที่สำคัญและมาตรฐานในการจัดการข้อร้องเรียน

5.1.1 ทางโทรศัพท์ 0-2351 6881 หรือ Call Center 1615

5.1.2 ช่องทางไปรษณีย์ ถึง การเคหะแห่งชาติ 905 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

5.1.3 ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์การเคหะแห่งชาติ www.nha.co.th, Facebook, E-mail : pmha@nha.co.th , Traffy Fondue

5.1.4 ช่องทางการติดต่อด้วยตนเอง หรือกลุ่มผู้ร้องเรียน ณ สำนักงานใหญ่ การเคหะแห่งชาติ

5.1.5 ช่องทางสื่อมวลชน

5.1.6 ช่องทางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล 1111 และศูนย์ช่วยเหลือสังคมสายด่วน 1300 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) เป็นต้น

-3-

ช่องทาง	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ทางโทรศัพท์ 0 2351-6881 หรือ Call Center 1615	ทันทีในวันทำการ
2. ช่องทางไปรษณีย์ ถึง การเคหะแห่งชาติ 905 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	1 วันทำการ
3. ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์การเคหะแห่งชาติ www.nha.co.th, Facebook, E-mail : pmha@nha.co.th , Traffy Fondue	1 วันทำการ
4. ช่องทางการติดต่อด้วยตนเอง หรือกลุ่มผู้ร้องเรียน ณ สำนักงานใหญ่ การเคหะแห่งชาติ	1 วันทำการ
5. ช่องทางสื่อมวลชน	1 วันทำการ
6. ช่องทางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล 1111 และศูนย์ช่วยเหลือสังคมสายด่วน 1300 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นต้น	1 วันทำการ

การพิจารณาดำเนินการจัดการข้อร้องเรียน	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำชมเชย สอบถามข้อมูล	1 วันทำการ
2. เรื่องร้องเรียนที่การเคหะแห่งชาติแก้ไขได้เอง	3 - 15 วันทำการ
3. เรื่องร้องเรียนที่นอกเหนืออำนาจของการเคหะแห่งชาติ (ชี้แจงและให้คำแนะนำให้ผู้ร้องเรียนทราบ)	3 วันทำการ

6. ระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน

6.1 ขั้นตอนที่สำคัญ

6.1.1 การรับข้อร้องเรียน

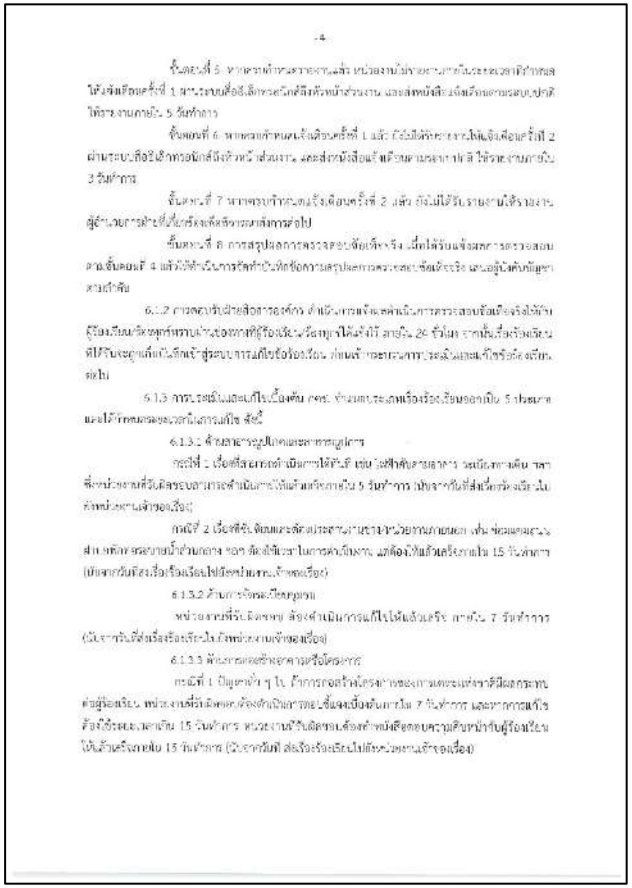
ขั้นตอนที่ 1 รับเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์

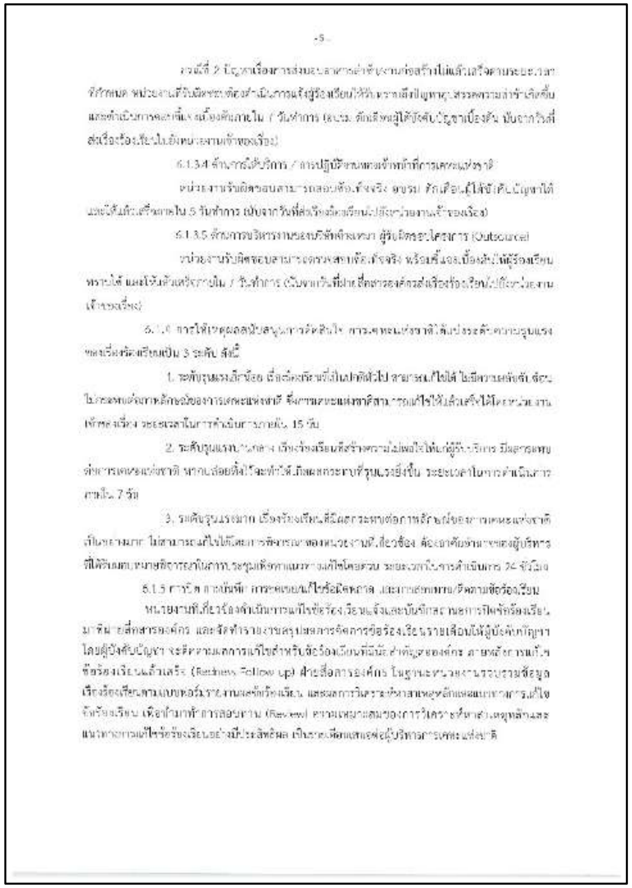
ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์เรื่อง

ขั้นตอนที่ 3 การส่งหนังสือประทับตราแจ้งเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์

ขั้นตอนที่ 4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแจ้งผลการดำเนินการ

การจัดทำนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติ ในการจัดการข้อร้องเรียน ของการเคหะแห่งชาติ





การจัดทำนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติ ในการจัดการข้อร้องเรียน ของการเคหะแห่งชาติ

การจัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติ ในการจัดการข้อร้องเรียน ของการเคหะแห่งชาติ

ต่อมา ฝ่าย สก. ได้สื่อสารเผยแพร่ นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติ ในการจัดการข้อร้องเรียน ของการเคหะแห่งชาติ ผ่านช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ต่าง ๆ รวมทั้งจัดทำเป็นไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดยสามารถ Download ไฟล์ ได้ที่ https://www.nha.co.th/wp-content/uploads/2022/08/โยบายร้องเรียน.pdf

นอกจากนี้ ฝ่าย สก. ได้ทบทวนและจัดทำ "ระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint handling policy outlines procedure) และดำเนินการสื่อสารเผยแพร่ ผ่านช่องทางสื่อสารเผยแพร่ต่าง ๆ รวมทั้งจัดทำเป็นไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ ดังรูป โดยสามารถ Download ไฟล์ ได้ที่ https://www.nha.co.th/wp-content/uploads/2021/10/ระเบียบวิธีปฏิบัติการจัดการข้อร้องเรียน.pdf

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจน ในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน

ข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน ปี 2567

1. ด้านการยืนยันการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการร้องเรียนต่าง ๆ

ช่องทาง	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ทางโทรศัพท์ 0-2351-6881 หรือ Call Center 1615	ทันทีในวันทำการ
2. ช่องทางไปรษณีย์ ถึง การเคหะแห่งชาติ 905 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	1 วันทำการ
3. ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์การเคหะแห่งชาติ www.nha.co.th, Facebook, E-mail : prnha@nha.co.th	1 วันทำการ
4. ช่องทางการติดต่อด้วยตนเอง หรือกลุ่มผู้ร้องเรียน ณ สำนักงานใหญ่ การเคหะแห่งชาติ	1 วันทำการ
5. ช่องทางสื่อมวลชน	1 วันทำการ
6. ช่องทางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล 1111 และ ศูนย์ช่วยเหลือสังคมสายด่วน 1300 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) เป็นต้น	1 วันทำการ

2. แจ้งยุติหรือความคืบหน้าในการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อร้องเรียนสำหรับช่องทางการร้องเรียน

การพิจารณาดำเนินการจัดการเสียงของลูกค้า	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำชมเชย สอบถามข้อมูล	1 วันทำการ
2. เรื่องร้องเรียนที่การเคหะแห่งชาติแก้ไขได้เอง	3 – 15 วันทำการ
3. เรื่องร้องเรียนที่นอกเหนืออำนาจของการเคหะแห่งชาติ (ชี้แจงและให้คำแนะนำให้ผู้ร้องเรียนทราบ)	3 วันทำการ

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจนในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน

ข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน		1. ด้านการยืนยันการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการร้องเรียนต่าง ๆ									
การรับเรื่องร้องเรียน		ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ									หมายเหตุ
ช่องทาง/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	สก.	กต.	อก.	ชบ.	ชล.	ชน.	ชฉ.	ชอ.	ชต.	
1. โทรศัพท์ 0-2651-6881 หรือ / Call Center 1615 • ระยะเวลารับเรื่องร้องเรียน	ทันทีใน วันทำการ	✓	✓								
2. ช่องทางไปรษณีย์ ถึง การเคหะแห่งชาติ • ระยะเวลารับเรื่องร้องเรียน	1 วันทำการ	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ฝ่าย อก. รับเรื่องทางไปรษณีย์แล้ว •ส่งต้นฉบับ ให้ สคล./สคจ. •ส่งสำเนา ให้ฝ่าย สก. แล้วฝ่าย สก. รับเรื่องเข้าระบบ และประสานงาน
3. ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์การเคหะแห่งชาติ ww.nha.co.th, Facebook, E-mail: prnha@nha.co.th • ระยะเวลารับเรื่องร้องเรียน	1 วันทำการ	✓									
4. ช่องทางการติดต่อด้วยตนเอง หรือกลุ่มผู้ร้องเรียน ณ สำนักงานใหญ่การเคหะแห่งชาติ • ระยะเวลารับเรื่องร้องเรียน	1 วันทำการ	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	กรณีที่ลูกค้าติดต่อที่สำนักงานใหญ่: •ฝ่าย สก. รับเรื่องร้องเรียน แล้วส่งให้ฝ่าย อก. ส่งเรื่องให้ผู้รับผิดชอบ ส่งสำเนาให้ฝ่าย สก. รับเรื่องเข้าระบบ กรณีที่ลูกค้าติดต่อ สคล./สคจ.: •สคล./สคจ. รับเรื่องร้องเรียน

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจนในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน

ข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน		1. ด้านการยืนยันการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการร้องเรียนต่าง ๆ									
การรับเรื่องร้องเรียน		ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ									หมายเหตุ
ช่องทาง/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	สก.	กต.	อก.	ชบ.	ชล.	ชน.	ชฉ.	ชอ.	ชต.	
5. ช่องทางสื่อมวลชน • ระยะเวลารับเรื่องร้องเรียน	1 วันทำการ	✓									
6.ช่องทางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล 1111 และศูนย์ช่วยเหลือสังคมสายด่วน 1300 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) เป็นต้น • ระยะเวลารับเรื่องร้องเรียน	1 วันทำการ	✓									

ข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน ปี 2567

1. ด้านการยืนยันการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการร้องเรียนต่าง ๆ

ช่องทาง	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ทางโทรศัพท์ 0-2351-6881 หรือ Call Center 1615	ทันทีในวันทำการ
2. ช่องทางไปรษณีย์ ถึง การเคหะแห่งชาติ 905 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	1 วันทำการ
3. ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์การเคหะแห่งชาติ www.nha.co.th, Facebook, E-mail : prnha@nha.co.th	1 วันทำการ
4. ช่องทางการติดต่อด้วยตนเอง หรือกลุ่มผู้ร้องเรียน ณ สำนักงานใหญ่ การเคหะแห่งชาติ	1 วันทำการ
5. ช่องทางสื่อมวลชน	1 วันทำการ
6. ช่องทางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล 1111 และ ศูนย์ช่วยเหลือสังคมสายด่วน 1300 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) เป็นต้น	1 วันทำการ
7. ช่องทางแอปพลิเคชัน Traffy Fondue	1 วันทำการ

2. แจ้งยุติหรือความคืบหน้าในการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อร้องเรียนสำหรับช่องทางการร้องเรียน

การพิจารณาดำเนินการจัดการเสียงของลูกค้า	ระยะเวลาดำเนินการ
1. ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำชมเชย สอบถามข้อมูล	1 วันทำการ
2. เรื่องร้องเรียนที่การเคหะแห่งชาติแก้ไขได้เอง	3 – 15 วันทำการ
3. เรื่องร้องเรียนที่นอกเหนืออำนาจของการเคหะแห่งชาติ (ชี้แจงและให้คำแนะนำให้ผู้ร้องเรียนทราบ)	3 วันทำการ

สรุประเบียบวิธีปฏิบัติการจัดการข้อร้องเรียน

ช่องทางร้องเรียน
1. โทรศัพท์
2. ไปรษณีย์
3. ช่องทางออนไลน์
4. ติดต่อด้วยตนเอง
5. สื่อมวลชน
6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์

รับเรื่องร้องเรียน → วิเคราะห์เรื่อง → แจ้งเรื่องร้องเรียน → แจ้งผลดำเนินการ → แจ้งเตือนครั้งที่ 1 → แจ้งเตือนครั้งที่ 2 → รายงาน ผอ. ฝ่าย → สรุปผลตรวจสอบข้อเท็จจริง → แจ้งผลดำเนินการ

ระดับความรุนแรงของเรื่องร้องเรียน
1. ระดับรุนแรงเล็กน้อย
2. ระดับรุนแรงปานกลาง
3. ระดับรุนแรงมาก

ระยะเวลาในการตอบสนองหลังจากที่ลูกค้าร้องเรียน

ลำดับ	การพิจารณาดำเนินการจัดการเสียงของลูกค้า	ระยะเวลาตอบสนองเบื้องต้น
ลำดับที่ 1	ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำชมเชย สอบถามข้อมูล	ภายใน 1 วันทำการ
ลำดับที่ 2	ข้อร้องเรียนที่การเคหะแห่งชาติแก้ไขได้เอง	ภายใน 3 วันทำการ
ลำดับที่ 3	ข้อร้องเรียนนอกเหนืออำนาจหน้าที่ของการเคหะแห่งชาติ	ภายใน 3 วันทำการ (ชี้แจงและให้คำแนะนำแก่ผู้ร้องเรียนทราบ)

ประเภทเรื่องร้องเรียน และระยะเวลาในการแก้ไข

ประเภทเรื่องร้องเรียน	การดำเนินการแก้ไข	ระยะเวลาในการแก้ไข
1. ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	กรณีที่ 1 เรื่องที่สามารถดำเนินการได้ทันที กรณีที่ 2 เรื่องที่ซับซ้อนและต้องประสานงานช่าง/หน่วยงานภายนอก	ภายใน 5 วันทำการ ภายใน 15 วันทำการ
2. ด้านการจัดระเบียบชุมชน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ ต้องดำเนินการแก้ไขให้แล้วเสร็จ	ภายใน 7 วันทำการ
3. ด้านการก่อสร้างอาคารหรือโครงการ	กรณีที่ 1 ปัญหาทั่ว ๆ ไป • ตอบชี้แจงเบื้องต้น • หากการแก้ไข ต้องใช้เวลาเกิน 15 วันทำการ ต้องทำหนังสือตอบความคืบหน้ากับผู้ร้องเรียน ให้แล้วเสร็จ กรณีที่ 2 ปัญหาเรื่องการส่งมอบอาคารล่าช้า/งานก่อสร้างไม่แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด • ต้องดำเนินการแจ้งผู้ร้องเรียนให้รับทราบถึงปัญหาอุปสรรคความล่าช้าเกิดขึ้นและดำเนินการตอบชี้แจงเบื้องต้น	ภายใน 7 วันทำการ ภายใน 15 วันทำการ ภายใน 7 วันทำการ
4. ด้านการให้บริการ / การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่การเคหะแห่งชาติ	หน่วยงานรับผิดชอบสามารถสอบข้อเท็จจริง อบรม ตักเตือนผู้ใต้บังคับบัญชา	ภายใน 5 วันทำการ
5. ด้านการบริหารงานของบริษัทจ้างเหมา ผู้รับผิดชอบโครงการ (Outsource)	หน่วยงานรับผิดชอบสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริง พร้อมชี้แจงเบื้องต้นให้ผู้ร้องเรียนทราบได้ และให้แล้วเสร็จ	ภายใน 7 วันทำการ

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจนในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน

ข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน		2. แจ้งยุติหรือความคืบหน้าในการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อร้องเรียนสำหรับช่องทางการร้องเรียน																	
การจัดการร้องเรียน		ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ																	
เสียงของลูกค้า/ประเภทเรื่องร้องเรียน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	สก.	กต.	บข.	บช.	สน.	ปบ.	พก.1	พก.2	พก.3	ทอ.	ทด.	ชส.	ชบ.	ชล.	ชน.	ชฉ.	ชอ.	ชต.
1. ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำชมเชย สอบถามข้อมูล • ระยะเวลาการตอบสนองเบื้องต้น	1 วันทำการ	✓																	
2. เรื่องร้องเรียนที่การเคหะแห่งชาติแก้ไขได้เอง 1) ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ กรณีที่ 1 เรื่องที่สามารถดำเนินการได้ทันที • ระยะเวลาแก้ไขข้อร้องเรียน	5 วันทำการ	✓												✓	✓	✓	✓	✓	✓
กรณีที่ 2 เรื่องที่ซับซ้อนและต้องประสานงานช่าง/หน่วยงานภายนอก • ระยะเวลาแก้ไขข้อร้องเรียน	15 วันทำการ	✓												✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) ด้านการจัดระเบียบชุมชน • ระยะเวลาแก้ไขข้อร้องเรียน	7 วันทำการ	✓												✓	✓	✓	✓	✓	✓

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจนในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน

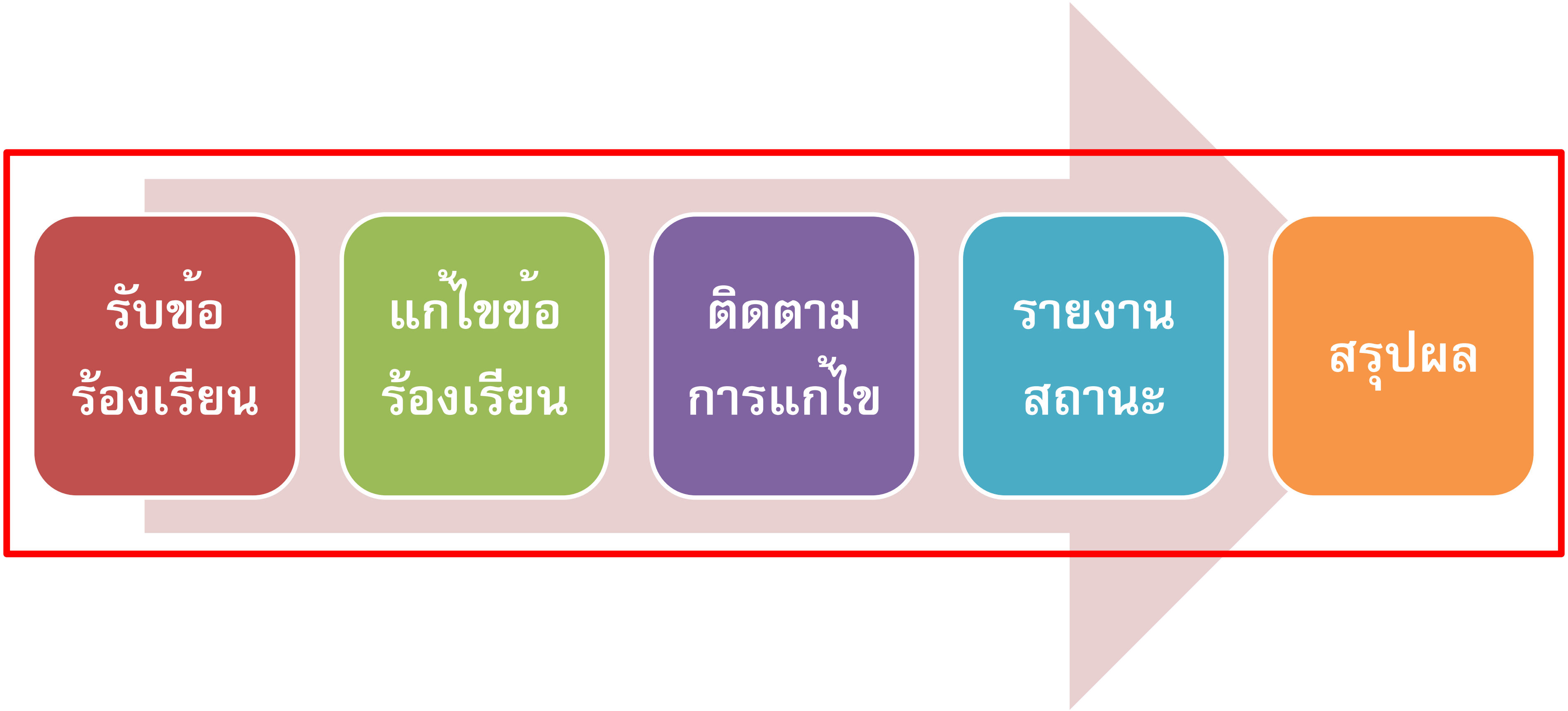
ข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน		2. แจ้งยุติหรือความคืบหน้าในการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อร้องเรียนสำหรับช่องทางการร้องเรียน																	
การจัดการร้องเรียน		ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ																	
เสียงของลูกค้า/ประเภทเรื่องร้องเรียน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	สก.	กต.	บข.	บช.	สน.	ปบ.	พก.1	พก.2	พก.3	ทอ.	ทด.	ชส.	ชบ.	ชล.	ชน.	ชฉ.	ชอ.	ชต.
2. เรื่องร้องเรียนที่การเคหะแห่งชาติแก้ไขได้เอง (ต่อ) 3) ด้านการก่อสร้างอาคารหรือโครงการ กรณีที่ 1 ปัญหาทั่ว ๆ ไป																			
• ระยะเวลาตอบชี้แจงเบื้องต้น	7 วันทำการ	✓					✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓
• ระยะเวลาทำหนังสือตอบความคืบหน้ากับผู้ร้องเรียน (หากการแก้ไขต้องใช้ระยะเวลาเกิน 15 วันทำการ)	15 วันทำการ	✓					✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓
กรณีที่ 2 ปัญหาเรื่องการส่งมอบอาคารล่าช้า/งานก่อสร้างไม่แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด • ระยะเวลาตอบชี้แจงเบื้องต้น และแจ้งผู้ร้องเรียนให้รับทราบถึงปัญหาอุปสรรคความล่าช้าเกิดขึ้น	7 วันทำการ	✓					✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) ด้านการให้บริการ / การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่การเคหะแห่งชาติ • ระยะเวลาสอบข้อเท็จจริง อบรมตักเตือนบุคลากรผู้ให้บริการ/ปฏิบัติงาน	5 วันทำการ	✓	✓	✓	✓	✓					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไปยังกระบวนการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบ ที่มีรายละเอียดชัดเจนในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน

ข้อตกลงด้านการรับดูแลเรื่องร้องเรียน		2. แจ้งยุติหรือความคืบหน้าในการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อร้องเรียนสำหรับช่องทางการร้องเรียน																	
การจัดการร้องเรียน		ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ																	
เสียงของลูกค้า/ประเภทเรื่องร้องเรียน/ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	สก.	กต.	บข.	บช.	สน.	ปบ.	พก.1	พก.2	พก.3	ทอ.	ทด.	ชส.	ชบ.	ชล.	ชน.	ชฉ.	ชอ.	ชต.
2. เรื่องร้องเรียนที่การเคหะแห่งชาติแก้ไขได้เอง (ต่อ) 5) ด้านการบริหารงานของบริษัทจ้างเหมา ผู้รับผิดชอบโครงการ (Outsource) • ระยะเวลาตรวจสอบข้อเท็จจริงพร้อมชี้แจงเบื้องต้นให้ผู้ร้องเรียนทราบ	7 วันทำการ	✓									✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. เรื่องร้องเรียนที่นอกเหนืออำนาจของการเคหะแห่งชาติ (ชี้แจงและให้คำแนะนำให้ผู้ร้องเรียนทราบ) • ระยะเวลาชี้แจงและให้คำแนะนำให้ผู้ร้องเรียนทราบ	3 วันทำการ	✓												✓	✓	✓	✓	✓	✓

การวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการ
จัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียน
อย่างเหมาะสม

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน



การวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการข้อร้องเรียน อย่างเหมาะสม

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้: ระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน
- รับข้อร้องเรียน แก้ไขข้อร้องเรียน ติดตามการแก้ไข รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียน

ทรัพยากรทางเทคโนโลยี (Resources)

• ทีมพัฒนาระบบ	• ไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์ IT
• ข้อมูลความต้องการผู้ใช้งาน	• งบประมาณโครงการ IT
• Computer+Program+Server	• ใช้เวลาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการวิเคราะห์โดยรวม
- การจัดทำระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ ทำให้ลูกค้าร้องเรียนได้สะดวก ส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ กคช. และเป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการข้อร้องเรียน อย่างเหมาะสม

ตัวป้อน (Input)

ปัญหา:
- ไม่มีช่องทางที่สะดวกกับลูกค้าในการร้องเรียน
- การบริหารจัดการข้อร้องเรียนยังไม่เป็นระบบ

ความต้องการ:
- มีระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ ที่เป็นระบบ ใช้งานง่าย มีข้อมูลครบถ้วน

กระบวนการเทคโนโลยี (Technological Process)

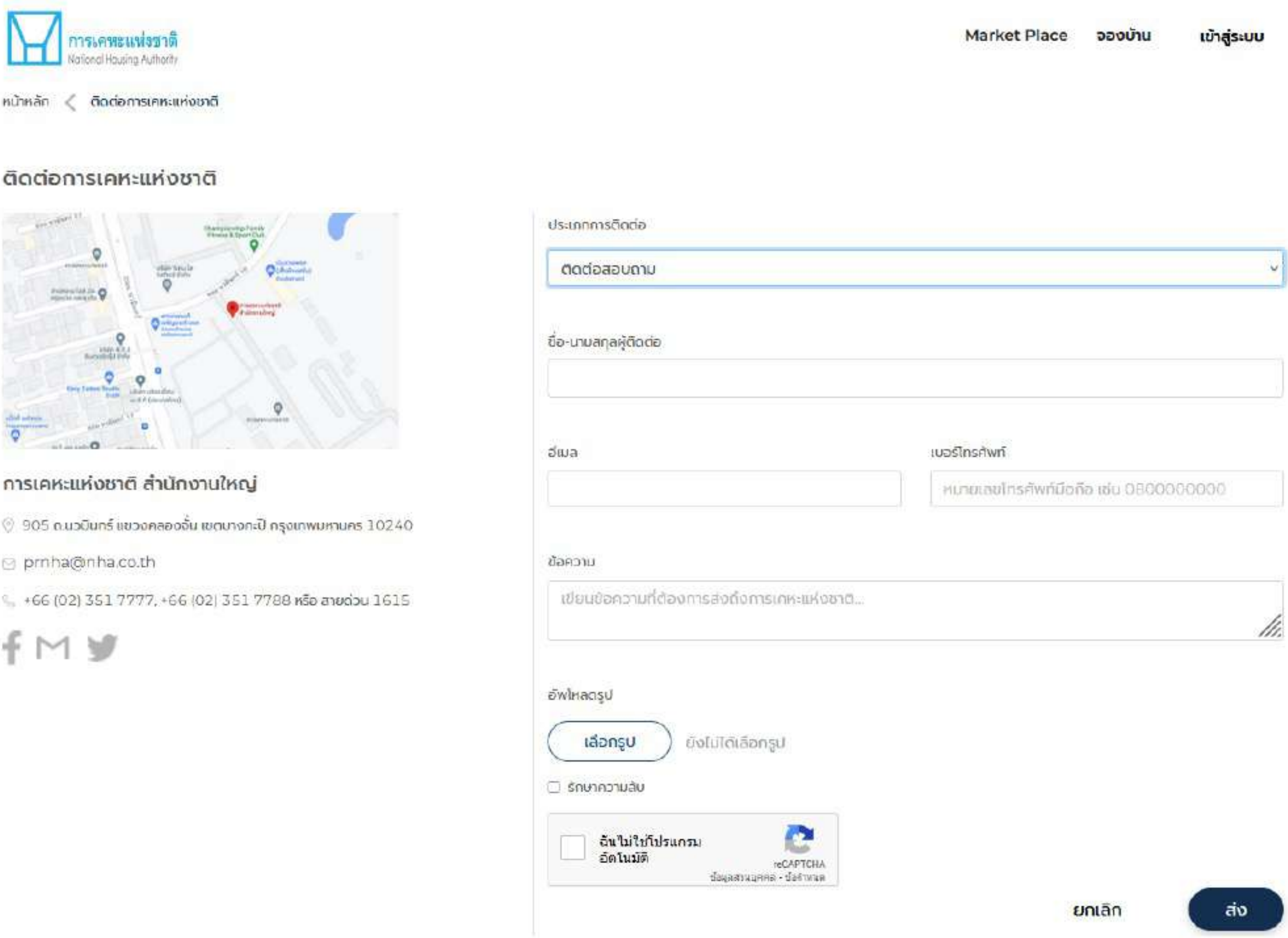
จากปัญหาและความต้องการ ได้เก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง แล้วเลือกวิธีการแก้ปัญหา คือ จัดทำระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ หลังจากนั้น จึงดำเนินการพัฒนาระบบ แล้วทดสอบ รวมทั้งปรับปรุงแก้ไข แล้วจึงดำเนินการอบรมผู้ปฏิบัติงาน และใช้งานระบบ เพื่อให้สามารถรับและจัดการเรื่องร้องเรียนของลูกค้าได้อย่างครบวงจร

ผลผลิตหรือผลลัพธ์ (Output or Outcome)

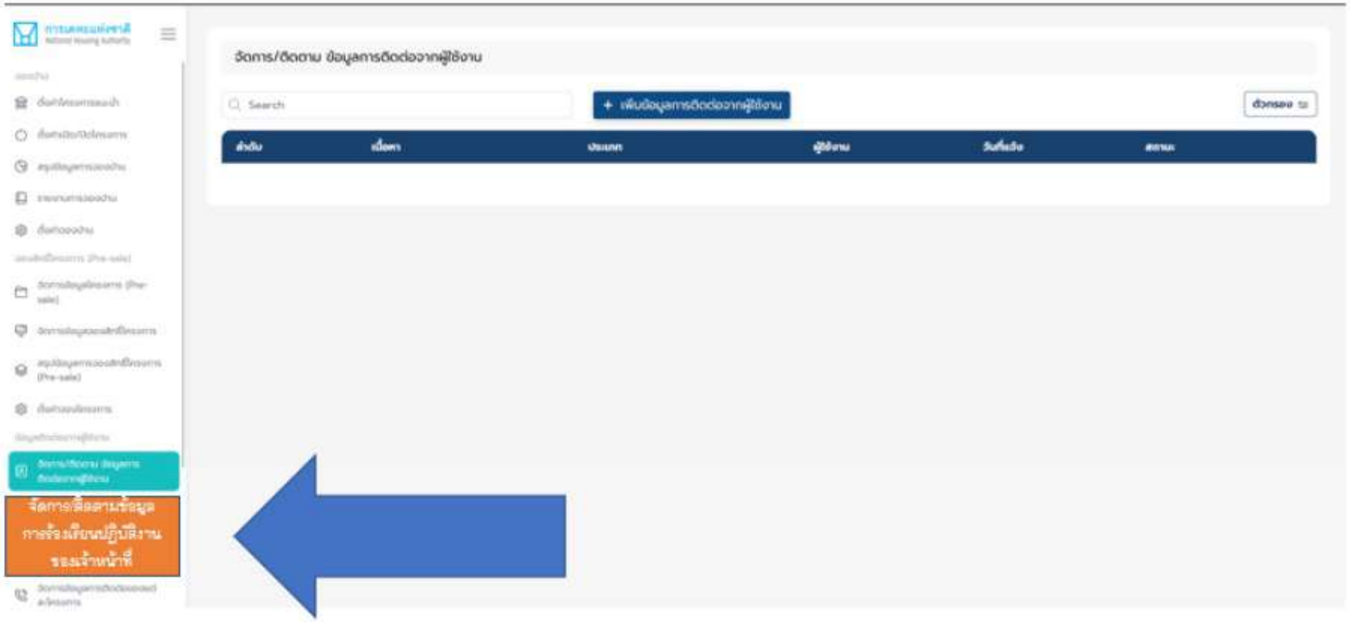
ผลผลิต:
- ระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ ที่ใช้งานง่าย มีข้อมูลที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน มีการแยกรหัสที่ชัดเจน สามารถติดตามการจัดการเรื่องร้องเรียน และรายงานผลได้อย่างรวดเร็ว ชัดเจน

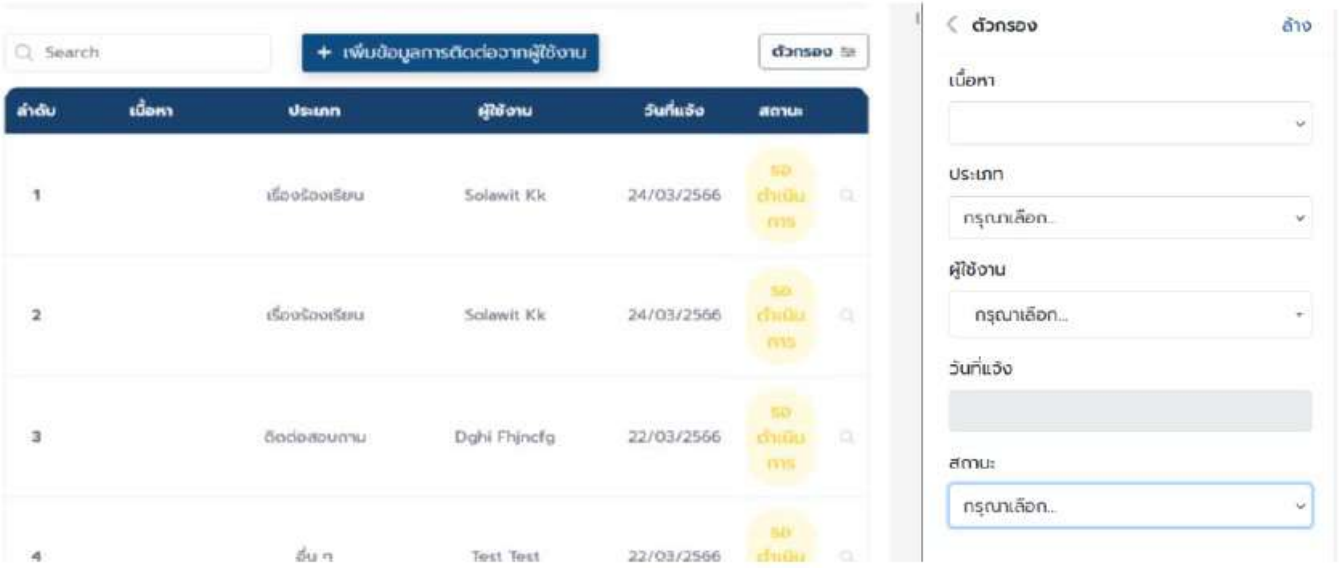
ปัจจัยที่ขัดขวางต่อเทคโนโลยี (Constraints)
- ต้องจัดหา Computer ที่มีสเปคสูงพอ สามารถรองรับปริมาณการใช้งานที่มากได้
- ต้องบริหารระบบ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความลับ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า

ตัวอย่างหน้าจอ ระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ : รับข้อร้องเรียน

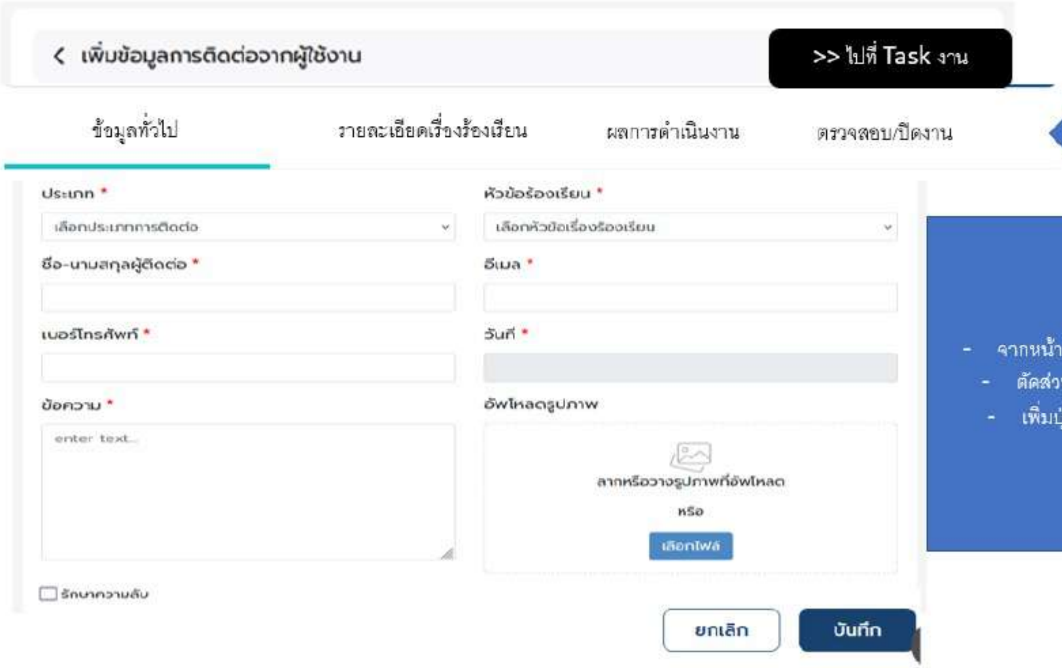


ตัวอย่างหน้าจอ ระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ : แก้ไขข้อร้องเรียน

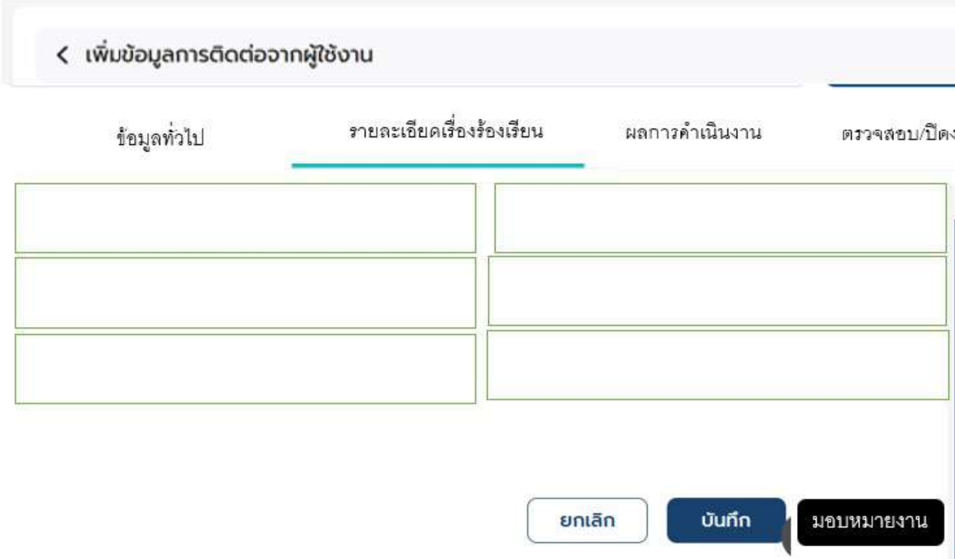




ตัวอย่างหน้าจอ ระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ : แก้ไขข้อร้องเรียน

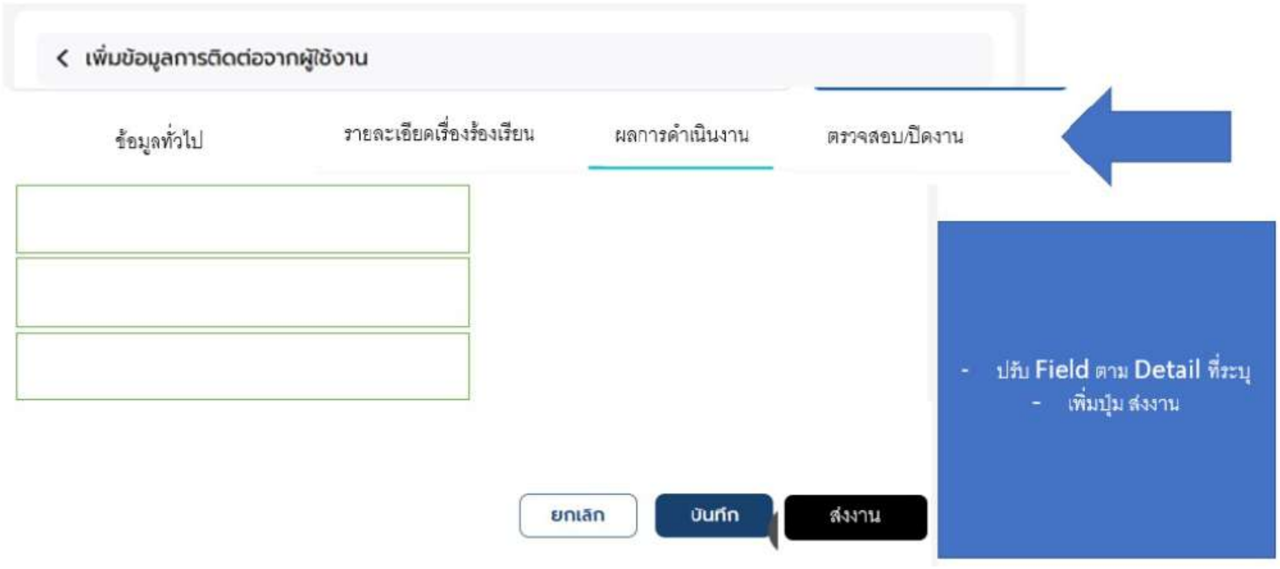


- จากหน้าเดียวปรับเป็น 4 Tab
  - ตัดส่วนล่างจอออกไปเลย
  - เพิ่มปุ่มไปที่ Task งาน



- ปรับ Field ตาม Detail ที่ระบุ
  - เพิ่มปุ่ม มอบหมายงาน

ตัวอย่างหน้าจอ ระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ : ติดตามการแก้ไข



ตัวอย่างหน้าจอ ระบบบริหารเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ : รายงานสถานะและสรุปผล

การกำหนดแนวทางและจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า ปี 2566

การกำหนดแนวทางและจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

การกำหนดแนวทางจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

<table>
<tr><th>ผลการวิเคราะห์</th><th>แนวทางจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</th></tr>
<tr><td>
<u>ผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า</u>
1. ลูกค้ามุ่งหวัง อาคารเพื่อขาย :ต้องการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ที่ถูกต้อง ครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ โดยพิจารณาจากหลากหลายปัจจัย คือ ทำเลดี แบบบ้านสวย คุณภาพการก่อสร้างและวัสดุ มีมาตรฐาน พื้นที่ส่วนกลาง ใช้ประโยชน์ได้มาก มีหลายระดับราคาให้เลือก ค่าส่วนกลางคุ้มค่า จองและทำสัญญาได้สะดวก โปรโมชั่นดึงดูดใจ พนักงานให้บริการดี สถานที่และขั้นตอนให้บริการประทับใจ มีบริการหลังการขายที่ดี ชุมชนน่าอยู่อาศัย
2. ลูกค้ามุ่งหวัง อาคารเช่า : ต้องการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ที่ถูกต้อง ครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ใช้สอย อัตราค่าเช่า เงื่อนไขการเช่า สิ่งอำนวยความสะดวกในและนอกห้องพัก ระบบรักษาความปลอดภัย การซ่อมแซม รวมทั้งการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. ลูกค้าในอนาคต : ต้องการทราบว่าทำเลและโครงการที่ต้องการ มีหรือไม่ รวมทั้งมีสถาบันการเงินให้สินเชื่อหรือไม่ เงื่อนไขเป็นอย่างไร
4. ลูกค้าปัจจุบัน : ต้องการคุณภาพการให้บริการ นับตั้งแต่ขั้นตอนการทำสัญญา แจ้งซ่อม ผ่อนชำระค่างวด/ค่าเช่า รับมอบอาคาร/ห้องเช่า เข้าอยู่อาศัยในโครงการ จนกระทั่งแนะนำบอกต่อ ที่สร้างความประทับใจ และประสบการณ์ที่ดี ตลอดทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญ
5. ลูกค้าในอดีต : สาเหตุหลักที่ลูกค้าในอดีตปิดสัญญา คือ 1) มีหนี้ค้างชำระ 2) ไม่ผ่านสินเชื่อ 3) การเงินขาดสภาพคล่อง/สภาพเศรษฐกิจไม่ดี ซึ่งลูกค้าในอดีต ส่วนใหญ่ ยังคงให้สนใจกับโครงการของ กคช. โดยต้องการบ้านในทำเลที่เดินทางสะดวก ใกล้ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการพื้นฐาน รูปแบบบ้าน สวยงาม ทันสมัย ในระดับราคาที่รับภาระได้ รวมทั้งจัดให้มีสถาบันการเงินรองรับการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ กับลูกค้า นอกเหนือจากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าดังกล่าวแล้ว ลูกค้าในอดีต ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและสนใจเข้าร่วมโครงการให้ค่าตอบแทนกับลูกค้าที่แนะนำ/บอกต่อโครงการ

<u>ผลการวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ของคู่เทียบ</u>
1. คู่เทียบ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามุ่งหวัง โดยให้บริการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ในขณะที่ กคช. มีโครงการไฮไลท์ ที่สามารถเชื่อมต่อไปที่ระบบจองบ้านออนไลน์ได้ โดยเลือกหน่วยว่างพร้อมขายได้ทันที
2. คู่เทียบ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบัน โดยมี App เพื่อให้บริการออนไลน์เกี่ยวกับการแจ้งข่าวสาร จัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้สิทธิพิเศษ รับแจ้งซ่อม/แจ้งปัญหา บริการเกี่ยวกับบ้าน ในขณะที่ กคช. มีจองบ้านออนไลน์ ช่องทางชำระเงิน ออกใบแจ้งหนี้ e-Service GIS การแจ้งข่าวสารผ่าน Line/Facebook จัดกิจกรรม รับเรื่องร้องเรียน แต่อาจไม่มีบางอย่างที่คู่เทียบมี และบางอย่าง กคช. มีแต่คู่เทียบไม่มี เช่น สคล./สคจ. สินเชื่อเช่าซื้อ เป็นต้น
3. LPNสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบัน โดยนิติบุคคล บริหารจัดการชุมชนให้เป็นชุมชนน่าอยู่ ในขณะที่ กคช. มีสคล./สคจ. พัฒนาและบริหารชุมชน ครอบคลุมทั่วประเทศ
4. PRUKSA สร้างการแนะนำบอกต่อของลูกค้าปัจจุบัน โดยให้ลูกค้าแนะนำเพื่อนซื้อโครงการ และรับสิ่งตอบแทนจูงใจ ในขณะที่ กคช. มีค่าตอบแทนการขายให้กับผู้แนะนำมาซื้อโครงการ
5. ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเอกชน จะมีบริการเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องห้องพักอาศัย เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน เป็นต้น
6. ลักษณะ/ประเภทของห้องพักอาศัย ส่วนใหญ่เป็นห้องพร้อมพัดลม หรือแอร์
7. รูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้า ให้กลุ่มลูกค้าพร้อมเข้าอยู่ พร้อมทั้งมีห้องตัวอย่างที่ดูดี จูงใจผู้เช่า
8. การบริการ งานบริการ ด้านการทำความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การบริหารจัดการชุมชน ผู้ประกอบการเอกชน มีการควบคุมการดำเนินงานอย่างรัดกุม ส่งผลให้โครงการดูสะอาด และปลอดภัยสำหรับผู้เช่า เป็นการสร้างความเชื่อมั่น หรือไว้วางใจในการเข้าพักอาศัย
9. ผู้ประกอบการเอกชน มีช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า ในหลาย ๆ ช่องทาง ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมทั้งสร้างความเป็นการกันเองต่อกลุ่มลูกค้า
10. ผู้ประกอบการเอกชน มีเจ้าหน้าที่บริหารโครงการ ณ อาคาร เพื่อบริการในงานต่าง ๆ เช่น งานซ่อม เป็นต้น
</td><td>
• จากผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และผลการวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ สามารถกำหนดแนวทางจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ได้ดังนี้
1. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ รวมทั้งโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจ ผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาและตัดสินใจซื้อโครงการของลูกค้า
2. บริการหลังการขาย มีสถาบันการเงิน ให้คำปรึกษาการขอสินเชื่อ และจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมทั้งกิจกรรมพัฒนาชุมชน เพื่อยกระดับความพึงพอใจ และสร้างความภักดีของลูกค้า
3. ออกมาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน
4. พัฒนาปรับปรุง NHA Service Application เพื่อให้บริการลูกค้าอย่างครอบคลุมความต้องการบริการของลูกค้า ตามแผนพัฒนาดิจิทัล (แผนปฏิบัติการดิจิทัล) พ.ศ. 2560-2570 (ฉบับปรับปรุงปี 2566)
5. เพิ่มช่องทางขาย ผ่านผู้แนะนำให้ลูกค้าซื้อโครงการของ กคช. โดยผู้แนะนำลูกค้าซื้อโครงการต้องลงทะเบียนและผ่านการอบรมการขาย ก่อนแนะนำให้ลูกค้ามาซื้อโครงการ และรับค่าตอบแทนการขาย
6. จัดโปรโมชั่น ส่งเสริมให้ผู้เช่า ชำระค่าเช่ากับ กคช. ตรงเวลา (ชำระไม่เกินวันที่ 10 ของแต่ละเดือน) เช่น ลดราคา 10% ของค่าเช่า ปลอดค่าเช่า 3 เดือน เป็นต้น
</td></tr>
</table>

แผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

โครงการ: โครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

แผนประกอบโครงการ: แผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ตัวชี้วัดและเป้าหมายปี 2566:

1. จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า) 8,066 ครัวเรือน
2. Net Promoter Score สูงกว่าปีที่ผ่านมา
3. จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า อย่างน้อย 1 มาตรการ
4. ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 35
5. ร้อยละของข้อร้องเรียนที่สามารถชี้แจงลูกค้าได้ตาม SLA (3 วัน) ร้อยละ 100

กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	ผลผลิต	ปีงบประมาณ 2566			
		ต.ค. – ธ.ค.	ม.ค. – มี.ค.	เม.ย. – มิ.ย.	ก.ค. – ก.ย.
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 1. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความรู้ผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น คลิปวิดีโอ วารสาร เป็นต้น	สร้างการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย				
2. การให้บริการลูกค้าแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ One Stop Service ณ สำนักงานใหญ่ ศูนย์ขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และ สคล./สคจ.	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า				
3. ขยายการให้บริการข้อมูลกับลูกค้า ผ่านช่องทาง 1) Call Center 1615 2) Facebook และ 3) Line@	ปริมาณการให้บริการข้อมูลกับลูกค้า ผ่านทั้ง 3 ช่องทาง				
4. อบรม/พัฒนาทักษะพนักงานขายในการให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า	สร้างความประทับใจที่ดีแก่ลูกค้า				
5. สร้างกระบวนการในการให้บริการข้อมูล/การติดต่อประสานงาน/การอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าทั้งลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าอยู่ระหว่างผ่อนดาวน์ ลูกค้ายื่นขอสินเชื่อธนาคาร/เช่าซื้อ คบส./เช่าซื้อ กคช. จัดให้มีสถาบันการเงิน ให้คำปรึกษาการขอสินเชื่อ เป็นต้น	แผนปรับปรุงคุณภาพในการบริการ				

แผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

โครงการ: โครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

แผนประกอบโครงการ: แผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ตัวชี้วัดและเป้าหมายปี 2566:

1. จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า) 8,066 ครัวเรือน
2. Net Promoter Score สูงกว่าปีที่ผ่านมา
3. จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า อย่างน้อย 1 มาตรการ
4. ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 35
5. ร้อยละของข้อร้องเรียนที่สามารถชี้แจงลูกค้าได้ตาม SLA (3 วัน) ร้อยละ 100

กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	ผลผลิต	ปีงบประมาณ 2566											
		ต.ค. – ธ.ค.			ม.ค. – มี.ค.			เม.ย. – มิ.ย.			ก.ค. – ก.ย.		
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ) 6. จัดกิจกรรม**สานสัมพันธ์ส่งเสริมความรู้ให้กับผู้อยู่อาศัยในโครงการของ กคช. ให้ครอบคลุม 4 มิติ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม**	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดกิจกรรม	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7. ออกมาตรการช่วยเหลือลูกค้าใหม่ และลูกค้าปัจจุบัน													
7.1 ลูกค้าใหม่	ยอดส่งมอบ				■	■	■	■	■	■	■	■	■
7.2 ลูกค้าปัจจุบัน	รายงานสรุปลูกค้าเข้าร่วมมาตรการ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8. พัฒนาช่องทางการขาย ผ่านผู้แนะนำให้ลูกค้าซื้อโครงการของ กคช.	มีผู้แนะนำให้ลูกค้าซื้อโครงการของ กคช.			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

แผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

โครงการ: โครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

แผนประกอบโครงการ: แผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ตัวชี้วัดและเป้าหมายปี 2566:

1. จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า) 8,066 ครัวเรือน
2. Net Promoter Score สูงกว่าปีที่ผ่านมา
3. จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า อย่างน้อย 1 มาตรการ
4. ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 35
5. ร้อยละของข้อร้องเรียนที่สามารถชี้แจงลูกค้าได้ตาม SLA (3 วัน) ร้อยละ 100

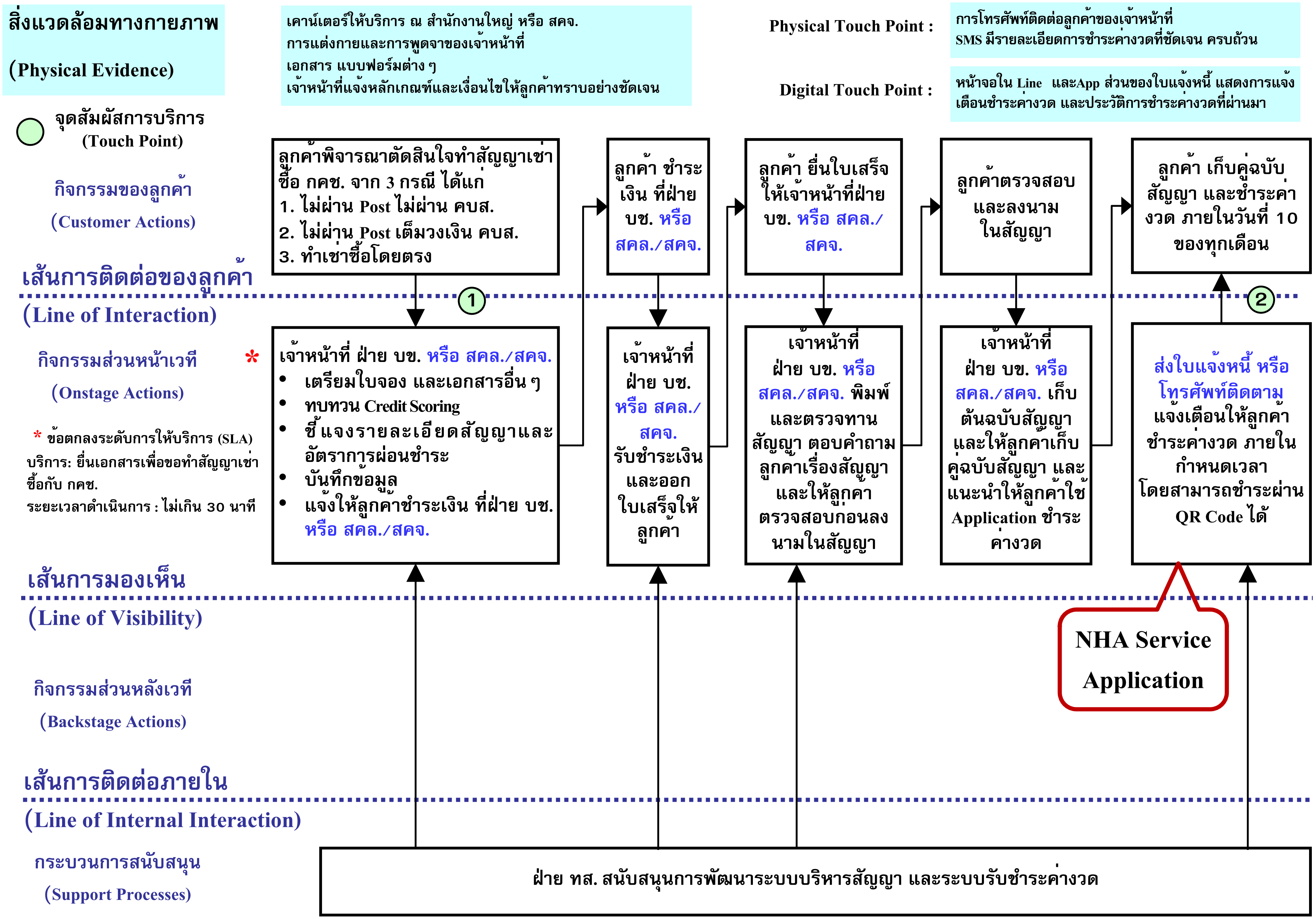
กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	ผลผลิต	ปีงบประมาณ 2566											
		ต.ค. – ธ.ค.			ม.ค. – มี.ค.			เม.ย. – มิ.ย.			ก.ค. – ก.ย.		
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ) 9. ประเมินคุณภาพผู้รับจ้างบริหารโครงการอาคารเช่า เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดการจ้าง	ผลประเมินคุณภาพผู้รับจ้าง										■	■	■
10. สำรวจความพึงพอใจของผู้เช่าในโครงการ เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพการอยู่อาศัยในโครงการ ต่อไป	ผลประเมินความพึงพอใจของผู้เช่า									■	■	■	■

หมายเหตุ:

1. แผนนี้เป็นแผนย่อยที่เป็นส่วนหนึ่งของแผนปฏิบัติการ โครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของการเคหะแห่งชาติ ปี 2560 – 2570 (ฉบับปรับปรุงปี 2565) และแผนปฏิบัติการประจำปี 2566
2. การพัฒนาปรับปรุง NHA Service Application ไม่ได้ระบุเป็นกิจกรรม/ขั้นตอนหลักในแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566 แต่เป็นส่วนหนึ่งที่มีการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงตามแผนพัฒนาดิจิทัล (แผนปฏิบัติการดิจิทัล) พ.ศ. 2560-2570 (ฉบับปรับปรุงปี 2566)

การวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการ
จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเหมาะสม

พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) : การให้บริการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อจากการเคหะฯ (เช่าซื้อ กคช.)



การกำหนดแนวทางจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

1. ลูกค้ามุ่งหวัง อาคารเพื่อขาย :ต้องการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ที่ถูกต้อง ครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ โดยพิจารณาจากหลากหลายปัจจัย คือ ทำเลดี แบบบ้านสวย คุณภาพการก่อสร้างและวัสดุ มีมาตรฐาน พื้นที่ส่วนกลาง ใช้ประโยชน์ได้มาก มีหลายระดับราคาให้เลือก ค่าส่วนกลางคุ้มค่า จองและทำสัญญาได้สะดวก โปรโมชั่นดึงดูดใจ พนักงานให้บริการดี สถานที่และขั้นตอนให้บริการประทับใจ มีบริการหลังการขายที่ดี ชุมชนน่าอยู่อาศัย
2. ลูกค้ามุ่งหวัง อาคารเช่า : ต้องการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ที่ถูกต้อง ครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ใช้สอย อัตราค่าเช่า เงื่อนไขการเช่า สิ่งอำนวยความสะดวกในและนอกห้องพัก ระบบรักษาความปลอดภัย การซ่อมแซม รวมทั้งการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. ลูกค้าในอนาคต ต้องการทราบว่าทำเลและโครงการที่ต้องการ มีหรือไม่ รวมทั้งมีสถาบันการเงินให้สินเชื่อหรือไม่ เงื่อนไขเป็นอย่างไร
4. ลูกค้าปัจจุบัน ต้องการคุณภาพการให้บริการ นับตั้งแต่ขั้นตอนการทำสัญญา แจ้งซ่อม ผ่อนชำระค่างวด/ค่าเช่า รับมอบอาคาร/ห้องเช่า เข้าอยู่อาศัยในโครงการ จนกระทั่งแนะนำบอกต่อ ที่สร้างความประทับใจ และประสบการณ์ที่ดี ตลอดทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญ
5. ลูกค้าในอดีต สาเหตุหลักที่ลูกค้าในอดีตปิดสัญญา คือ 1) มีหนี้ค้างชำระ 2) ไม่ผ่านสินเชื่อ 3) การเงินขาดสภาพคล่อง/สภาพเศรษฐกิจไม่ดี ซึ่งลูกค้าในอดีต ส่วนใหญ่ ยังคงให้สนใจกับโครงการของ กคช. โดยต้องการบ้านในทำเลที่เดินทางสะดวก ใกล้ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการพื้นฐาน รูปแบบบ้าน สวยงาม ทันสมัย ในระดับราคาที่รับภาระได้ รวมทั้งจัดให้มีสถาบันการเงินรองรับการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ กับลูกค้า นอกเหนือจากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าดังกล่าวแล้ว ลูกค้าในอดีต ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและสนใจเข้าร่วมโครงการให้ค่าตอบแทนกับลูกค้าที่แนะนำ/บอกต่อโครงการ

ผลการวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ของคู่เทียบ

1. คู่เทียบ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามุ่งหวัง โดยให้บริการค้นหาข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัย ในขณะที่ กคช. มีโครงการไฮไลท์ ที่สามารถเชื่อมต่อไปที่ระบบจองบ้านออนไลน์ได้ โดยเลือกหน่วยว่างพร้อมขายได้ทันที
2. คู่เทียบ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบัน โดยมี App เพื่อให้บริการออนไลน์เกี่ยวกับการแจ้งข่าวสาร จัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้สิทธิพิเศษ รับแจ้งซ่อม/แจ้งปัญหา บริการเกี่ยวกับบ้าน ในขณะที่ กคช. มีจองบ้านออนไลน์ ช่องทางชำระเงิน ออกใบแจ้งหนี้ e-Service GIS การแจ้งข่าวสารผ่าน Line/Facebook จัดกิจกรรม รับเรื่องร้องเรียน แต่อาจไม่มีบางอย่างที่คู่เทียบมี และบางอย่าง กคช. มีแต่คู่เทียบไม่มี เช่น สคล./สคจ. สินเชื่อเช่าซื้อ เป็นต้น
3. LPNสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบัน โดยนิติบุคคล บริหารจัดการชุมชนให้เป็นชุมชนน่าอยู่ ในขณะที่ กคช. มีสคล./สคจ. พัฒนาและบริห ชุมชน ครอบคลุมทั่วประเทศ
4. PRUKSA สร้างการแนะนำบอกต่อของลูกค้าปัจจุบัน โดยให้ลูกค้าแนะนำเพื่อนซื้อโครงการ และรับสิ่งตอบแทนจูงใจ ในขณะที่ การขายให้กับผู้แนะนำมาซื้อโครงการ
5. ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเอกชน จะมีบริการเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องห้องพักอาศัย เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน เป็นต้น
6. ลักษณะ/ประเภทของห้องพักอาศัย ส่วนใหญ่เป็นห้องพร้อมพัดลม หรือแอร์
7. รูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้า ให้กลุ่มลูกค้าพร้อมเข้าอยู่ พร้อมทั้งมีห้องตัวอย่างที่ดูดี จูงใจผู้เช่า
8. การบริการ งานบริการ ด้านการทำความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การบริหารจัดการชุมชน ผู้ประกอบการเอกชน มีการควบคุมการดำเนินงานอย่างรัดกุม ส่งผลให้โครงการดูสะอาด และปลอดภัยสำหรับผู้เช่า เป็นการสร้างความเชื่อมั่น หรือไว้วางใจในการเข้าพักอาศัย
9. ผู้ประกอบการเอกชน มีช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า ในหลาย ๆ ช่องทาง ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมทั้งสร้างความเป็นการกันเองต่อกลุ่มลูกค้า
10. ผู้ประกอบการเอกชน มีเจ้าหน้าที่บริหารโครงการ ณ อาคาร เพื่อบริการในงานต่าง ๆ เช่น งานซ่อม เป็นต้น

NHA Service Application

แนวทางจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

- จากผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และผลการวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่เทียบ สามารถกำหนดแนวทางจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ได้ดังนี้

1. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ รวมทั้งโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจ ผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาและตัดสินใจซื้อโครงการของลูกค้า
2. บริการหลังการขาย มีสถาบันการเงิน ให้คำปรึกษาการขอสินเชื่อ และจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมทั้งกิจกรรมพัฒนาชุมชน เพื่อยกระดับความพึงพอใจ และสร้างความภักดีของลูกค้า
3. ออกมาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน
4. พัฒนาปรับปรุง NHA Service Application เพื่อให้บริการลูกค้าอย่างครอบคลุมความต้องการบริการของลูกค้า ตามแผนพัฒนาดิจิทัล (แผนปฏิบัติการดิจิทัล) พ.ศ. 2560-2570 (ฉบับปรับปรุงปี 2566)
5. เพิ่มช่องทางขาย ผ่านผู้แนะนำให้ลูกค้าซื้อโครงการของ กคช. โดยผู้แนะนำลูกค้าซื้อโครงการต้องลงทะเบียนและผ่านการอบรมการขาย ก่อนแนะนำให้ลูกค้ามาซื้อโครงการ และรับค่าตอบแทนการขาย
6. จัดโปรโมชั่น ส่งเสริมให้ผู้เช่า ชำระค่าเช่ากับ กคช. ตรงเวลา (ชำระไม่เกินวันที่ 10 ของแต่ละเดือน) เช่น ลดราคา 10% ของค่าเช่า ปลอดค่าเช่า 3 เดือน เป็นต้น

ตัวอย่างการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า อย่างเหมาะสม

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้: NHA Service Application

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

- การให้บริการลูกค้า อย่างครอบคลุมความต้องการบริการของลูกค้า ตั้งแต่ที่ลูกค้าซื้อบ้านในโครงการของ กคช. จนกระทั่งเข้าอยู่อาศัยในโครงการ

ทรัพยากรทางเทคโนโลยี (Resources)

• ทีมพัฒนา+จัดการ App	• ไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์ IT
• ข้อมูลความต้องการผู้ใช้งาน	• งบประมาณพัฒนา+ดูแล
• Computer+Server+อุปกรณ์	• ใช้เวลาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการวิเคราะห์โดยรวม

- การพัฒนา NHA Service Application เพื่อให้บริการออนไลน์ต่าง ๆ กับลูกค้า ช่วยสานสัมพันธ์กับลูกค้า เพิ่มความพึงพอใจ และเป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า อย่างเหมาะสม

ตัวป้อน (Input)

ปัญหา:

- ลูกค้าต้องติดต่อกับสนญ. หรือ สคล./สคจ. เพื่อใช้บริการต่าง ๆ ทำให้เสียเวลา และไม่สะดวก

ความต้องการ:

- เพิ่มช่องทางออนไลน์ เพื่อให้บริการด้านต่าง ๆ กับลูกค้าอย่างสะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว

กระบวนการเทคโนโลยี (Technological Process)

จากปัญหาและความต้องการ ได้เก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง แล้วเลือกวิธีการแก้ปัญหา คือ พัฒนา Mobile Application ให้บริการหลัง จากนั้น จึงพัฒนา Application แล้วทดสอบ รวมทั้งปรับปรุงแก้ไข Upload ขึ้น Google Play และ App Store แล้วประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าติดตั้ง App เพื่อให้ลูกค้าเข้าใช้งาน สำหรับบริการต่าง ๆ ต่อไป

ผลผลิตหรือผลลัพธ์ (Output or Outcome)

ผลผลิต:

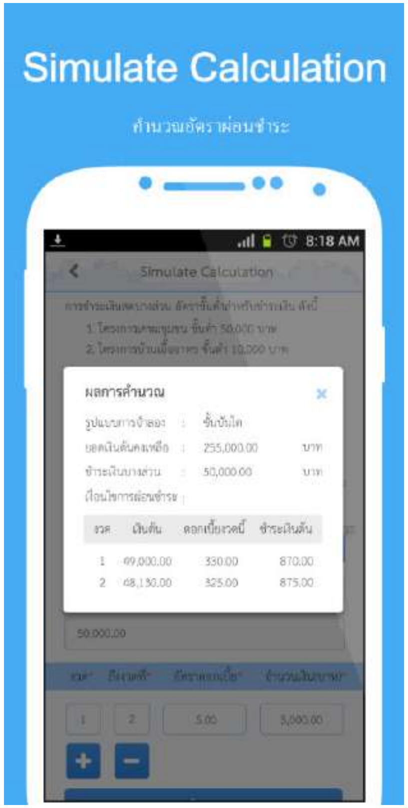
- NHA Service Application ที่ลูกค้าสามารถใช้บริการออนไลน์ต่าง ๆ เช่น รับทราบข่าวประชาสัมพันธ์ ข้อมูลสัญญา รับแจ้งเตือน/ชำระเงินค่างวด จำลองสถานการณ์ชำระค่างวด ฯลฯ ได้อย่างสะดวก ง่ายดาย ถูกต้อง รวดเร็ว

ปัจจัยที่ขัดขวางต่อเทคโนโลยี (Constraints)

- ต้องพัฒนา UX และ UI ที่สวยงาม ใช้ง่าย น่าใช้
- ต้องจัดหา Server ที่รองรับปริมาณการใช้งานสูง ได้
- ต้องบริหาร Application โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความลับ ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า

ตัวอย่างภาพหน้าจอ NHA Service Application

ตัวอย่างภาพหน้าจอ NHA Service Application



ตัวอย่าง ภาพหน้าจอ NHA Service Application

การสื่อสารและถ่ายทอดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และแนวทางสนับสนุนลูกค้า เพื่อนำไปดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และสนับสนุนลูกค้า

การกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มาตรฐานบริการที่กำหนด และแนวทางการสนับสนุนลูกค้า

การกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มาตรฐานบริการที่กำหนด และแนวทางการสนับสนุนลูกค้า

กลไกกำกับติดตามการดำเนินงานด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มาตรฐานบริการ และการสนับสนุนลูกค้า

กลไกสำคัญ:

- คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า
- กอง ลส. กต.
- กระบวนกระบวนการติดตามประเมินผล และรายงานผล
- ฝ่ายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ระดับฝ่าย/กอง

1. **ช่วงระยะเวลา: เดือน ม.ค. ของทุกปี** — กอง ลส. กต. สื่อสาร ถ่ายทอดแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มาตรฐานบริการที่กำหนด และแนวทางการสนับสนุนลูกค้า เพื่อให้กองต่าง ๆ ในฝ่ายงานที่รับผิดชอบ นำไปดำเนินการ
2. **ช่วงระยะเวลา: เดือน ม.ค. – ก.ย. ของทุกปี** — ทุกกอง ในฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า บริการตามมาตรฐานบริการ การสนับสนุนลูกค้า และเก็บรวบรวมผลการดำเนินการตามแผนงาน มาตรฐานบริการ และการสนับสนุนลูกค้า
3. **ช่วงระยะเวลา: เดือน ก.พ. – ก.ย. ของทุกปี** — กอง ลส. กต. ติดตามเก็บรวบรวมผลการดำเนินการตามแผนงาน มาตรฐานบริการ และการสนับสนุนลูกค้า สรุปผลการดำเนินงาน และรายงานผลการดำเนินงานจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ต่อคณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า

ระดับคณะทำงาน

4. **ช่วงระยะเวลา: เดือน ต.ค. ของทุกปี** — คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง พิจารณารายงานผลการดำเนินงานจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และให้ข้อเสนอแนะสำหรับพัฒนาปรับปรุงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มาตรฐานบริการ การสนับสนุนลูกค้า
5. **ช่วงระยะเวลา: เดือน ต.ค. – พ.ย. ของทุกปี** — คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ผลการดำเนินงานจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และข้อเสนอแนะสำหรับพัฒนาปรับปรุง เพื่อทบทวนผลการดำเนินงานและกำหนดประเด็นพัฒนาสำหรับปีงบประมาณต่อไป
6. **ช่วงระยะเวลา: เดือน พ.ย. – ธ.ค. ของทุกปี** — คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง พัฒนาปรับปรุงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และจัดทำแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า กำหนดมาตรฐานบริการ และแนวทางการสนับสนุนลูกค้า

กระบวนการกำกับติดตามการดำเนินงานด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2565

เดือน	ผู้รับผิดชอบ	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอน	ผลผลิต
พ.ย. – ธ.ค.	คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	• Feedback Report • ข้อมูลในปีที่ผ่านมาประกอบด้วย 1) กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 2) วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 3) ฐานข้อมูลลูกค้า ปีที่ผ่านมาและปีปัจจุบัน 4) แผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปีที่ผ่านมา	• วิเคราะห์ข้อมูล (ปัจจัยนำเข้า) ที่จำเป็นในการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า • ทบทวนกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ทบทวนตัวชี้วัดและเป้าหมาย • กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า • วิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้าและกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์ความต้องการความคาดหวังของลูกค้า • วิเคราะห์คู่แข่งหรือคู่เทียบ • กำหนดกลไกกำกับติดตามการดำเนินงาน • จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	• กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ที่ทบทวนแล้ว • วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า • กลุ่มลูกค้าที่จะจัดการความสัมพันธ์ ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า • ผลการวิเคราะห์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของคู่แข่ง/คู่เทียบ • กลไกกำกับติดตามการดำเนินงาน • แผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
ม.ค.	กอง ลส. กต.	• แผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มาตรฐานบริการที่กำหนด และแนวทางการสนับสนุนลูกค้า	• สื่อสาร ถ่ายทอดแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มาตรฐานบริการที่กำหนด และแนวทางการสนับสนุนลูกค้า เพื่อให้กองต่าง ๆ ในฝ่ายงานที่รับผิดชอบนำไปดำเนินการ	• ทุกกองในฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องรับทราบและพร้อมนำไปปฏิบัติ
ม.ค. – ก.ย.	ทุกกองในในฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	• แบบฟอร์มเก็บรวบรวมผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	• ดำเนินการ และเก็บรวบรวมผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งข้อมูลผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้กับ กองลส.กต.	• ผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
ก.พ. – ก.ย.	กอง ลส. กต.	• แบบฟอร์มเก็บรวบรวมผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	• ติดตามเก็บรวบรวมผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจากผู้รับผิดชอบ • รายงานผลต่อคณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	• ผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กระบวนการกำกับติดตามการดำเนินงานด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2565

เดือน	ผู้รับผิดชอบ	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอน	ผลผลิต
ต.ค.	คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	• รายงานผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	• พิจารณารายงานผลการดำเนินงาน • ให้ข้อเสนอแนะสำหรับพัฒนาปรับปรุงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	• รายงานการประชุมหรือหนังสือเวียนเพื่อรับทราบผลการดำเนินงาน พร้อมข้อเสนอแนะ
ต.ค. – พ.ย.	คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	• รายงานการประชุมหรือหนังสือเวียนเพื่อรับทราบผลการดำเนินงาน พร้อมข้อเสนอแนะ	• วิเคราะห์ผลการดำเนินงานจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และข้อเสนอแนะสำหรับพัฒนาปรับปรุง • ทบทวนผลการดำเนินงานและกำหนดประเด็นพัฒนาสำหรับปีงบประมาณต่อไป	• ประเด็นพัฒนาด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มาตรฐานบริการ และการสนับสนุนลูกค้า ในปีงบประมาณต่อไป

การสื่อสารและถ่ายทอดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และแนวทางสนับสนุนลูกค้า เพื่อนำไปดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และสนับสนุนลูกค้า

แนวทางการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และสนับสนุนลูกค้า ปี 2566

การดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และสนับสนุนลูกค้า

1. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566 และสนับสนุนลูกค้า ตามแนวทางสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่มลูกค้าตามวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle)
2. บันทึกผลลัพธ์จากการดำเนินงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ในแบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566
3. บันทึกผลลัพธ์จากการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ในในแบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566

การติดตาม และรายงานผลการดำเนินการรับฟังลูกค้า

4. ติดตามการบันทึกผลลัพธ์จากการดำเนินงาน ในแบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566
5. ติดตามการบันทึกผลลัพธ์จากการดำเนินงาน ในแบบฟอร์มบันทึกผลดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566
6. รายงานผลการดำเนินงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการสนับสนุนลูกค้า

การสรุปผลการดำเนินโครงการและเสนอแนะแนวทางการดำเนินการขั้นต่อไป

7. สรุปผลการดำเนินโครงการ
8. เสนอแนะแนวทางการดำเนินการขั้นต่อไป

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

โครงการ: โครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

แผนประกอบโครงการ: แผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ตัวชี้วัดและเป้าหมายปี 2566:

1. จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า) 8,066 ครัวเรือน
2. Net Promoter Score สูงกว่าปีที่ผ่านมา
3. จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า อย่างน้อย 1 มาตรการ
4. ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 35
5. ร้อยละของข้อร้องเรียนที่สามารถชี้แจงลูกค้าได้ตาม SLA (3 วัน) ร้อยละ 100

กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	ผลผลิต	ผลลัพธ์	ปีงบประมาณ 2566			
			ต.ค. – ธ.ค.	ม.ค. – มี.ค.	เม.ย. – มิ.ย.	ก.ค. – ก.ย.
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 1. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความรู้ผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น คลิปวิดิโอ วารสาร เป็นต้น	สร้างการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย					
2. การให้บริการลูกค้าแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ One Stop Service ณ สำนักงานใหญ่ ศูนย์ขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และ สคล./สคจ.	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า					
3. ขยายการให้บริการข้อมูลกับลูกค้า ผ่านช่องทาง 1) Call Center 1615 2) Facebook และ 3) Line@	ปริมาณการให้บริการข้อมูลกับลูกค้า ผ่านทั้ง 3 ช่องทาง					
4. อบรม/พัฒนาทักษะพนักงานขายในการให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า	สร้างความประทับใจที่ดีแก่ลูกค้า					
5. สร้างกระบวนการในการให้บริการข้อมูล/การติดต่อประสานงาน/การอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าทั้งลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าอยู่ระหว่างผ่อนดาวน์ ลูกค้ายื่นขอสินเชื่อธนาคาร/เช่าซื้อ คบส./เช่าซื้อ กคช. จัดให้มีสถาบันการเงิน ให้คำปรึกษาการขอสินเชื่อ เป็นต้น	แผนปรับปรุงคุณภาพในการบริการ					

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

โครงการ: โครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

แผนประกอบโครงการ: แผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ตัวชี้วัดและเป้าหมายปี 2566:

1. จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า) 8,066 ครัวเรือน
2. Net Promoter Score สูงกว่าปีที่ผ่านมา
3. จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า อย่างน้อย 1 มาตรการ
4. ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 35
5. ร้อยละของข้อร้องเรียนที่สามารถชี้แจงลูกค้าได้ตาม SLA (3 วัน) ร้อยละ 100

กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	ผลผลิต	ผลลัพธ์	ปีงบประมาณ 2566											
			ต.ค. – ธ.ค.			ม.ค. – มี.ค.			เม.ย. – มิ.ย.			ก.ค. – ก.ย.		
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ)														
6. จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ส่งเสริมความรู้ให้กับผู้อยู่อาศัยในโครงการของ กคช. ให้ครอบคลุม 4 มิติ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดกิจกรรม		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7. ออกมาตรการช่วยเหลือลูกค้าใหม่ และลูกค้าปัจจุบัน														
7.1 ลูกค้าใหม่	ยอดส่งมอบ					■	■	■	■	■	■	■	■	■
7.2 ลูกค้าปัจจุบัน	รายงานสรุปลูกค้าเข้าร่วมมาตรการ		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8. พัฒนาช่องทางการขาย ผ่านผู้แนะนำให้ลูกค้าซื้อโครงการของ กคช.	มีผู้แนะนำให้ลูกค้าซื้อโครงการของ กคช.				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566

โครงการ: โครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

แผนประกอบโครงการ: แผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ตัวชี้วัดและเป้าหมายปี 2566:

1. จำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย (Post+เช่าซื้อ+เช่า) 8,066 ครัวเรือน
2. Net Promoter Score สูงกว่าปีที่ผ่านมา
3. จำนวนมาตรการในการสนับสนุนลูกค้า ทั้งอาคารเพื่อขาย และอาคารเพื่อเช่า อย่างน้อย 1 มาตรการ
4. ร้อยละของครัวเรือนที่ทำเช่าซื้อเทียบกับเป้าหมายจำนวนครัวเรือนที่มีสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยทั้งหมด ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 35
5. ร้อยละของข้อร้องเรียนที่สามารถชี้แจงลูกค้าได้ตาม SLA (3 วัน) ร้อยละ 100

กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	ผลผลิต	ผลลัพธ์	ปีงบประมาณ 2566											
			ต.ค. – ธ.ค.			ม.ค. – มี.ค.			เม.ย. – มิ.ย.			ก.ค. – ก.ย.		
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ) 9. ประเมินคุณภาพผู้รับจ้างบริหารโครงการอาคารเช่า เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดการจ้าง	ผลประเมินคุณภาพผู้รับจ้าง											■	■	■
10. สำรวจความพึงพอใจของผู้เช่าในโครงการ เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพการอยู่อาศัยในโครงการต่อไป	ผลประเมินความพึงพอใจของผู้เช่า										■	■	■	■

หมายเหตุ:

1. แผนนี้เป็นแผนย่อยที่เป็นส่วนหนึ่งของแผนปฏิบัติการ โครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของการเคหะแห่งชาติ ปี 2560 – 2570 (ฉบับปรับปรุงปี 2565) และแผนปฏิบัติการประจำปี 2566
2. การพัฒนาปรับปรุง NHA Service Application ไม่ได้ระบุเป็นกิจกรรม/ขั้นตอนหลักในแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2566 แต่เป็นส่วนหนึ่งที่มีการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงตามแผนพัฒนาดิจิทัล (แผนปฏิบัติการดิจิทัล) พ.ศ. 2560-2570 (ฉบับปรับปรุงปี 2566)

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า
ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
1. ลูกค้ามุ่งหวัง • การรับรู้ (Awareness)	• การประชาสัมพันธ์ผ่าน วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย และสื่อช่วงรณรงค์ขาย เช่น รถแห่ หอกระจายข่าว ป้ายริมทาง เป็นต้น รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนสายที่ผู้สนใจสอบถามข้อมูลโครงการ กคช. ผ่าน Call Center ปี 2566	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตร และลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok รวมทั้ง Banner ใน Website • NHA Service Application รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งของผู้ที่เข้ามาในระบบ Smart Device ปี 2566	1. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า 2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และทั่วถึง 3. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail Line ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการแต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 4. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 5. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามเพื่อสอบถามความต้องการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ	

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
2. ลูกค้าในอนาคต • การพิจารณา (Consideration)	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขาย และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนรายชื่อผู้แสดงความสนใจโครงการ กคช. ที่เก็บรวบรวมโดย Call Center ปี 2566 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website สื่อสังคมออนไลน์และของ กคช. • เปิดให้เยี่ยมชมโครงการที่อยู่อาศัย แบบ 360 องศา (โฮมมี่ VR Tour) • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้จองโครงการ ในระบบ Smart Device ปี 2566	1. จัดทีมฝ่าย กต. และ บข. และเตรียมความพร้อม เพื่อสำรวจโครงการ กคช. และโครงการคู่เทียบ ก่อนรณรงค์ขายโครงการ 2. วิเคราะห์ข้อมูลโครงการคู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน และจัดทำรายการข้อได้เปรียบของโครงการ กคช. เพื่อให้คำแนะนำการพิจารณาเปรียบเทียบโครงการกับลูกค้า และโน้มน้าวลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ 3. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในแบบสอบถามความต้องการและทัศนคติการตัดสินใจซื้อโครงการ 4. รับแจ้งความต้องการและรับจองบ้าน ผ่านระบบจองบ้านออนไลน์ และจองบ้านโดยติดต่อที่สำนักใหญ่ / ศูนย์ขาย / สคล. สคจ. ที่ดูแลรับผิดชอบ 5. วางแผนและจัดโปรโมชั่นโครงการ ที่ดึงดูดใจลูกค้า 6. จัดให้มีค่าตอบแทนการขาย (Commission) ที่เหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับตัวแทนขาย	

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและการยื่นขอสินเชื่อพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญาแบบ Walk-In ปี 2566	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device • NHA Service Application รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญา ในระบบ Smart Device ปี 2566	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา และเตรียมยื่นกู้ 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ราคาขาย/วิธีการผ่อนชำระ/ค่างวด/ช่องทางการผ่อนชำระและการยื่นขอสินเชื่อ ให้กับลูกค้า 3. ทำ Credit Scoring ของลูกค้าเพื่อดูความสามารถในการผ่อนชำระ พร้อมให้คำแนะนำก่อนทำสัญญา สถาบันการเงิน (ถ้ามี) ให้คำปรึกษาการขอสินเชื่อ 4. ทำเช็คลิสต์รายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาและยื่นขอสินเชื่อ 5. ทำสัญญาจอง/สัญญาจะซื้อจะขาย/สัญญาเช่าซื้อ และรับเงินมัดจำล่วงหน้าจากลูกค้า และชี้แจงเอกสารที่ต้องเตรียมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 6. เจ้าหน้าที่โทรติดตามสอบถามเอกสารที่ลูกค้าต้องเตรียมเพิ่มเติมสำหรับยื่นขอสินเชื่อ 7. รับและตรวจเอกสารยื่นขอสินเชื่อจากลูกค้า	

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การให้บริการ (Service)	• เจ้าหน้าที่ กคช./ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • ระบบจองคิวทำสัญญาเช่าซื้อ พร้อมสามารถตรวจสอบสัญญาเช่าซื้อและการจองคิวทำสัญญาได้ • NHA Service Application ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา ค่างวดที่ต้องชำระ/ค้างชำระ เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระค่างวด 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. NHA Service Application ออกใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าชำระค่างวด 4. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวกรวดเร็ว เช่น QR Code สำหรับให้ลูกค้าสแกนเพื่อชำระเงิน 5. แจ้งให้ลูกค้าทราบ และนัดหมายการโอนกรรมสิทธิ์กับลูกค้า 6. นัดหมาย ตรวจสภาพอาคารก่อนส่งมอบบ้าน และส่งมอบกุญแจ พร้อมคู่มือการอยู่อาศัยให้ลูกค้า และตอบข้อซักถาม 7. รับแจ้งซ่อม และดำเนินการซ่อมอย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว 8. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง	

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การสร้างความภักดี (Loyalty)	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า • จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facecbook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ผ่านช่องทางออนไลน์ • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ผ่าน website ของ กคช.	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมพัฒนาชุมชน ฝึกอบรมอาชีพ ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีและความผูกพัน เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน 5. รับฟังความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่แนะนำบอกต่อ 6. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้าตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า เพื่อสร้างความภักดี และการแนะนำบอกต่อของลูกค้า เช่น ให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดสำหรับครอบครัวขยาย เป็นต้น	

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเพื่อขาย

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
เพิ่มเติม: 4. ลูกค้าในอดีต • การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device (ลูกค้าในอดีต ที่ไม่ผ่านสินเชื่อ ไม่ทำเช่าซื้อ หรือยกเลิกสัญญา สามารถเข้าถึงช่องทางนี้ได้ ในกรณีที่ต้องการกลับมาซื้อบ้านในโครงการของ กคช.)	1. ให้ความรู้และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษาสถานะการเป็นลูกค้า และการกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 2. ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนทำสัญญา เพื่อกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 3. ศึกษาแนวทางสนับสนุนลูกค้าเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าในอดีตกลับมาเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพของ กคช. 4. เสนอให้ลูกค้าที่ได้รับการปฏิเสธสินเชื่อจากสถาบันการเงินสามารถทำเช่าซื้อกับ กคช. / คบส. ได้ 5. ให้คำปรึกษาและร่วมแก้ไขปัญหากับลูกค้าในอดีต ด้านทั้งการเงินและอื่น ๆ เช่น ลูกค้าที่ติด Black List ลูกค้าเช่าซื้อที่มีปัญหาด้านการเงิน ลูกค้าที่ย้ายถิ่นฐาน เพื่อให้กลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. 6. ติดตามลูกค้าในอดีต เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและเชิญชวนให้มาเป็นลูกค้าของ กคช.	

แบบฟอร์มบันทึกผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเช่า

ผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
1. ลูกค้ามุ่งหวัง • การรับรู้ (Awareness)	• การประชาสัมพันธ์ผ่าน วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว • การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ • การจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งที่ผู้สนใจสอบถามข้อมูลโครงการ กคช. ผ่าน Call Center ปี 2566 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• Website ของ กคช. หน่วยงานในสังกัด หน่วยงานพันธมิตร และลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facebook Line@ Instagram Twitter Youtube TikTok • Banner รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนครั้งของผู้ที่เข้ามาในระบบ Smart Device ปี 2566	1. สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า • โฆษณาผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ป้ายโฆษณาหน้าโครงการ แผ่นพับ ใบปลิว Facebook เป็นต้น • ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น ลูกบ้านในโครงการช่วยประชาสัมพันธ์ รณรงค์ตามหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น • ส่งเสริมการตลาด เช่น ชั้น 1-4 ค่าเช่า 1,500 บาท ชั้น 5 ค่าเช่า 1,200 บาท ลดราคา 10% ของค่าเช่า ปลอดค่าเช่า 3 เดือน เป็นต้น • ดำเนินงานขายโดย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. • ลูกค้าแนะนำบอกต่อ 2. ขอชื่อ เบอร์โทร E-mail ของลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจเช่า เพื่อแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม 3. ฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ Update ข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของลูกค้า 4. สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์	

ผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
2. ลูกค้าในอนาคต • การพิจารณา (Consideration)	• ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ กคช. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่อยู่อาศัยและบริการ • เจ้าหน้าที่ กคช. ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่าน Call Center 1615 เคาน์เตอร์บริหารงานขายสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ รายงานข้อมูลที่มี: • จำนวนรายชื่อผู้แสดงความสนใจโครงการ กคช. ที่เก็บรวบรวมโดย Call Center ปี 2566 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Website และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจอาคารเช่า/บ้านเช่า ผ่าน Website ของ กคช. รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้จองโครงการ ในระบบ Smart Device ปี 2566	1. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. ชี้แจงข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าพิจารณาตัดสินใจเช่า เช่น ค่าเช่าถูกกว่า ขนาดพื้นที่ใช้สอยมากกว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ/คนพิการ มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น 2. ระบุข้อดีของโครงการอาคารเช่าของ กคช. เพื่อลูกค้าพิจารณา เป็นข้อมูลเพิ่มเติมใน Website กคช. Facebook 3. ปรับปรุงขั้นตอนลงทะเบียนสนใจโครงการอาคารเช่า โดยพิจารณาการเข้าถึงได้ง่ายของผู้สนใจโครงการ 4. ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการบรรจุผู้เช่า นับตั้งแต่ขั้นตอนการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ รายละเอียดข้อมูลโครงการ การทำสัญญา ระเบียบในการอยู่อาศัย และการบรรจุผู้เช่า	

ผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การซื้อผลิตภัณฑ์ (Purchase)	• เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อประกอบการทำสัญญาและพร้อมรับเอกสารนิติกรรมสัญญา ใบเสร็จรับเงินค่าเช่า/ค่าประกัน • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญาแบบ Walk-In ปี 2566 (ตามโครงการที่ลูกค้าสนใจ)	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช. รายงานข้อมูลที่มี: • ยอดผู้ทำสัญญา ในระบบ Smart Device ปี 2566	1. ทำเอกสารเผยแพร่ให้ลูกค้า พร้อมระเบียบในการอยู่อาศัย เพื่อเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าก่อนทำสัญญา 2. ชี้แจงรายละเอียดของโครงการ/ค่าเช่า/เงื่อนไขการเช่า/ระยะเวลาการเช่า/วิธีการชำระเงิน/ช่องทางชำระเงิน ให้กับลูกค้า 3. เจ้าหน้าที่ ตรวจสอบรายการเอกสารที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำสัญญาเช่า 4. ทำสัญญาเช่า และรับเงินประกันการเช่าจากลูกค้า 5. ตรวจสอบห้องเช่าร่วมกับลูกค้า ตามรายการตรวจสอบห้องเช่า และส่งมอบกุญแจให้กับลูกค้า	

ผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การให้บริการ (Service)	• การทำธุรกรรมผ่านสำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) พร้อมอำนวยความสะดวก • เจ้าหน้าที่ กคช./ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อ • การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถาม • การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์ อย่างทันท่วงที • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น Counter Service สำนักงานเคหะฯ และสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งสำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) เป็นต้น	• ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) แสดงแผนที่ตั้งโครงการ ผังโครงการ • ระบบ NHA Service ให้บริการข้อมูลลูกค้าที่มีสัญญากับ กคช. เช่น ข้อมูลการทำสัญญา อัตราค่าเช่า เป็นต้น • รับชำระเงินค่างวด/ค่าเช่า ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น QR Code, Mobile Banking เป็นต้น	1. แจ้งลูกค้าให้ทราบช่องทางชำระเงิน 2. ส่งใบแจ้งหนี้ทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้า 3. เพิ่มช่องทางชำระเงิน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว 4. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 5. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 6. นัดหมายการโอนสิทธิ์กับลูกค้า กรณีรับสิทธิ์ทายาท	

ผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
3. ลูกค้าปัจจุบัน • การสร้างความภักดี (Loyalty)	• เจ้าหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญกับลูกค้า | จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ | ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ ตรวจเยี่ยมชุมชน • จัดการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า • สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอก • การให้คำปรึกษา แก้ไขปัญหาร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน เจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615 | รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน • มาตรการช่วยเหลือลูกค้าเช่าตามสถานการณ์ปัจจุบัน • มาตรการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เช่า เช่น การอบรมอัคคีภัย การติดตั้งกล้องวงจรปิด เป็นต้น	• แจ้งข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ ผ่านช่องทาง Website ของ กคช. และสื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. ได้แก่ Facecbook Line@ Instagram Twitter Youtube • มาตรการช่วยเหลือลูกค้า ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ผ่านช่องทางออนไลน์ • รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน ภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ กคช.	1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอบรมให้ความรู้และพัฒนาชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ลูกค้าทราบ 2. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าร้องเรียนและให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านหลายช่องทาง 3. สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป 4. มีมาตรการให้การช่วยเหลือลูกค้า เช่น ปรับลดค่าเช่าช่วงสถานการณ์โควิด-19 ปรับลดค่าเช่าตามสถานการณ์ตลาด เป็นต้น 5. กรณีเช่าเป็นหมู่คณะ ได้ส่วนลดค่าเช่ารายเดือน เพื่อเป็นสวัสดิการให้กับพนักงานขององค์กรที่มาเช่าบ้านกับ กคช. และเป็นการแก้ไขปัญหาอาคารคงเหลือ	

ผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนลูกค้า ปี 2566 : อาคารเช่า

กลุ่มลูกค้า/เส้นทางการเดินทางของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoint) หรือช่องทางสนับสนุนลูกค้า		แนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	ผลลัพธ์
	Physical Touchpoint	Digital Touchpoint		
เพิ่มเติม: 4. ลูกค้าในอดีต • การส่งเสริมให้กลับมา (Win Back)	• เจ้าหน้าที่ สนญ. กคช. / สคล. / สคจ. ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกหนี้ และกลับมาเป็นลูกค้าของ กคช. • การให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า/บริการ ผ่านเจ้าหน้าที่ กคช. ประจำเคาน์เตอร์บริหารงานขาย หรือสำนักงานเคหะฯ ทั่วประเทศ และ Call Center 1615	• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของ กคช. • ลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการอาคารเช่า ผ่าน Website ของ กคช. • ระบบจองบ้าน Online ด้วย Smart Device	1. ชี้แจงสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมของการต่อสัญญาเช่า เปรียบเทียบกับการไม่ต่อสัญญาเช่า แต่จ่ายค่าเช่า 2. ชี้แจงให้ลูกค้า สามารถแจ้งซ่อมผ่านระบบออนไลน์ได้ 3. ชี้แจงลูกค้า ถึงสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการใหม่เทียบกับโครงการเดิม (กรณีลูกค้าย้ายถิ่นฐาน) 4. สำนักงานบริหารอาคารเช่า (Outsource) และสคล./สคจ. สอบถามหลังจากที่ลูกค้าจะยกเลิกสัญญา ว่าจะย้ายถิ่นฐานไปที่ไหน เพื่อเสนอโครงการเช่า ในถิ่นฐานใหม่ เพิ่มเติม: 5. กำหนดมาตรการช่วยเหลือลูกค้า ในช่วงภาวะวิกฤตต่าง ๆ ในโครงการ	