การเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วม

กิจกรรม “ผู้บริหารธนาคารทำกิจกรรม Floor Walk พบปะลูกค้าและตรวจเยี่ยมพนักงาน”
วันที่ 24 เมษายน 2565
สถานที่ ฝ่ายพิธีการสินเชื่อ อาคาร 2 ชั้น 1 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่
ศูนย์บริการสินเชื่อนครหลวง (PSC) อาคาร 2 ชั้น 2

1.ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม

พบปะลูกค้าธนาคารเพื่อพูดคุยรับข้อเสนอแนะและความเห็นต่อผลิตภัณฑ์และการบริการของธนาคาร เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

2.สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม

ลูกค้ามีความประทับใจ ในการมาใช้บริการขอสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยลูกค้ามีข้อเสนอแนะว่า ในช่วงเวลาจ่ายค่างวดของธนาคารทุกสิ้นเดือน จะมีคิวในการจ่ายค่างวดยาวมาก และใช้เวลานาน

3.ผลจากการมีส่วนร่วม

วิเคราะห์หาเหตุ พบว่า ลูกค้าไม่ทราบว่าธนาคาร มีบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระค่างวด และไม่ต้องรอคิวเป็นระยะเวลานาน

4.การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน

ให้พนักงานธุรกิจสาขาแนะนำการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) ของธนาคารให้พนักงานได้ทราบ ไม่ว่าจะเป็น เครื่องรับชำระเงินกู้ LRM , การจ่ายเงินงวดผ่าน Application เป็นต้น

กิจกรรม “สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์”

วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2566

สถานที่ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

1.ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม

เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และการให้บริการของธนาคาร สำหรับนำมาใช้ประกอบการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์การให้บริการ ตลอดจนกระบวนการทำงานต่างๆ ของธนาคาร ให้มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการของธนาคารครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า

2.สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม

ลูกค้าปัจจุบัน ของ ธอส.	คะแนนความพึงพอใจ %T2B		
	รวม	เงินฝาก	สินเชื่อ
	n=2,000	n=1,000	n=1,000
ความพึงพอใจโดยรวม	97.75	98.30	97.20
ด้านผลิตภัณฑ์	96.92	92.80	95.00
ด้านการสนับสนุนลูกค้า	96.76	99.47	94.04
ด้านการให้บริการ	98.67	100.00	96.60
ด้านภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร	100.00	100.00	100.00

3.ผลจากการมีส่วนร่วม

จากระดับความพึงพอใจโดยรวม ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงประสิทธิภาพการดำเนินการของธนาคารที่มีผลิตภัณฑ์ บริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ รวมถึงมาตรการต่างๆ ของธนาคารในการสนับสนุนลูกค้า ที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากสถานการณ์ต่างๆ เช่น การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นต้น

4.การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน

ธนาคารได้มุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดสำหรับลูกค้าแล้ว ธนาคาร ยังให้ความสำคัญต่อการสื่อสารการตลาดที่ชัดเจน เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความสนใจ รวมถึงให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับการให้บริการเพื่อสนองตามความต้องการลูกค้า ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจจนกระทั่งอยากบอกต่อและเชิญชวนให้คนใกล้ชิดหรือคนรู้จักมาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร และที่สำคัญ ธนาคารยังดำเนินตามนโยบายการทำการตลาดที่เป็นธรรม และการให้ข้อมูล การบริการที่ถูกต้องชัดเจนและสอดคล้อง ตามหลัก Market Conduct อย่างเคร่งครัด