



การบริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า

กำหนดกลไกการบริหารจัดการข้อร้องเรียนให้แก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ โดยมีช่องทางการบริการที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก ประกอบด้วย:

- ✓ ช่องทางโทรศัพท์ ติดต่อผ่าน K-Contact Center หรือผ่าน KPLUS Application
- ✓ ช่องทางออนไลน์และอีเมล ได้แก่ Facebook, Twitter, LINE, YouTube และ เว็บไซต์ Pantip (K8888)
- ✓ ช่องทาง Chat ผ่านบัญชีทางการ KBank Live โดยมีแชทบอทที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI)
- ✓ ช่องทางสาขาของธนาคารทั่วประเทศ ผ่านการติดต่อเจ้าหน้าที่สาขา
- ✓ รวมไปถึงมีเครื่องมือ Social Listener เพื่อรวบรวมประเด็นที่ลูกค้าโพสต์บน Social Media นำมาวิเคราะห์ ประเมินสถานการณ์ เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการที่เหมาะสมได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ ธนาคารมีขั้นตอนและกระบวนการทำงานในการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling Workflow) ตามระเบียบปฏิบัติของธนาคาร ซึ่งเมื่อดำเนินการเรียบร้อยแล้วจะสามารถนำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการอย่างสม่ำเสมอ โดยขอสรุปกระบวนการ 4 ขั้นตอนหลัก (End-to-End Workflow) ดังนี้

1. การรับเรื่องและบันทึกข้อร้องเรียน (Receipt & Logging): เมื่อได้รับข้อร้องเรียนจากช่องทางต่างๆ ผู้รับเรื่องจะส่งต่อให้ ฝ่ายดูแลลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relations Department) ซึ่งเป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ส่วนกลาง พร้อมยืนยันการรับเรื่องร้องเรียนแก่ลูกค้า (Complaint Receipt Confirmation) เพื่อบันทึกข้อมูล และรายละเอียดเหตุการณ์เข้าระบบของธนาคารทันที
2. การพิจารณา ตรวจสอบ และแก้ไขปัญหา (Investigation & Resolution): ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจะส่งต่อประสานงานไปยังฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมหลักฐาน ตรวจสอบเนื้อหาข้อร้องเรียนด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม เทียบเคียงตามหลักเกณฑ์ระเบียบปฏิบัติ และบันทึกผลการดำเนินการแก้ไขลงในระบบ หากพบความเสียหายจะมีการอนุมัติเยียวยาชดเชยให้แก่ลูกค้าอย่างเหมาะสม
3. การแจ้งผลและการรายงาน (Notification & Reporting): ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนทำหน้าที่ติดตามสถานะ จนยุติเรื่อง และแจ้งผลการแก้ไขให้ลูกค้าทราบภายในเวลาที่กำหนด รวมถึงจัดทำรายงานข้อมูลคุณภาพการให้บริการและมาตรฐาน SLA (อ้างอิง : <https://www.bot.or.th/th/satang-story/financial-tools/sla.html>) ส่งต่อหน่วยงานกำกับดูแล เช่น ธปท. ก.ล.ต. เป็นรายไตรมาส ได้อย่างเรียบร้อยครบถ้วน
4. การวิเคราะห์ป้องกันและการปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ (Continuous Improvement): ฝ่ายงานเจ้าของผลิตภัณฑ์จะทำงานร่วมกับฝ่ายดูแลลูกค้าสัมพันธ์ และฝ่ายบริหารความเสี่ยง เพื่อร่วมกันวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริง (Root Cause Analysis) ของข้อร้องเรียน และนำผลลัพธ์นั้นไปปรับปรุงกระบวนการทำงาน ระบบงาน ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ พร้อมรายงานผลต่อคณะกรรมการธนาคารอย่างน้อยปีละครั้ง

การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

ธนาคารให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) ครอบคลุมทุกกลุ่มทั้งลูกค้าบุคคล ลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้าธุรกิจโดยประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Data-Driven) เพื่อทำความเข้าใจความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่ม ออกแบบข้อเสนอและ



ช่องทางบริการที่เหมาะสม อีกทั้งดูแลต่อเนื่องหลังการขาย และสร้างความผูกพันระยะยาวภายใต้แนวปฏิบัติในการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม และมีกลไกการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าที่ชัดเจน เพื่อยกระดับประสบการณ์ในทุกช่องทางและเสริมสร้างความไว้วางใจอย่างยั่งยืน

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

ธนาคารจัดทำดัชนีวัดความภักดีของลูกค้า (Net Promoter Score: NPS) จากการประเมินผลในหลายมิติ ดังนี้

1. การประเมินผลระดับภาพรวมธนาคาร: อันดับ 1 NPS ด้วยคะแนนสูงสุดของธุรกิจธนาคารในประเทศไทย (81 คะแนน) ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
2. การประเมินผลภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านดิจิทัลแบงก์กิ้ง (NPS ช่องทางโมบายแบงก์กิ้ง): อันดับ 1 NPS ด้วยคะแนนสูงสุดของธุรกิจธนาคารในประเทศไทย (89 คะแนน) ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
3. การประเมินผลคะแนนความพึงพอใจจากการใช้บริการช่องทาง K-Contact Center (Customer satisfaction): ระดับ 98.77 คะแนน

	ผลการดำเนินงาน (กรอกใน Form DJ BIC)				เป้าหมาย
	2565	2566	2567	2568	2568
อันดับของดัชนีชี้วัดความภักดีของลูกค้า (Net Promoter Score: NPS) ของกลุ่มธุรกิจธนาคารในประเทศไทย	อันดับ 1	อันดับ 1	อันดับ 1	อันดับ 1	อันดับ 1