

SERVICES QUALITY

MANAGEMENT APPROACH

True Group is committed to service excellence while striving to create the highest-level customer satisfaction in accordance with the management framework set by the Thailand Quality Award (TQA), True Quality Excellence Framework (TQEF), and service standards of the Customer Operation Performance Center for Customer Service Provider (COPC CSP). Our senior management and relevant functions work together to quickly follow up and address customer problems, making sure that our customers receive the highest service standards that meet their needs. Our customer relationship management approach is customer-centric, aligning services with the needs of different customer groups to ensure inclusive access. We have also adopted a micromanagement approach to better reach customers and offer the right products and services to meet their needs, in addition to identifying key performance indicators (KPIs) to evaluate customer service supervisors. Moreover, the company has set up customer service channels such as True shops, True agents, call center services, online sales and services, and digital self-services, which are managed by the Chief Customer Service Officer under the Customer Service Department.

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT FRAMEWORK BASED ON CUSTOMER-CENTRICITY



CUSTOMER SATISFACTION ASSESSMENT

To understand the needs of customers and improve service efficiency and satisfaction, the company conducted a customer satisfaction survey through the iCSAT system. The results of the survey conducted in 2020 shows that customers were satisfied, up to 91.5%. The top three areas that customers with True Shop services were most satisfied with are 1) staff services, 2) fast and efficient counter services, and 3) waiting times. The areas that needed improvement are 1) promotion information, 2) service networks information and service charge shown on bills, and 3) service times to take longer than it should be. Customer feedback is important for improving service processes. We hold a meeting every day to address and follow up service problems. Moreover, we have improved the queue system and set service performance indicators, as well as monitoring customer satisfaction levels for continuous improvement.



คุณภาพการให้บริการ

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มุ่งเน้นความเป็นเลิศด้านบริการ ซึ่งเป็นหนึ่งใน ยุทธศาสตร์หลักของกลุ่มทรูโดยยังคงให้ความสำคัญในการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ตามแนวทางการบริหารจัดการรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(Thailand Quality Award : TQA) และ True Quality Excellence Framework (TQEF) ที่พัฒนามาใช้ในองค์กร ตลอดจนการนำข้อกำหนดของ Customer Operation Performance Center for Customer Service Provider (COPC CSP) มาประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการติดตามและตอบสนองการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วให้แก่ลูกค้าของผู้บริหารระดับสูงร่วมกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และมาตรฐานในการให้บริการที่รวดเร็วตอบสนองความต้องการ ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยมีกรอบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) จัดสรร การให้บริการตามกลุ่มลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการให้บริการที่ครอบคลุมตลอดจนแบ่งการบริหารจัดการแบบพื้นที่ย่อย (Micro Organization) ทำให้เข้าถึงและใกล้ชิดกับลูกค้าสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และกำหนดตัวชี้วัด (KPI) ในการให้บริการในระดับ Supervisor พร้อมช่องทางในการให้บริการลูกค้าที่หลากหลาย เช่น ทูรช้อป ตัวแทนขาย ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ การขาย และให้บริการผ่านระบบออนไลน์ และการบริการตัวเองผ่านช่องทางดิจิทัล เป็นต้น โดยการกำกับดูแลของ Chief Customer Service Officer ภายใต้หน่วยงาน Customer Service

กรอบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)



การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าผ่านระบบ iCSAT จากผลการสำรวจลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการสูงถึงร้อยละ 91.5 โดยลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจการให้บริการที่ทรวงข้อ 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) การให้บริการของพนักงาน 2) ระยะเวลาในการให้บริการที่เคาน์เตอร์ที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ และ 3) ระยะเวลาที่รอรับบริการที่รวดเร็วและสิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ 1) การให้ข้อมูลโปรโมชั่น 2) การให้ข้อมูลเครือข่าย การให้บริการและรายละเอียดบิล 3) การใช้บริการของลูกค้าที่ทำให้ระยะเวลาในการให้บริการที่เคาน์เตอร์นานกว่าปกติ บริษัทฯ ได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการโดยมีการประชุมทุกวันในการติดตามแก้ไขปัญหารวมทั้งปรับปรุงระบบคิวให้เหมาะสม และกำหนดตัวชี้วัดในการให้บริการพร้อมติดตามผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผลการสำรวจความพึงพอใจลูกค้า (iCSAT) ร้อยละ

