

คุณภาพการให้บริการ

แนวทางการบริการจัดการ

ปัจจุบันลูกค้ามีความคาดหวังในสินค้าและบริการที่สูงขึ้น การมุ่งเน้นลูกค้า จึงมีความสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน กลุ่มทรู ให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยยังคงยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ในการดำเนินงานด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการตอบสนองความต้องการ สร้างประสบการณ์ที่ดีและสร้างความพึงพอใจสูงสุดในทุกๆ ด้าน รวมถึงการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาให้บริการผ่านระบบอัตโนมัติและออนไลน์ เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ตรงตามความต้องการของลูกค้า ในระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนให้ความสำคัญในการให้บริการที่เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล PDPA โดยเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าที่ได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานการให้บริการ และข้อกำหนดสากล CUSTOMER OPERATION PERFORMANCE CENTER FOR CUSTOMER SERVICE PROVIDER (COPC FOR CSP) ให้บริการคุณภาพมาตรฐานเดียวกันในทุกช่องทาง

บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการแบบ TRUE HEART ตั้งต้นจากความสุขของพนักงานเพื่อส่งมอบความสุขให้กับลูกค้าในทุกจุดของงานบริการ มุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้ลูกค้า ภายใต้สโลแกน “ใส่ใจ รู้จริง คิดเพื่อ เพื่อความสุขใจ” ตลอดจนมีการทบทวนผลการปฏิบัติงานและประสบการณ์ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอโดยผู้บริหาร นำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการ สร้างความเชื่อมั่น และสร้างประสบการณ์ที่ดีตรงตามมาตรฐานการให้บริการ



การปรับปรุงพัฒนาต้นบริการอย่างต่อเนื่อง

TRUE iSERVICE เทคโนโลยีในการให้บริการในรูปแบบดิจิทัล

บริษัทฯ นำแอปพลิเคชันที่พัฒนาให้เป็นเสมือน VIRTUAL TRUE SHOP มาใช้ ให้ลูกค้าสามารถจัดการข้อมูลการใช้งานทุกผลิตภัณฑ์ ทั้ง ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ และทรูวิชั่นส์ ด้วยตนเองไม่ต้องเดินทางไปที่ทรูฮอ๊ป โดยให้บริการครอบคลุม 4 กลุ่มหลัก

- การบริการที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง (SELF -SERVICE) เช่น การเปลี่ยนซิมเป็น eSIM การลงทะเบียนซิมใหม่ การตรวจสอบการใช้งานและค่าบริการ
- การปรับเปลี่ยนแพ็คเกจตามต้องการ (CUSTOMIZATION) เช่น เปลี่ยนแพ็คเกจ เปลี่ยนโปรโมชั่น หรือซื้อแพ็คเกจเสริม
- แก้ไขปัญหาการใช้งานด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง (PROBLEM-SOLVING) เช่น การแก้ไขปัญหา WI-FI หรือการจัดการ SMS โฆษณา
- การใช้สิทธิประโยชน์ (PRIVILEGE) ต่างๆ

การให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล

กลุ่มทรู ปรับเปลี่ยนการให้บริการโดยการมุ่งเน้นการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลในทุกการให้บริการของลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วให้ลูกค้า ลดระยะเวลาการดำเนินการที่สามารถทำธุรกรรมผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มได้ตลอด 24 ชั่วโมง ตลอดการใช้สินค้าและบริการของทรู

ในปี 2565 มีจำนวนลูกค้าใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล 75.55% เทียบกับรายการทั้งหมด ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 75 และมีรายได้จากการบริการผ่านช่องทางดิจิทัลเทียบกับรายได้ทั้งหมดร้อยละ 60.67 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 60

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ ได้สำรวจความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าทุกรายอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอผ่านระบบการประเมินความพึงพอใจออนไลน์ (iCSAT) ผลการสำรวจ ปี 2565 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการสูงถึงร้อยละ 93 โดยลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการบริการของพนักงานที่กระตือรือร้น เอาใจใส่ ได้รับคำแนะนำตามต้องการ มีความสุภาพ ติดตามงานดี และให้คำแนะนำที่ดี ให้บริการที่ครบถ้วน ส่วนสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้ปรับปรุง อาทิ ความล่าช้าในการติดตามงาน การรอคิวงาน รอสายงาน และขั้นตอนการทำงานบางเรื่องที่ยุ่งยาก ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ตลอดจนนำมาจัดทำแผนในการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

• ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (iCSAT): %

