

新时期电力企业营销业扩报装面临的问题及应对策略

付乾龙 胡强

(国网重庆市电力公司长寿供电分公司 重庆长寿 401220)

摘要: 电力能源是我国生产、生活方面应用的主要能源之一。随着现代化建设持续化发展,电力企业得到迅速发展。在新时期,电力企业在营销业务扩大报装方面面临一系列挑战。文章从实际出发,以电力系统营销业扩报装面临的问题为研究对象,总结问题成因,并针对性提出解决策略。旨在为电力企业提高在激烈市场环境中的竞争力,以及满足消费者日益增长的环保和技术需求提供更多参考。

关键词: 电力企业; 营销业; 扩报装; 问题; 应对策略

引言: 随着社会经济的不断发展和技术的飞速进步,电力行业的竞争愈发激烈,而消费者对于能源的需求和期望也在不断演变。在这个背景下,电力企业在拓展业务、提升报装效率等方面遇到了一系列亟待解决的问题,如市场竞争、环保压力、技术要求等,针对上述问题,提出切实对策,可以助力电力企业更好适应时代发展趋势。通过深入研究和科学应对这些问题,电力企业将能够在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现可持续的业务增长和客户满意度的提升。

1 电力营销业扩报装概述和特点分析

1.1 概述

电力营销业扩报装是指电力企业通过各种手段和策略,积极推动和拓展用户的电力报装服务。这一过程涉及电力企业向新用户提供电力服务,包括设备安装、接入电力网络等一系列操作,旨在满足日益增长的电力需求、拓展市场份额、提高企业盈利能力。

1.2 特点分析

具体来看,其具备以下几方面特点:第一,受到市场需求驱动。电力营销业扩报装是基于市场需求的响应。随着经济发展和社会进步,电力需求不断增长,电力企业需要通过扩大报装服务来满足市场的不断扩大的需求。第二,随技术升级持续化优化且智能化水平不断提升。随着科技的进步,电力企业在报装过程中逐渐引入先进的技术和智能化手段,如智能电表、远程监控系统等,以提高服务的效率和便捷性。第三,业务拓展呈现多元化。电力企业不仅仅关注传统的电力供应,还倾向于通过扩报装服务来拓展多元化业务,包括可再生能源、能效管理等领域,以降低业务的风险和提升盈利能力^[1]。

2 新时期电力企业营销业扩报装面临的问题

随着现代化建设持续推进,我国各行各业得到迅速发展,此时电力作为重要能源之一,发挥不可忽略的作用。电力企业作为供电的载体,为了满足用户电力需求,不断借助现代化技术、先进管理理念等优化传统模式。电力得到广泛应用过程中,营销业务扩展成为现实。营销业扩报装作为重要业务之一,得到广泛关注。从实际来看,其现阶段主要面临以下几方面问题。

2.1 申请阶段存在的问题

电力营销业扩报装的持续化开展对企业经济效益提升具有重要意义。随着时代发展,传统的用电模式已经难以满足时代需求,为了更好地适应现代人生活方式,业扩报装业务得到快速发展。但从实际来看,在业扩报装业务申请阶段,往往会受到多种因素干扰,从而影响企业经济效益。如信息不透明。部分报装流程和所需文件阐述不明确,导致用户无法精准确定所需材料;审批周期过长。报装业务审批周期较长,往往需要等待一段时间才能得到回复,较为耗时耗力;存在地区差异性。不同地区电力企业报装政策存在差异,相关标准也存在一定差异性,导致用户在申请时面临更多挑战。

2.2 施工质量方面的问题

目前我国部分电力企业仍存在营销业扩报装工程施工质量差的问题。这一问题的存在也是影响效率和经济效益的重要因素。具体来看,业扩报装方案制定存在缺陷,导致在施工时面临压力;设计图纸和施工现场实际情况存在不契合问题。设计图纸是科学开展施工的关键,施工现场实际情况会影响施工设计图纸的可行性,因此,在设计图纸过程中,需要结合现场实际情况进行思考,但实际上存在忽略现场具体情况,盲目设计图纸的现象,或者图纸设计理想化的情况,这均容易导致图纸出现难以达成目标的问题。

2.3 供电方案方面的问题

供电方案设计是其中的一项关键环节。从现实来看,虽然已经形成较为完善的管理制度和流程,但由于多种因素干扰仍存在不足之处。如缺乏完善的监督管理体系,导致制定的管理制度、流程难以百分百执行,实施效果较预期存在差异;部分员工责任心较差,在工作中持有敷衍、忽略态度,导致制度和流程等难以规范施行;工作存在漏洞,由于多种因素影响,存在失误情况,如相关资料收集不完善、没有按照标准流程设计供电方案等。上述几种情况,均会导致供电方案难以满足需求^[2]。

2.4 业务报装流程的问题

电力企业营销业扩报装流程实施效果于电力用户的满意度存在直接联系。目前可能存在问题如下:第一,业务流程过于复杂繁琐。申请、审批等环节耗时较长,导致整体流程复杂;第二,信息传递不畅。不同环节之

间信息传递存在不畅情况,容易出现信息丢失或者申请延误情况;第三,智能化水平较低。虽然现阶段,智能化技术不断应用,但仍存在漏洞,如自动化审批存在疏漏、智能设备调度不够流畅等。上述问题均会影响报装流程实施效果。

2.5 制度条例落实方面问题

随着我国电力营销体系不断发展,营销业扩报装业务在长期实践中,积累了大量的经验。依据相关经验,也业扩报装相关的制度条例不断增加,管理制度体系日益完善。目前业扩报装工作涉及的相关制度条例以《国家电网有限公司业扩报装管理规则》及《供电营业规则》为主。上述制度条例为业扩报装工作提供规范化指导。但实际上,部分工作人员并未严格按照制度条例规定开展工作;缺乏完善的监督反馈机制,导致用户难以高效表达需求;工作人员服务意识不到位,对制度条例了解不透彻等,作者均导致用户服务满意度下降^[1]。

3 应对策略分析

3.1 加强对营销业扩报装申请环节的管控

在新时期,电力企业在营销业务扩报装申请阶段可能面临些许问题干扰,为了有效解决这些问题,加强环节管控是可行措施。具体来看,重视申请阶段管理,对受理环节、方案确定环节、审查环节等进行系统化整理,并借助现代化技术,简化申请流程,提高用户提交申请的便捷性。并在官方平台,发布完善、清晰明了的报装指南,其中明确说明申请流程、所需资料和注意事项等,便于用户顺利完成申请。另外,强化信息透明度,建立信息反馈机制,可以提升用户满意度。并尽可能构建标准化申请流程,从而降低地区差异性的负面影响。通过上述措施,提升管控全面性和科学性,对保证申请顺利完成有积极意义。

3.2 提升业扩报装工程施工质量的关注度

在新时期,提升电力企业营销业扩报装工程施工质量的关注度是至关重要的。首先,制定完善的施工标准化流程,确保施工过程合规合理,并将注意事项、操作规范等编制成操作手册,确保涉及人员人手一本,可以显著提升施工质量。其次,加强施工人员培训,确保其具备必要的技能和知识。定期进行培训更新,以适应新技术和标准的变化。同时,引入先进技术和设备,提高施工效率和质量。最后,构建完善的质量监控体系,包括实地巡检、抽查和检测。设立独立的质量监控团队,对施工质量进行全面监管。通过上述措施,电力企业可以有效提升营销业扩报装工程施工质量的关注度,确保用户得到安全、高效、质量可靠的报装服务。

3.3 遵循科学原则保障供电方案设计质量

在新时期,针对电力企业营销业扩报装面临供电方案设计质量的问题,可以采取以下措施进行应对:第一,从用户需求和科学原则角度出发,充分考虑用电负荷、设备技术及用户用电量等信息,从而保证设计方案的科

学性和可行性。第二,灵活应用现代化技术工具,借助电力系统仿真软件、智能电网技术等,辅助设计供电方案,可以有效提升设计准确性。第四,构建设计质量评估体系,对设计方案进行包括可行性分析、安全性评估、经济性评估在内的全面评估,是确保设计满足需求的关键。通过上述措施,供电方案设计质量得到保障^[4]。

3.4 从用户需求出发简化业扩报装流程

简化业扩报装流程、提升用户满意度,也是保障营销业扩报装实施的可行措施。第一,对用户需求进行调研,收集用户反馈,以便根据实际需求进行流程优化。第二,简化申请材料,减少冗余的文件和步骤。灵活运用数字化技术,为用户提供便捷化的材料提交渠道。第三,提供在线申请和审批系统。通过营造透明化的报装流程,支持用户实时在线审批,缩短审批流程周期。第四,打造一站式服务平台,确保用户可以在同一平台上完成所有业务操作,提高用户体验。从用户需求角度出发,真正对报装流程进行简化,这可以有效提升用户满意度。

3.5 重视制度条例落实、建设反馈机制

在应对新时期电力企业营销业扩报装面临的问题时,重视制度条例的落实和建设反馈机制是可行策略。首先,构建完善的制度条例,保持动态化调整意识,结合实际需求和积累经验,对制度条例进行系统化调整;其次,对相关人员进行培训,引导其清晰认识到制度条例的重要性,确保其自觉遵循制度条例;最后,构建监督机制,负责对各环节执行情况进行反馈,并设置用户反馈渠道,鼓励用户对制定执行提出意见,并设置完善的奖惩机制,通过物质奖励和精神奖励等吸引员工积极服务用户。通过上述措施,可以有效提升管理效能,树立企业良好形象^[5]。

结语

新时期,电力企业在营销业扩报装方面面临诸多挑战,通过系统化分析,电力企业可以更好在竞争激烈的市场中实现稳步前行。文章结合电力营销业扩报装概念进行思考,着重分析存在的五方面问题,并针对性提出应对策略,可以显著提升电力企业竞争实力,促使其更灵活应对市场挑战。

参考文献:

- [1]程建翠.电力系统的业扩报装流程分析[J].集成电路应用,2023,40(7):170-171.
- [2]曹玲.供电营销客户全方位业扩报装质量提升策略[J].现代工业经济和信息化,2022,12(9):161-162.
- [3]廖莎.电力系统业扩报装全流程精细化管理[J].集成电路应用,2021,38(9):92-93.
- [4]李聪聪,郑晓唯.影响电力业扩报装速度的因素及解决策略[J].价值工程,2019,38(22):112-114.
- [5]卢亚梅.电力营销业扩报装管理方略解析[J].中国新通信,2019,21(15):132-133.