

ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด



การประปานครหลวง
METROPOLITAN WATERWORKS AUTHORITY

State Enterprise Assessment Model : **SE-AM**

Enablers (40 ± 15%)

1. การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร
(Corporate Governance & Leadership : CG & Leadership)
2. การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning : SP)
3. การบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน
(Risk Management & Internal Control : RM & IC)

4. การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder & Customer : SCM)

5. การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology : DT)
6. การบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital Management : HCM)
7. การจัดการความรู้และนวัตกรรม
(Knowledge Management & Innovation Management : KM & IM)
8. การตรวจสอบภายใน (Internal Audit : IA)

1. ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

1.1 ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด

การบูรณาการเชื่อมโยงแผน
วิสาหกิจ งบปณ.
กับแผนแม่บทต่าง ๆ

3

สัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและ
ยึดมั่นธรรมาภิบาลเพื่อความยั่งยืน

SO5 Stakeholder Relationship

SO6 ยกระดับคุณภาพชีวิต

How to become customers strategic and marketing?



Marketing Objective

Engagement & Satisfaction

Coverage

Revenue



แผนวิสาหกิจ

* พัฒนาระบบจ่ายน้ำ

* Stakeholder Relationship

* บริหารจัดการปริมาณและคุณภาพน้ำ

* Digital & Innovation

Reference

SEPTEDOR :TECHNEAU: technology enabled universal access to safe drinking water
Ansoff, H. I. (1957). Strategies for Diversification. Harvard Business Review. (Vol. 35 Issue 5, Sep/Oct). p113-124



Booster Pump

ดำเนินการจำนวน 8 จุด

งบประมาณ 2 ปี 8 ล้านบาท ต่อจุด

Auto Flushing



ดำเนินการจำนวน 18 จุด

งบประมาณ 11 ล้านบาท

โครงการที่จะพัฒนาดำเนินการ 4 โครงการหลัก

โครงการยกระดับการ
สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า



พบประชาชน , TOP-Tier , ลูกค้าชุมชน

MWai

เตรียมความพร้อม Big Data เข้าสู่

กระบวนการ Machines Learning

พัฒนา AI

งบประมาณ 23 ล้านบาท

