



Market Conduct

การบริหารจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพและกำกับมาตรฐานงานขาย

Market Conduct

Market Conduct คือ การบริหารจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม โดยธนาคารแห่งประเทศไทยมุ่งเน้นให้สถาบันการเงินและ Non-Bank ทุกแห่งการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมทั้งด้านราคาและเงื่อนไข จริงใจ ไม่เอาเปรียบ ลูกค้าได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน และไม่รบกวนลูกค้า

Market Conduct

การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมด้านราคาและเงื่อนไข

จริงใจ

ไม่เอาเปรียบ

ลูกค้าได้รับข้อมูลชัดเจน ครบถ้วนถูกต้อง

ไม่รบกวนลูกค้า

คำนิยามที่สำคัญ

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินทุกประเภทที่ผู้ให้บริการ เป็นผู้ออก ผู้แนะนำหรือผู้ขาย ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานอื่น เช่น ตราสารหนี้ กองทุนรวม ประกันวินาศภัย และประกันชีวิต

ลูกค้า

บุคคลธรรมดา และนิติบุคคลซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในปัจจุบัน หรืออาจจะใช้ในอนาคต

ลูกค้ากลุ่มเปราะบาง

- ลูกค้าซึ่งผู้ให้บริการต้องใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ขึ้นไป
- ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินอย่างจำกัด หรือไม่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์
- ผู้ที่มีข้อจำกัดในการสื่อสารหรือตัดสินใจ อาทิเช่น ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน หรือการมองเห็น หรือมีภาวะบกพร่องทางสุขภาพ โดยสามารถกำหนดให้แตกต่างกันได้ระหว่างผลิตภัณฑ์

หลักการและเหตุผล

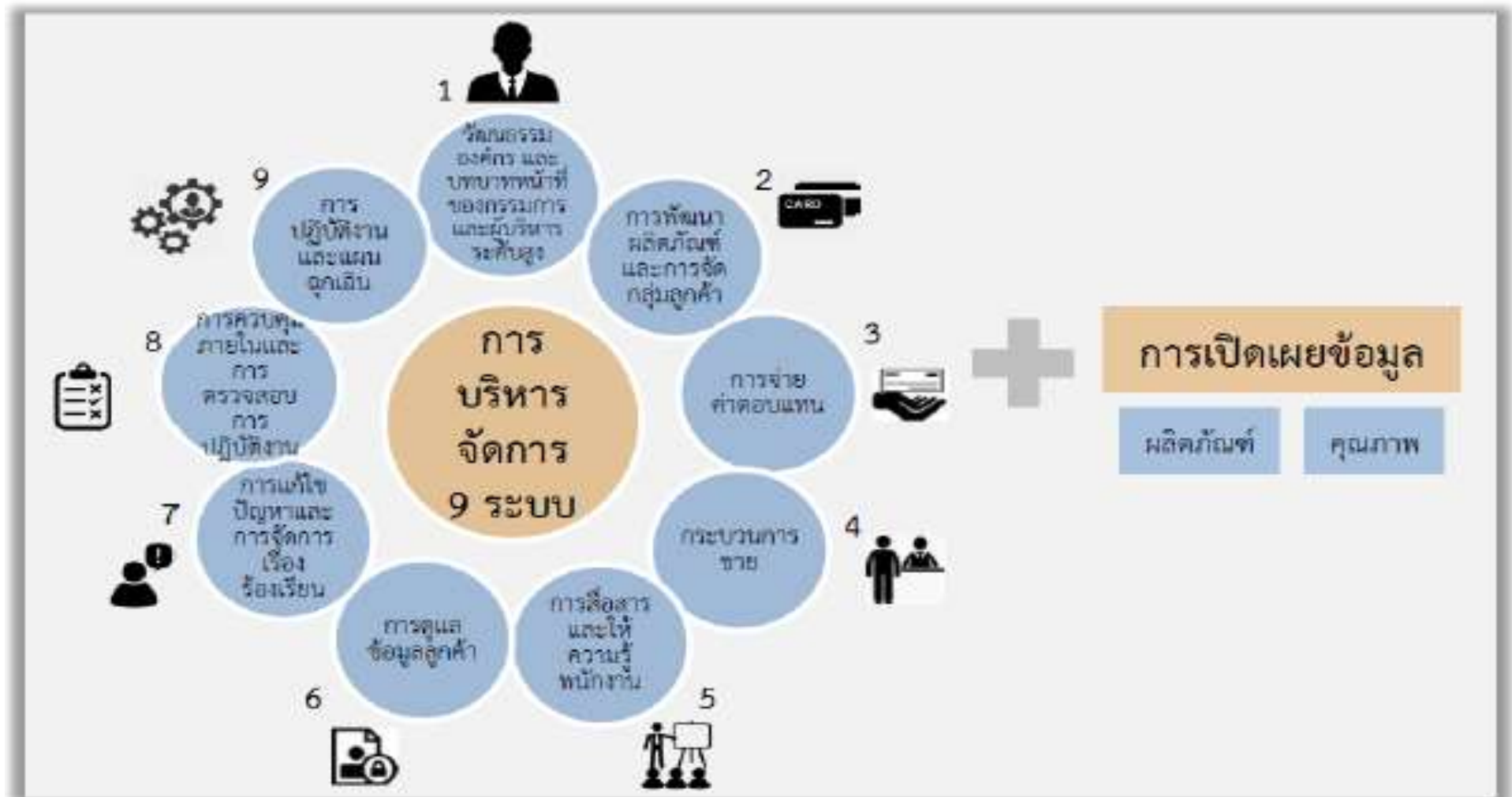
หลักการและเหตุผล

ธนาคารแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญและส่งเสริมให้ผู้ให้บริการทางการเงินแก่ประชาชน มีการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม โดยมีมุ่งหมายให้

- ลูกค้ามั่นใจได้ว่า ผู้ให้บริการมีวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการให้บริการอย่างเป็นธรรม บริการลูกค้าอย่างจริงใจ ไม่เอาเปรียบ
- ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่เหมาะสมและชัดเจน
- ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นธรรมทั้งด้าน ราคาและเงื่อนไข
- ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวกและได้รับการดูแลแก้ไขปัญหาเหมาะสม และ
- ผู้ให้บริการช่วยให้ลูกค้าเข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง



9 องค์ประกอบสำคัญของ Market Conduct



ระบบ 1 วัฒนธรรมองค์กร บทบาทหน้าที่กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของผู้ให้บริการ รับผิดชอบการผลักดันการให้บริการที่เป็นธรรมอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิผล การให้บริการอย่างเป็นธรรมเป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร

มาตรฐานขั้นต่ำ

- นโยบาย Fair customer treatment :
 - กำหนดนโยบาย/แผนกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญและถ่ายทอดวัฒนธรรมทั้งในระดับองค์กรและหน่วยงานย่อย
 - กรรมการ ผู้บริหารระดับสูงมีบทบาท ความรับผิดชอบ (CEO หรือมอบหมาย)
 - อนุมัติโดยกรรมการ และสื่อสารให้องค์กร
- โครงสร้างองค์กร
 - ให้ผู้บริหารในตำแหน่งสูงสุดรับผิดชอบการให้บริการแก่ลูกค้าให้มีความเป็นธรรม เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิผล (อาจมอบหมาย รอง / ผช.)
 - ผู้รับผิดชอบหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบแต่ละระบบของ 9 ระบบ หรือระบุหน้าที่ ความรับผิดชอบ และผู้ควบคุม
 - แบ่งแยกหน่วยงานควบคุมให้ออกจากส่วนงาน ก่อผล
 - มีบุคลากรที่มีความพร้อม (จำนวน คุณภาพ) สอดคล้องกับปริมาณธุรกิจ
- สื่อสาร ติดตาม ทั้งจากระดับบน และภายในภายนอกองค์กร
 - คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงแสดงความมุ่งมั่นตั้งใจ (commitment) และเป็นแบบอย่างของความซื่อสัตย์จริง รวมทั้งความจริงจังของ 3 lines of defence
 - คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงติดตาม สอบถาม ดูแล ให้ความสำคัญเป็น

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- มีผู้บริหารระดับสูง 1 คน รับผิดชอบ (CEO หรือมอบหมาย รอง/ผช.) ซึ่งต้องสามารถผลักดันการปรับปรุงการบริหารจัดการ 9 ระบบได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิผล
- ผู้ให้บริการมีวัฒนธรรมองค์กรในการให้บริการที่เป็นธรรม



Fair



ระบบ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า

ผู้ให้บริการมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เหมาะสมกับความสามารถในการขายของพนักงาน และเหมาะสมกับระบบงานรวมถึงความสามารถในการควบคุมดูแลคุณภาพการขายให้เป็นธรรมกับลูกค้า ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมทั้งราคาและเงื่อนไข

2.1 มีกระบวนการพัฒนา/คัดเลือกผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้า มีความเหมาะสม และมีคุณภาพ โดยให้คำนึงถึง

2.2 ในการพัฒนา/คัดเลือก มีผู้ที่เกี่ยวข้องมาร่วมพิจารณาด้วย โดยมีข้อมูลประกอบที่ครบถ้วน บันทึกการหารือ และอนุมัติโดยผู้รับผิดชอบ

เช่น ด้านกฎหมาย ด้านการควบคุมภายใน ด้านบริหารความเสี่ยง
ด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ด้านการตรวจสอบภายใน ด้านปฏิบัติการ ด้านการขาย

2.3 กรณีผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้พัฒนาเอง ให้ทำ product due diligence ให้เข้าใจ่องแท้ ถ้าข้อมูลไม่พอ ต้องปฏิเสธการขาย

2.4 จัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ตามความซับซ้อน ความเสี่ยง หรือปัจจัยอื่น เพื่อกำหนดวิธีขาย การสื่อสารให้ความรู้ การกำหนดกลุ่มลูกค้า การควบคุมสอบทาน ให้เหมาะสม

2.5 มีมาตรการป้องกันการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ผิดกฎหมาย ขอบเขตของใบอนุญาต เป็นต้น

2.6 มีแนวทางที่เป็นธรรมในการดูแลแก้ไขปัญหาหรือความเสียหายของลูกค้า

ระบบ 3 การจ่ายค่าตอบแทน

ผู้ให้บริการกำหนดค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษของพนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้าที่คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ผลักดันให้เกิดการให้บริการที่เป็นธรรม

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษ ผลักดันให้เกิด บริการที่เป็นธรรม



เน้นคุณภาพด้วย



ลงโทษจริง



ทบทวนต่อเนื่อง



ผู้บริหาร พนักงาน ทั้ง 9 ระบบ
งานขาย งานพัฒนา/เลือกผลิตภัณฑ์
งานดูแลเรื่องร้องเรียน
งานควบคุม (3 lines) เป็นต้น



ลงโทษจริง



- ยกเลิกสัญญา
- บันทึกบัญชีดำ
- ปรับเงิน

ระบบ 4 กระบวนการขาย

ลูกค้าได้รับการเสนอขายที่ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัว ได้รับข้อมูลสำคัญครบถ้วน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง และเพียงพอต่อการใช้บริการต่อไป ได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของตนเอง

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- ลูกค้าได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับ ความต้องการและความสามารถ (ทั้งทางการเงินและความเข้าใจ)



บอกทางเลือกครบ



อธิบายครบถ้วน (ข้อดี-ข้อเสีย)



หยุดขายเมื่อลูกค้าปฏิเสธ



ดูแลกลุ่มพิเศษใกล้ชิด

ไม่บังคับ

ไม่หลอก

ไม่รบกวน

Fair

เปิดเผย โปร่งใส

4.1 กระบวนการเตรียมความพร้อม

4.1.1 ความพร้อมระบบงานในกระบวนการขาย

4.1.2 การคัดเลือกพนักงานขาย

4.1.3 การเพิ่มเครื่องมือและสื่อ

4.1.1 ความพร้อมระบบงานในกระบวนการขาย

- (1) วิสัยทัศน์ ครอบงำ จัดเจน เหมาะกับผลิตภัณฑ์ & ช่องทาง มีคู่มือให้พนักงานขาย (บทบาท หน้าที่ วิธีการนำเสนอให้เหมาะกับลูกค้า) เหมาะกับสถานการณ์ปัจจุบัน
- (2) ระบบและเครื่องมือ ช่วยให้การขายมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบงานคอมพิวเตอร์ แบบฟอร์มเอกสาร หรือ help desk โดยควรตรวจสอบให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
- (3) จำกัดขอบเขตการปฏิบัติงานของพนักงานขายให้ชัดเจน → สิ่งที่ได้ และไม่ได้ / มีระบบสนับสนุนกรณีไม่มีพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์
- (4) ลักษณะการเสนอขายแยกได้ชัดเจนระหว่าง banking product และผลิตภัณฑ์อื่นๆ → แยกพื้นที่ มีป้าย เอกสาร/วิธีการขาย/อธิบาย (แยกพื้นที่ไม่ได้ ให้เพิ่มกระบวนการอื่น)
เช่น นิติกร ที่ปรึกษาทางภาษี
- (5) เสนอขายไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวลูกค้า โดยเฉพาะ face to face และ tele-sale → กำหนดช่วงเวลา จำนวนครั้ง ไม่รบกวนลูกค้าไม่สนใจ แนวปฏิบัติกรณีไม่สนใจ (เช่น ใส่ชื่อใน do not call list)
- (6) ข้อมูลที่ใช้ติดต่อลูกค้ารายใหม่ ได้มาอย่างถูกต้องเหมาะสมและนโยบายภายใน → กรณีลูกค้าสอบถาม ต้องชี้แจงชัดเจน (ไม่ตอบว่า "marketing หารมาค่ะ") รวดเร็ว (ทันทีหรือ < 3 วัน) ไม่ก่อการเพิ่ม (ไม่ตอบว่า "โทรเข้า call center ค่ะ")
- (7) แจ้งสิทธิการไม่รับการติดต่อจากผู้ให้บริการอีก ในทุกการเสนอขาย/ทุกช่องทาง (script tele-sale/ข้อความในอีเมล) และการมีระยะเวลา ให้แจ้งลูกค้าให้ชัดเจน และมีทางเลือก → ดำเนินการทันทีหรือ 24 ชม. (หากจำเป็น ไม่เกิน 7 วัน)
- (8) Tele-sale มีระบบงานที่ตรวจสอบชื่อและเบอร์โทรศัพท์ที่ใช้ติดต่อลูกค้า และชื่อลูกค้าที่ติดต่อ เพื่อใช้ยืนยัน
- (9) ระบบและกระบวนการตรวจสอบคุณภาพการขายในทุกช่องทาง ให้ไม่หลอก ไม่บังคับ ไม่รบกวน เปิดเผยโปร่งใส

เช่น บันทึกเสียง tele-sale, call back / welcome call

ระบบ 4 กระบวนการขาย

4.1 กระบวนการเตรียมความพร้อม

4.1.1 ความพร้อมระบบงานในกระบวนการขาย

4.1.2 การคัดเลือกพนักงานขาย

4.1.3 การจัดให้มีเครื่องมือช่วยอธิบาย

4.1.2 การคัดเลือกพนักงานขาย

(1) คัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ → คำนึงถึงการศึกษา องค์กรความรู้ การอบรม และทักษะในการขาย

(2) กระบวนการที่มั่นใจได้ว่าพนักงานขายมีความรู้ความสามารถในการอธิบาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสี่ยง/ซับซ้อน
→ คัดกรองกลุ่มเสนอขายผลิตภัณฑ์เสี่ยง/ซับซ้อนเป็นการเฉพาะ

เช่น ทดสอบการเสนอขาย

(3) กรณีเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้ผู้กำกับดูแลอื่น (ก.ล.ด. คปภ. เป็นต้น) ต้องสื่อสาร : ได้รับการแต่งตั้งให้ขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือไม่ เช่น ป้ายรายชื่อ/ตั้งโต๊ะ เพื่อให้ลูกค้าเห็น โดยควรอธิบายขอบเขตที่ให้บริการได้

4.1.3 การจัดให้มีเครื่องมือช่วยอธิบาย

มีเครื่องมือช่วยพนักงานขายอธิบายข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าทราบและเข้าใจง่ายขึ้น

- ครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน ทั้งสิทธิประโยชน์และข้อควรระวัง ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจ
- เช่น Sales sheet สื่อโฆษณา และกรณีเสี่ยง/ซับซ้อน อาจใช้ VDO clip, visualised presentation
- กรณีผ่านช่องทางที่ไม่มีพนักงานอธิบาย ให้ทดแทนด้วยลักษณะการนำเสนออื่นๆ

เช่น สไลด์เตอร์

เช่น มีข้อความแสดงในหน้าเว็บ มี pop-up คำเตือน

ระบบ 4 กระบวนการขาย

ระบบ 4 กระบวนการขาย

4.2 กระบวนการในการ ขายและให้บริการ

4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและ
การวิเคราะห์ลูกค้า (จัดกลุ่ม
ทำความเข้าใจ ตรวจสอบข้อมูล)

4.2.2 การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์

4.2.3 การให้ข้อมูลหลังการขาย
(post-sale)

4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ลูกค้า....กระบวนการก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์

การจัดกลุ่มลูกค้าและการทำความเข้าใจลูกค้า

- (1) กำหนดวิธีการจัดประเภทลูกค้า เช่น ลูกค้ารายย่อยที่มีความเปราะบาง (vulnerable) เพื่อให้คำแนะนำที่เหมาะสม โดยเฉพาะการแจ้งเตือน ข้อควรระวัง ที่เหมาะกับลูกค้าแต่ละประเภท
- (2) มีวิธีปฏิบัติงาน และระบบการสอบถามข้อมูลและทำความเข้าใจลูกค้า เพื่อให้ทราบความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจ และสามารถให้คำแนะนำและนำเสนอได้เหมาะสม
- (3) หากได้รับข้อมูลไม่เพียงพอเกี่ยวกับตัวตนที่แท้จริง ต้องปฏิเสธการให้บริการ
- (4) ในการเสนอขาย ต้องไม่สรุปเองว่าผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ เหมาะสมกับลูกค้าทุกรายในกลุ่มประเภทเดียวกัน โดยให้คำนึงถึงข้อมูลลูกค้าแต่ละราย เช่น อายุ ประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ เป้าหมายและข้อจำกัดทางการเงิน

การมีระบบตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์

เช่น ถูกฉ้อโกงเงินทอง แต่เป็นผู้สูงอายุ ควรต้องใช้เงินกับคนถูกเงินไว้

เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าให้ข้อมูลด้วยตนเอง รวมทั้งเอกสารทั้งหมดต้องลงนามโดยลูกค้าเท่านั้น และทบทวนข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

ระบบ 4 กระบวนการขาย

ระบบ 4 กระบวนการขาย

4.2 กระบวนการในการขายและให้บริการ

4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า (จัดกลุ่มทำความเข้าใจ ตรวจสอบข้อมูล)

4.2.2 การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์

4.2.3 การให้ข้อมูลหลังการขาย (post-sale)

4.2.2 การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์

(1) มีระบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่า... “ไม่หลอก ไม่บังคับ ไม่รบกวน เปิดเผยโปร่งใส”

- ลูกค้าได้รับการนำเสนอทางเลือกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ลูกค้าสนใจและความแตกต่างที่สำคัญ
- ได้รับการอธิบายและเอกสารเกี่ยวกับข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนออย่างครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ
- เน้นความแตกต่างกับ Banking product
- บอกความจำเป็นของการซื้อพ่วง
- มีสิทธิในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แยกจากกัน
- มีกระบวนการให้สามารถตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎ

ทั้งสิทธิประโยชน์

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และข้อควรระวัง

ข้อมูลขั้นต่ำ ตามเอกสารแนบ 4.1

เช่น สินเชื่อบ้านต้องทำประกันอัคคีภัยโครงสร้าง แต่ต้องไม่บังคับบริษัท

เช่น พนักงานขายลงนามใน Sales sheet

(2) มีวิธีปฏิบัติเพิ่มเติมกรณีเสนอขายผลิตภัณฑ์ซับซ้อน/เสี่ยง กว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป

เช่น พนักงานขายเน้นย้ำและเตือนเงื่อนไขสำคัญ

(3) การขายผ่านดิจิทัล ต้องมีวิธีนำเสนอให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับข้อมูล คำแนะนำ และบริการครบถ้วน ถูกต้อง

- กรณีผลิตภัณฑ์ที่เสี่ยง/ซับซ้อนที่ยากแก่การอธิบายผ่านดิจิทัล ต้องมีวิธีการเพิ่มเติม

เช่น สามารถติดต่อพนักงานขาย มี Weblink VDO conference เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติม

(4) กรณีลูกค้าเปราะบาง (ต้องได้รับความคุ้มครองมากกว่ากรณีปกติ) มีวิธีปฏิบัติที่ใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ ให้ความสำคัญกับการเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้า

เช่น มีญาติมาร่วมฟังการขาย ผู้จัดการสาขาตรวจสอบธุรกรรม

(5) มอบหลักฐานในการทำธุรกรรมแก่ลูกค้าทุกครั้ง โดยให้สิทธิลูกค้าไม่รับได้

ระบบ 4 กระบวนการขาย

ระบบ 4 กระบวนการขาย

4.2 กระบวนการในการขายและให้บริการ

4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า (จัดกลุ่มทำความเข้าใจ ตรวจสอบข้อมูล)

4.2.2 การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์

4.2.3 การให้ข้อมูลหลังการขาย (post-sale)

4.2.3 การให้ข้อมูลหลังการขาย (post-sale)

(1) แจ้งลูกค้าล่วงหน้าทุกครั้งเกี่ยวกับรายการที่ต้องชำระหรือจะมีการเรียกเก็บ ในระยะเวลาที่เพียงพอให้ลูกค้ารับทราบเตรียมการชำระ หรือปฏิเสธรายการ

- แจกแจงรายละเอียด เช่น ค่างวด ยอดหนี้คงเหลือ ดอกเบี้ย เบี้ยปรับผิดนัดชำระ ค่าธรรมเนียมการทวงถามหนี้ ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการต่ออายุผลิตภัณฑ์

- กรณีบางผลิตภัณฑ์กำหนดกระบวนการที่จะไม่แจ้งรายครั้ง ต้องมีกระบวนการให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับทราบและเข้าใจในเงื่อนไขของการชำระและหน้าที่ของลูกค้าครบถ้วนแล้ว **หากจะเรียกค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ใช่ค่างวด เช่น เบี้ยประกันภัย ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างชัดเจน รวมถึงผลของการไม่ชำระด้วย

- ในการแจ้งลูกค้าเกี่ยวกับสินเชื่อก่อน/คล้ายสินเชื่อ ให้เตือนลูกค้าเกี่ยวกับผลของการไม่ชำระ หรือชำระบางส่วน

(2) มอบหลักฐานการชำระเงินทุกครั้ง โดยแจกแจงรายละเอียดให้ลูกค้าทราบ

(3) เมื่อเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขที่อาจกระทบการใช้ผลิตภัณฑ์ ต้องสื่อสาร/แจ้งข้อมูลให้ทราบล่วงหน้า

- กรณีทำให้ลูกค้าเสียประโยชน์ ซึ่งรวมถึงกรณีเกิดภาระหรือความเสี่ยงเพิ่มเติม

→ ผู้ให้บริการต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้าก่อน

เช่น เพิ่มค่าธรรมเนียม เพิ่มวงเงินบัตรเครดิต

→ ไม่รวมการให้ความยินยอมลักษณะไม่เป็นธรรม เช่น ผู้ให้บริการสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขโดยไม่ต้องขอ ความยินยอมจากลูกค้าและไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า)

(4) มีระบบงานและแนวปฏิบัติที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์การให้บริการลูกค้า รวมถึงกฎหมายว่าด้วยการทวงถามหนี้

มาตรฐานขั้นต่ำของกระบวนการขาย

สำหรับมาตรฐานขั้นต่ำของกระบวนการขาย (Sales Process) ที่สำคัญ

- ☑ แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการติดต่อลูกค้าต้องได้มาอย่างถูกต้องตามกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายในของธนาคาร ได้แก่
 - รายชื่อที่ลูกค้าให้ความยินยอมและลงนามในหนังสือยินยอม
 - ตรวจสอบแหล่งที่มาได้ และมีเอกสารอ้างอิง
 - รายชื่อที่ธนาคารให้ติดต่อ
- ☑ แจ้งอย่างชัดเจนทุกครั้งว่าลูกค้ามีสิทธิเลือกที่จะไม่รับการติดต่อจากธนาคาร และแจ้งช่องทางในการยกเลิกการติดต่อ **KK Contact Center 02-165 5555**
- ☑ นำส่งเอกสารข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ (Sales Sheet) ให้ลูกค้าทุกครั้ง ☐

ในการติดต่อลูกค้าเพื่อเสนอขาย ผู้แทนการตลาดต้องอธิบายข้อมูลขั้นต่ำให้ลูกค้าทราบครบถ้วนก่อน disburse โดยปรับให้สอดคล้องตามสถานการณ์ที่ได้ติดต่อลูกค้า ซึ่งบางกรณีผู้แทนการตลาดอาจไม่ได้ติดต่อลูกค้าเพียงครั้งเดียว

(PL,DSA) Selling Guideline เป็นเครื่องมือช่วยขายให้เป็นไปตามเกณฑ์ขั้นต่ำของ ธปท.
เพื่อใช้แจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์ สิทธิลูกค้า และถามลูกค้าที่รายได้ < 30,000.-

ผลการติดต่อ / ทำหิของลูกค้า	ไม่สนใจสมัครผลิตภัณฑ์	ลังเล รอการตัดสินใจสมัคร	ตัดสินใจสมัคร
คุยเป็นปกติ	- แนะนำตัวเอง(ชื่อ+ธนาคาร) - เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน ได้แก่ ดอกเบี้ย) - หากไม่ประสงค์ให้ธนาคารติดต่อเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ โปรดติดต่อ KK Contact Center 02 165 5555 - กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว	- แนะนำตัวเอง(ชื่อ+ธนาคาร) - เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน ได้แก่ ดอกเบี้ย) - แจ้งขออนุญาตติดต่อกับมาอีกครั้งลูกค้าสะดวกเมื่อไร - หากลูกค้าสนใจ ให้ใช้ Selling Guideline หัวข้อ ตัดสินใจสมัคร - หากไม่ประสงค์ให้ธนาคารติดต่อเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ โปรดติดต่อ KK Contact Center 02 165 5555 - กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว	- แนะนำตัวเอง (ชื่อ+ธนาคาร) - เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน ได้แก่ ดอกเบี้ย) - กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว - สอบถามข้อมูลลูกค้าเบื้องต้น เช่น อาชีพ รายได้ - เมื่อลูกค้าแจ้งรายได้ กรณี < 30K สอบถามว่า มีสินเชื่อส่วนบุคคลและบัตรเครดิตเงินสดกับสถาบันการเงินหรือ Non-Bank อื่นหรือไม่ หากมี มีกี่แห่ง และอยู่ระหว่างขอสินเชื่อส่วนบุคคลและบัตรเครดิตเงินสดที่แห่ง - กรณีรายได้ < 30K ให้แจ้งลูกค้าเพิ่มเติม จะจัดส่งเอกสารประกอบการสมัครสินเชื่อและแบบแสดงรายละเอียดสินเชื่อส่วนบุคคล เพื่อให้ลูกค้าแสดงข้อมูลสินเชื่อส่วนบุคคลและบัตรเครดิตเงินสด - ไม่รวมบัตรเครดิตที่มีอยู่ปัจจุบันกับ Bank & Non Bank โดยลูกค้าจะมีวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและบัตรเครดิตเงินสด กับ Bank & Non-Bank ได้ไม่เกิน 3 แห่ง หากภายหลังธนาคารตรวจสอบแล้วพบว่า ธนาคารอนุมัติวงเงินเป็นลำดับที่ 4 เป็นต้นไป ธนาคารขอยกเลิกวงเงินสินเชื่อดังกล่าว ซึ่ง - ค่าบริการ ค่าธรรมเนียม ค่าปรับต่างๆ ให้แจ้งรายการที่ลูกค้าต้องทราบก่อน Disburse โดยพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมใน Sales Sheet ที่ จะส่งมอบให้พร้อมกับใบสมัคร

(PL,DSA) Selling Guideline เป็นเครื่องมือช่วยขายให้เป็นไปตามเกณฑ์ขั้นต่ำของ ธปท.
เพื่อใช้แจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์ สิทธิลูกค้า และถามลูกค้าที่รายได้ < 30,000.-

รับวางสาย (ติดต่อประชุม, ขั้บรณ ฯลฯ)	• แนะนำตัวเอง(ชื่อ+ธนาคาร) • เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน) • แจ้งขอรหัสที่โทรมารบกวนลูกค้าทันที • กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูล	• แนะนำตัวเอง(ชื่อ+ธนาคาร) • เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน) • แจ้งขออนุญาตติดต่อกลับมาอีกครั้งลูกค้าสะดวกเมื่อไร • กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของ	-
	ลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว • หากไม่ประสงค์ให้ธนาคารติดต่อเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ โปรดติดต่อ KK Contact Center 02 165 5555	ข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูล ลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว • หากไม่ประสงค์ให้ธนาคารติดต่อเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ โปรดติดต่อ KK Contact Center 02 165 5555	

Selling Guideline เป็นเครื่องมือช่วยขายให้เป็นไปตามเกณฑ์ขั้นต่ำของ ธปท.
เพื่อใช้แจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์ สิทธิลูกค้า และถามลูกค้าที่รายได้ < 30,000.-

โกรธ โมโหที่ติดต่อมา รบกวน	• แนะนำตัวเอง(ชื่อ+ธนาคาร) • เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน) • แจ้งขอภัยที่โทรมารบกวนลูกค้าทันที • กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว • หากไม่ประสงค์ให้ธนาคารติดต่อเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ โปรดติดต่อ KK Contact Center 02 165 5555 ถ้าลูกค้าไม่พอใจ • ขอชื่อและเบอร์โทรติดต่อของลูกค้า • แจ้งธนาคารจะทำการบล็อกเบอร์ให้เสร็จสิ้นภายใน 7 วันจากวันที่ได้รับแจ้ง และหลังจากนั้นจะไม่ทำการติดต่อลูกค้าอีกเป็นเวลา 1 ปี • กรณีลูกค้าประสงค์จะไม่ให้ธนาคารติดต่อตลอดไป ให้ดำเนินการภายในกำหนดเวลาข้างต้นต่อไป ถ้าลูกค้ายังไม่พอใจ • แจ้งลูกค้าให้ือสายรอสักระยะ เพื่อเรียน TM ดูแลลูกค้า • แจ้ง TM ให้รับเรื่องดูแลลูกค้าทันที	-
---------------------------------------	--	----------

(SME) Selling Guideline เป็นเครื่องมือในการช่วยให้แจ้งครบตามเกณฑ์ของ ธปท. โดยแยกผลการติดต่อและทำทีของลูกค้า

Selling Guideline SME Car 3x (version_082018)

ผลการติดต่อ / ทำทีของลูกค้า	ไม่สนใจสมัครผลิตภัณฑ์	ลังเล รอการตัดสินใจสมัคร	ตัดสินใจสมัคร
คุยเป็นปกติ	- แนะนำตัวเอง(ชื่อ+ธนาคาร) - เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน เช่น ดอกเบี้ย โดยอ้างอิงข้อมูลจากใน Sales Sheet) - หากไม่ประสงค์ให้ธนาคารติดต่อเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ โปรดติดต่อ KK Contact Center 02 165 5555 - กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว	- แนะนำตัวเอง(ชื่อ+ธนาคาร) - เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน เช่น ดอกเบี้ย โดยอ้างอิงข้อมูลจากใน Sales Sheet) - แจ้งขออนุญาตติดต่อกลับมาอีกครั้งลูกค้าสะดวกเมื่อไร - หากลูกค้าสนใจ ให้ใช้ Selling Guideline หัวข้อตัดสินใจสมัคร - หากไม่ประสงค์ให้ธนาคารติดต่อเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ โปรดติดต่อ KK Contact Center 02 165 5555 - กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว	- แนะนำตัวเอง (ชื่อ+ธนาคาร) - เสนอขายผลิตภัณฑ์ (ต้องแจ้งข้อมูลขั้นต่ำตามเกณฑ์ ธปท. ให้ครบถ้วน เช่น ดอกเบี้ย โดยอ้างอิงข้อมูลจากใน Sales Sheet) - กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลลูกค้าได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว - สอบถามข้อมูลลูกค้าเบื้องต้น เช่น อาชีพ รายได้ หลักประกัน - ค่าบริการ ค่าธรรมเนียม ค่าปรับต่างๆ ให้แจ้งรายการที่ลูกค้าต้องทราบก่อน Disburse โดยพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมใน Sales Sheet ที่ จะส่งมอบให้พร้อมกับใบสมัคร *เครื่องมือ : ใบ Sales Sheet

ใบยืนยันวงเงิน PL,DSA โดย TM

Persoan Loan: Loan Confirmation แบบฟอร์มยืนยันวงเงินสินเชื่อคน P-Loan		Ticket ID _____	
ชื่อ - นามสกุล ผู้กู้			
วงเงินที่ธนาคารอนุมัติ		บาท	ระยะเวลาผ่อนชำระ เดือน
อัตราดอกเบี้ย		% ต่อปี	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน บาท
รายละเอียดค่าบริการ			
☐ ค่าอากรแสตมป์ 0.05% ของวงเงินกู้ เป็นเงิน _____ บาท ☐ ค่าธรรมเนียมการชำระคืนเงินกู้ก่อนครบกำหนด 5% ของยอดเงินต้นคงค้าง ณ วันที่ปิดบัญชีสินเชื่อ ☐ กรณีผิดนัดชำระ ดอกเบี้ย/ค่าบริการ/เบี้ยปรับจะถูกรับรวมไม่เกิน 28% ต่อปี ☐ ค่าติดตามทวงถามหนี้ 100 บาท ต่อครั้ง ☐ ดูรายละเอียดดอกเบี้ย/ค่าบริการ/เบี้ยปรับได้ที่เว็บไซต์ของธนาคาร ☐ หากต้องการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมหรือยอดสินเชื่อคงค้างทั้งหมดติดต่อได้ที่ KK Contact Center โทร 02-165-5555 ☐ ธนาคารจะจัดส่งใบแจ้งหนี้/ใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าทุกเดือน ☐ หากธนาคารมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ ธนาคารจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า			
ชื่อ _____ Team Manager		ชื่อ _____ Sales Support	
		วันที่/เวลา _____	
version 3_072018			

เอกสารสำคัญที่ต้องแจกให้ลูกค้าทุกครั้งที่เสนอขาย คือ S A L E Sheet...



การเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Sales Sheet) ผลิตภัณฑ์สินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) (กรุณารับทราบการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ฉบับนี้ และควรศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขโดยละเอียด ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์)		ชื่อผู้ขายผลิตภัณฑ์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ชื่อผู้ออกผลิตภัณฑ์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ชื่อผลิตภัณฑ์ <u>KK Personal Loan</u> วัน เดือน ปี											
1. ผลิตภัณฑ์คืออะไร เป็นสินเชื่อแบบวงเงินที่ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ หรือบุคคลค้ำประกัน คิดอัตราดอกเบี้ยคงที่แบบลดต้นลดดอก													
2. ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสำคัญอะไรบ้าง - จำนวนเงินกู้ยืมทั้งหมด ให้วงเงินตั้งแต่ 20,000 ถึง 1,500,000 บาท แต่ไม่เกิน 5 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามจำนวนเงินที่ได้รับอนุมัติจริงและเป็นไปตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขของธนาคาร) ทั้งนี้ ลูกค้านี้มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทอนุมัติวงเงินไม่เกิน 1.5 เท่าของรายได้ และมีวงเงินอนุมัติไม่เกิน 3 สถานการณ์ของเงินของเงินส่วนบุคคลภายใต้กำกับ - ระยะเวลาการกู้ยืม ตั้งแต่ 12 - 60 เดือน - ประเภทของการผ่อนชำระ ผ่อนชำระทุกเดือน - กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย - ลูกค้าเก่า คือ ลูกค้าที่เคยมีประวัติเข้าซื้อรถยนต์กับธนาคาร (Cross selling & Existing customer) ซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขลูกค้าการธนาคาร - ลูกค้าใหม่ (New Customer) - อัตราดอกเบี้ย ตามประกาศธนาคาร คำนวณแบบรายวัน เป็นแบบลดต้นลดดอก ตามยอดการชำระเงินเหลือของลูกหนี้ หากชำระเกินกว่าวงเงินที่ตกลงจะไม่คิดเงินต้นเพิ่มในส่วนที่เกินวงเงินได้เป็นการชำระค้างวงเงินส่วนนี้ ทั้งนี้ มีการคิดอัตราดอกเบี้ยตามกลุ่มลูกค้าดังนี้ - กลุ่มลูกค้าเก่า (Existing customer) อัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามเกณฑ์ธนาคาร ตั้งแต่ 19.75% ถึง 26.00% ต่อปี¹¹ - กลุ่มลูกค้าใหม่ (New Customer) อัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามเกณฑ์รายได้ลูกค้า ตั้งแต่ 13.99% ถึง 27.99% ต่อปี¹¹													
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">เกณฑ์รายได้ (บาท)</th> <th colspan="2">อัตราดอกเบี้ย (ต่อปี)</th> </tr> <tr> <th>กลุ่มพนักงานรายได้ประจำ</th> <th>เจ้าของกิจการ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20,000 - 29,999 บาท</td> <td>27.99%</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>30,000 - 49,999 บาท</td> <td>24.99% - 26.99%</td> <td>27.99%</td> </tr> </tbody> </table>	เกณฑ์รายได้ (บาท)	อัตราดอกเบี้ย (ต่อปี)		กลุ่มพนักงานรายได้ประจำ	เจ้าของกิจการ	20,000 - 29,999 บาท	27.99%	-	30,000 - 49,999 บาท	24.99% - 26.99%	27.99%		
เกณฑ์รายได้ (บาท)		อัตราดอกเบี้ย (ต่อปี)											
	กลุ่มพนักงานรายได้ประจำ	เจ้าของกิจการ											
20,000 - 29,999 บาท	27.99%	-											
30,000 - 49,999 บาท	24.99% - 26.99%	27.99%											



Page 1 of 4

ตารางการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ สินเชื่อ KK SME รถคู่แค้น (กรุณารับทราบการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ฉบับนี้ และควรศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขโดยละเอียด ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์)	ชื่อผู้ขายผลิตภัณฑ์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ชื่อผู้ออกผลิตภัณฑ์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ชื่อผลิตภัณฑ์ <u>สินเชื่อ KK SME รถคู่แค้น</u> ชื่อลูกค้า <u>ร. วัชร</u>
1. ผลิตภัณฑ์คืออะไร ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ SME ในรูปแบบเงินกู้ยืมแบบปลอดภาระที่ให้ผู้ประกอบการทั้งในกรณีลูกค้าบุคคลธรรมดา และลูกค้านิติบุคคล โดยใช้รถเป็นหลักประกัน พร้อมทั้งมีการค้ำประกันโดยบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย)	
2. ประเภทเงินกู้ยืม สินเชื่อแบบมีกำหนดระยะเวลา (Term Loan) โดยประกอบไปด้วยวงเงินกู้ และวงเงินสินเชื่อรายสัปดาห์	
3. วงเงินกู้ยืม วงเงินสินเชื่อสูงสุด 3 เท่าของมูลค่ารถยนต์ โดยมีวงเงินขั้นต่ำ 4 แสนบาท และวงเงินสูงสุด 5 ล้านบาท ขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์การให้สินเชื่อของธนาคาร	
4. คุณสมบัติของผู้กู้ยืม	

แนวทางการปฏิบัติสำหรับการเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์

ข้อควรปฏิบัติ

- ✓ ปฏิบัติหน้าที่อย่างขยันขันแข็ง และต้องมั่นใจว่าสายที่โทรเข้าไปไม่ได้เป็นการรบกวนลูกค้า
- ✓ แจ้งชื่อจริงของตนเอง และบอกให้ลูกค้าทราบว่าเราโทรมาจากที่ใด (ชื่อธนาคาร) พร้อมวัตถุประสงค์ในการโทรให้ชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้นการสนทนากับลูกค้า
- ✓ ตรวจสอบว่า ลูกค้าสะดวกในการสนทนาหรือไม่ กรณีลูกค้าไม่สะดวก ต้องรีบขออนุญาตลูกค้าติดต่อกลับไปใหม่ในวัน และเวลา ที่ลูกค้าสะดวก
- ✓ ให้โอกาสลูกค้าที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธการขายและเมื่อลูกค้ายอมรับการขาย จะต้องแจ้งข้อกำหนดและเงื่อนไขต่างๆ ให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน และต้องได้รับการยืนยันจากลูกค้า
- ✓ ระบุ (ชื่อบริษัท) ชื่อตนเอง เบอร์ติดต่อ วัน และเวลา วัตถุประสงค์ ให้ชัดเจนทุกครั้งใน Emails และเอกสารที่ส่งแฟกซ์ให้ลูกค้า
- ✓ ต้องแจ้งลูกค้าทุกครั้ง ลูกค้ามีสิทธิ์เลือกที่จะไม่รับการติดต่อจากธนาคาร โดยติดต่อที่ช่องทาง KK Contact Center โทรศัพท์ 02-165 5555
- ✓ วันและเวลาที่สามารถติดต่อลูกค้าได้คือ วันจันทร์-ศุกร์ 08.00-20.00 น. และ เสาร์-อาทิตย์ 08.00-18.00 น
- ✓ กรณีที่ลูกค้ายังไม่สนใจ สามารถติดต่อลูกค้าได้อีกครั้งภายใน 1 เดือน.

ข้อที่ไม่ควรปฏิบัติ ในการเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์

ข้อที่ไม่ควรปฏิบัติ

- ห้ามสันนิษฐานเองว่าผู้ที่ติดต่อคือเจ้าของบัญชี และเปิดเผยข้อมูลใดๆ ของลูกค้าให้ผู้ติดต่อทราบ
- ห้ามเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว / ข้อมูลบัญชีของลูกค้าโดยไม่ได้ทำการตรวจสอบให้แน่ชัด
- ห้ามแจ้งเรื่องที่ไม่ใช่ความจริง, ทำให้ลูกค้าเข้าใจผิด, อ้อโก้ง หรือหลอกลวง
- ห้ามฝากข้อความที่มีข้อมูลของลูกค้า ไว้ในระบบบันทึกเสียง หรือฝากไว้กับบุคคลที่สาม
- ห้ามติดต่อลูกค้ามากกว่า 1 ครั้งภายใน 1 เดือนสำหรับโปรโมชั่น / แคมเปญเดียวกัน ยกเว้นเฉพาะกรณีโทรเพื่อติดตามลูกค้า และลูกค้ายินยอม เช่น กรณีลูกค้ายังไม่สนใจ ห้ามติดต่อลูกค้าอีกเป็นเวลา 1 เดือน
- ห้ามบิดเบือนวัตถุประสงค์ในการติดต่อลูกค้าเพื่อช่วยในการขาย ทำให้ลูกค้าเข้าใจผิด เช่นขอทำการสำรวจข้อมูลลูกค้าเพื่อการตลาด / แจกของขวัญฟรี เป็นต้น
- ห้ามติดต่อบุคคลอื่น เช่นครอบครัว และ/ หรือ เพื่อนของลูกค้า เพื่อขอข้อมูลติดต่อกับลูกค้า หรือข้อมูลส่วนตัว กรณีไม่สามารถติดต่อกับลูกค้าโดยตรงได้

ขั้นตอนการแจ้งบล็อกหมายเลขโทรศัพท์ Do not call list



Sales Governance (SG)

K.Sureerat Wanthong (คุณเต๋อ) Tel: 0-2680-3872

Email: Sureerat.wan@kiatnakin.co.th

K.Nipaporn Somkid (คุณป๊อ) Tel : 0-2625-5341

Email: nipaporn.som@kiatnakit.co.th

แนวปฏิบัติกรณีลูกค้าไม่พอใจที่ได้รับการติดต่อ

- ให้รีบแจ้งขอภัยต่อลูกค้าที่โทรมารบกวน และขอชื่อเบอร์โทรศัพท์ของลูกค้า
 - กรณีลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลได้ทันทีหรือไม่เกิน 3 วัน
 - แจ้งข้อมูลต่อลูกค้า ธนาคารจะทำการบล็อกหมายเลขโทรศัพท์ให้เสร็จสิ้นภายใน 7 วัน
จากวันที่ได้รับแจ้ง และหลังจากนั้นจะไม่ทำการติดต่อลูกค้าอีกเป็นเวลา 1 ปี
 - กรณีลูกค้าประสงค์จะไม่ให้ธนาคารติดต่อตลอดไป ให้ดำเนินการภายในกำหนดเวลาต่อไป
- ** - หากลูกค้ายังมีความไม่พอใจให้ถือสายรอสักครู่ เพื่อแจ้งให้ Team Manager ดูแลลูกค้า**
- แจ้ง TM ให้รับเรื่องดูแลลูกค้าทันที

กรณีลูกค้าแจ้งข้อมูล เช่น ธนาคารโทรมาหลายครั้ง หรือโทรมาบ่อยรบกวน หรือมีน้ำเสียงที่มีความไม่พอใจที่ได้รับการติดต่อ ขอให้สอบถามความประสงค์ของลูกค้าตามแนวปฏิบัติขั้นต้น

แนวปฏิบัติกรณีลูกค้ามีความประสงค์ให้ธนาคารติดต่อได้

กรณีลูกค้ามีความประสงค์ให้ธนาคารทำการติดต่อได้ (เนื่องจากลูกค้าเคยแจ้งต่อธนาคารให้บล็อกรายชื่อในระบบ (Do not call list)

วิธีการ



ลูกค้าต้องติดต่อมาที่ธนาคารผ่าน Call Center



ลูกค้าต้องแจ้งความประสงค์ให้ธนาคารปลดบล็อกจากระบบ Do not call list และอนุญาตให้ธนาคารติดต่อได้

Market Conduct

การได้มาของข้อมูลลูกค้าถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายใน

1. แบบฟอร์มบันทึกสรุปการขายประจำวัน (Contact Log) (ปรับปรุงโดยการเพิ่ม แหล่งที่มาของรายชื่อลูกค้าที่พิสูจน์ได้ และ ลงนามการตรวจสอบโดย TM)



Contact Log

วิธีการใช้แบบฟอร์ม

- 1.1 ผู้แทนการตลาดบันทึกข้อมูล (ชื่อลูกค้า เบอร์โทรศัพท์ แหล่งที่มาของรายชื่อลูกค้าที่สามารถพิสูจน์ได้) และนำส่งให้กับ TM พร้อมหลักฐานอ้างอิงประกอบแหล่งที่มาของรายชื่อ
- 1.2 TM ตรวจสอบรายชื่อที่บันทึกใน Contact Log และหลักฐานอ้างอิงที่ผู้แทนการตลาดจัดส่งให้
 - 1.2.1 เมื่อพบว่าพิสูจน์รายชื่อได้และถูกต้อง --> TM ลงนามกำกับในรายชื่อนั้นๆ ที่ได้ตรวจสอบแล้ว
 - 1.2.2 เมื่อพบว่าพิสูจน์รายชื่อไม่ได้ และ/หรือพิสูจน์แล้วไม่ถูกต้อง --> TM ไม่ต้องลงนามกำกับในรายชื่อนั้นๆ (ผู้แทนการตลาดต้องนำส่งหลักฐานอ้างอิงจนกว่าจะถูกต้อง TM จึงจะลงนามกำกับได้)
- 1.3 เมื่อ TM ส่ง Contact Log คืนให้กับผู้แทนการตลาดแล้ว ให้ผู้แทนการตลาดโทรเสนอขายผลิตภัณฑ์เฉพาะรายชื่อที่ TM ได้ลงนามกำกับแล้วเท่านั้น และให้ระบุประเภทการติดต่อ ผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอ และผลการติดต่อ

หมายเหตุ : ระยะเวลาในการจัดเก็บ Contact Log และหลักฐานอ้างอิงประกอบแหล่งที่มาของรายชื่อโปรดจัดเก็บไว้เพื่อเตรียมนำส่งให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ ซึ่งจะขอแจ้งให้ทราบในคราวถัดไป

ระบบ 5 การสื่อสารและให้ความรู้พนักงาน

พนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า ได้รับการสื่อสารที่ช่วยให้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการอย่างเป็นธรรม มีความรู้สามารถเพียงพอในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อการให้บริการอย่างเป็นธรรมและนำไปปฏิบัติจริง

มาตรฐานขั้นต่ำ

5.1 การสื่อสารกับพนักงาน

5.2 การฝึกอบรมแก่พนักงานขาย

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- พนักงานตระหนักถึงความสำคัญ มีความรู้ความสามารถ ในการให้บริการอย่างเป็นธรรม



สื่อสารจริงจัง



อบรมสัมฤทธิ์ผล



คัดแยกคุณภาพได้

พนักงานทั่วไป : ความรู้ผลิตภัณฑ์ บทบาทหน้าที่สำคัญ
แก้ไขปัญหาที่พบ อ่านเงื่อนไขกฎหมาย
เฉพาะคนขาย : เทคนิคการขายให้เหมาะสม ถูกต้อง เข้าใจง่าย

ระบบ 6 การดูแลข้อมูลลูกค้า

ข้อมูลของลูกค้าได้รับการดูแลอย่างปลอดภัย คำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการรักษาความลับ การส่งข้อมูลลูกค้าต่อให้ผู้อื่นต้องไม่กระทบความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

มาตรฐานขั้นต่ำ

6.1 การดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

- นโยบาย วิธีปฏิบัติ และระบบงานการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า สอดคล้องและพร้อมรับมือธุรกิจและเทคโนโลยี

(1) อำนาจหน้าที่พนักงานแต่ละระดับที่เมื่อต้องการควบคุมดูแล

(2) การออกแบบ พัฒนา และทดสอบระบบงานให้มั่นคง ปลอดภัย ยืดหยุ่น โปร่งใส ตรวจสอบได้

(3) การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล : จัดชั้นข้อมูล รักษาและทำลายให้เหมาะสม รักษาความมั่นคงของระบบงาน

(4) การควบคุมการเข้าถึงระบบงาน การบริหารจัดการสิทธิให้ปัจจุบัน ติดตามตรวจสอบการเข้าถึงสม่ำเสมอ จริงจัง

(5) ควบคุมดูแลและบริหารจัดการผู้ให้บริการภายนอกหรือพันธมิตรทางธุรกิจ อย่างมีประสิทธิภาพและรัดกุมในการเข้าถึง ให้อำนาจ

- ส่งเสริมอย่างจริงจังให้พนักงานเข้าใจ เห็นความสำคัญ

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- ข้อมูลลูกค้าปลอดภัย



มีสิทธิเท่าที่จำเป็น

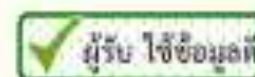


ติดตามการใช้ข้อมูล

- การส่งข้อมูลต่อ ไม่กระทบความเป็นส่วนตัวของลูกค้า (ข้อมูล/รบกวน)



ลูกค้ามีสิทธิเลือก



มั่นใจผู้รับ ดูแลข้อมูลดี/ไม่รบกวน

กรณีจำเป็น



ยกเลิกติดต่อง่าย

กรณีเพื่อการตลาด

ระบบ 6 การดูแลข้อมูลลูกค้า

6.2 การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่น

6.2.1 ก่อนส่งและต่อเนื่อง มีกระบวนการให้มั่นใจได้ว่าผู้รับข้อมูล (รวม Co-brand) สามารถรักษาความปลอดภัยของข้อมูลได้อย่างรัดกุม เก็บข้อมูลลูกค้าเท่าที่จำเป็น และใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้ โดยไม่รบกวนความเป็นส่วนตัว

6.2.2 สำหรับการเปิดเผยข้อมูลให้บุคคลอื่น เพื่อวัตถุประสงค์เพื่อการตลาด (กรณีลูกค้ามีสิทธิเลือก โดยไม่กระทบการพิจารณาให้ผลิตภัณฑ์ แต่ไม่รวมกรณี Co-brand)

- ขอความยินยอมอย่างชัดเจน รูปแบบที่มั่นใจได้ว่าลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเอง และเข้าใจได้ว่าย่ำว่าไม่ใช่เงื่อนไขการใช้ผลิตภัณฑ์ (แยกส่วน มี้อยกว่าไม่มีผลต่อการพิจารณาให้ผลิตภัณฑ์)

- แจ้งวัตถุประสงค์ชัดเจน (เพื่อการตลาด)

- แจ้งรายชื่อผู้รับข้อมูลให้ทราบประกอบการให้คำยินยอม

กรณีในกลุ่มธุรกิจ → อ้างอิงรายชื่อในแหล่งอื่น เช่น Website ได้ (แปลว่า กรณีนอกกลุ่ม ต้องระบุชื่อชัดเจน)

กรณีเพิ่มรายชื่อ (ทั้งในและนอกกลุ่ม) ให้แจ้งลูกค้าทราบล่วงหน้าและเพียงพอปฏิเสธ (เช่น 30 วัน) โดยหากไม่ได้รับการปฏิเสธ ให้ถือว่าลูกค้ายินยอม (สิทธิ opt out)

- แจ้งช่องทางที่ลูกค้าติดต่อเพื่อสอบถามรายชื่อผู้รับข้อมูล และยกเลิกการติดต่อจากผู้รับข้อมูลทุกราย

กรณียกเลิก → ค่าเงินการให้เสร็จสิ้นภายใน 48 ชม. หลังจากรับแจ้ง และหากจำเป็น ต้องดำเนินการไม่ชักช้า โดยไม่เกิน 10 วัน

6.2.3 สำหรับการเปิดเผยข้อมูลให้บุคคลอื่น ที่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์เพื่อการตลาด (ลูกค้าจำเป็นต้องยินยอม มิฉะนั้นผู้ให้บริการจะไม่สามารถให้บริการได้อย่างเป็นธรรมและต่อเนื่อง)

- แจ้งวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน โดยไม่จำเป็นต้องแจ้งชื่อบุคคลผู้รับข้อมูล (ไม่ต้องแยกขอความยินยอม)

การรักษาข้อมูลลูกค้า (Protecting Customer Data)

ข้อควรปฏิบัติ

- ☑ ข้อมูลลูกค้าต้องถูกเก็บล็อกปลอดภัยในระหว่างพัก, พักเที่ยง, ประชุม และหลังเลิกงาน
 - Personal Loan เก็บเพื่อตามงานได้นาน 30 วันเท่านั้น
 - SME / Home Loan เก็บเพื่อตามงานได้นาน 30 วันเท่านั้นหากถึงกำหนดแล้วยังไม่สามารถส่งงานได้ให้ติดต่อลูกค้าเพื่อขออนุญาตทำลายเอกสารหรือให้ Support ส่งคืนให้กับลูกค้า ทางไปรษณีย์ตอบรับต่อไป หรือทีมบริหารการขายคืนเอกสารให้กับลูกค้า โดยให้ลูกค้าลงนามทราบการคืนเอกสาร
- ☑ ข้อมูลลูกค้าต้องถูกทำลายตามขั้นตอนอย่างเหมาะสม หัวหน้าทีมต้องหมั่นดูและและสุ่มตรวจเช็คในการทำลาย เอกสารข้อมูลลูกค้า
- ☑ เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบข้อมูลต่างๆ ต้องมีระบบล็อก Password เพื่อป้องกันการใช้ที่ไม่ได้รับอนุญาต

ข้อที่ไม่ควรปฏิบัติ

- ห้ามนำกระดาษที่มีข้อมูลลูกค้ามาใช้ใหม่
- ห้าม Copy / print out ข้อมูลลูกค้าโดยไม่มีเหตุผลที่สมควร
- ห้ามแชร์ Password กับคนอื่นโดยเด็ดขาดทุกกรณี
- ห้ามดูข้อมูล เครื่องคอมพิวเตอร์ของหัวหน้าทีมหรือแอบใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ของหัวหน้าทีมเด็ดขาด

ระบบ 7 การแก้ไขปัญหาและจัดการเรื่องร้องเรียน

การแก้ไขปัญหา จัดการเรื่องร้องเรียน ซดเซยเยียวยา ของผู้ให้บริการมีความชัดเจน รวดเร็ว เป็นอิสระ มีประสิทธิภาพ และยุติธรรม

มาตรฐานขั้นต่ำ

7.1 การรับและดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน

7.2 การดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

7.3 การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนซ้ำ

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- ลูกค้าได้รับการดูแลหลังการขายที่เป็นธรรม



แก้ไขปัญหารวดเร็วมีคุณภาพ



ซดเซยเป็นธรรม



เข้าถึงช่องทางได้ง่าย

- ผู้บริหารเข้าใจปัญหาและแก้ไขจริงจัง



ข้อมูลครบถ้วน



วิเคราะห์ต้นตอ



แก้ไขจริงจัง

ระบบ 8 การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน

การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีกระบวนการ ระบบควบคุม และการตรวจสอบการปฏิบัติงาน ที่คำนึงถึงการให้บริการอย่างเป็นธรรมอย่าง ไร้อคติ ตรวจสอบความเสี่ยงและควบคุมเพื่อป้องกันการเกิดความเสียหายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรฐานขั้นต่ำ

8.1 การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ

8.2 การป้องกันและจัดการความ
ขัดแย้งทางผลประโยชน์

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- ควบคุมสัมฤทธิ์ผล ลูกค้าได้รับบริการที่เป็นธรรม



ควบคุมไร้อคติ



ตรวจปัญหาได้ไว



แก้ไขทันที่

ระบบ 9 การปฏิบัติงานและ BCP

การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีระบบปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยง และแผนรองรับการปฏิบัติงาน ทั้งกรณีปกติและกรณีเหตุฉุกเฉินที่เชื่อมั่นได้ว่าคำสั่งหรือความต้องการของลูกค้าได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ลูกค้าได้รับการบริการอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรม

มาตรฐานขั้นต่ำ

• ระบบปฏิบัติการ

- จัดทำคู่มือและ check list จัดอบรมการปฏิบัติตามคู่มือ
- กรณีที่ใช้ระบบ IT ต้องคำนึงถึงความเสี่ยงต่าง ๆ ได้แก่ ความมั่นคงของระบบ ความปลอดภัยของข้อมูล การพัฒนาโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานต่างๆ
- มีการบันทึกหลักฐานการทำธุรกรรมเพื่อคุ้มครองทั้งผู้รับบริการและให้บริการ โดยต้องไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการ (CCTV)

• BCP

- กำหนดแผนงานรองรับกรณีเหตุฉุกเฉิน หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ ต้องมีวิธีสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจ ทั้งก่อน ขณะ และหลังเกิดเหตุ
- ทดสอบแผนงาน และทบทวนและปรับปรุงให้ทันสมัย

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- ระบบงาน/ระบบปฏิบัติการดี ลูกค้าได้รับการดีและเป็นธรรม



มีประสิทธิภาพ



ปลอดภัย



ต่อเนื่อง