

新时代服务理念在提高电力营销服务管理水平中的应用

上官敬尧

(国网福建省电力有限公司石狮市供电公司 福建泉州 362000)

摘要：随着各地区社会经济的不断发展和电力需求的不断增长，电力营销服务管理的重要性逐渐凸显。如何优化电力营销服务质量，满足用电客户需求，提高用电客户满意度成为当前电力行业的一个重要问题。新时代服务理念的应用，有望在增强电力营销服务管理水平中发挥重要的作用。

关键词：电力营销服务管理水平；服务理念；新时代

引言

电力营销服务管理是决定电力单位是否能够长远发展的重要工作内容，优质的电力营销服务可大幅提高单位用电客户购电频率、增长客户用电需求，为用电客户带来良好的服务体验，为单位树立良好的形象，对于促进电力单位的发展具有重要意义。进入新时代后，民众对社会服务的要求在不断地提高，因此根据民众当前实际需求，构建新时代服务理念，并以此作为基础对电力单位电力营销服务管理水平进行改革，可对电力单位的发展起到积极地推动作用。

1、电力营销服务管理应用服务理念的重要意义

1.1 提升用电客户满意度

服务理念在电力营销服务管理中的应用有助于提高用电客户满意度。以用电客户为中心的服务理念意味着电力单位将更加关注用电客户的需求和体验，通过提供优质、高效、便捷的服务，满足用电客户的日常需求。这不仅可以增强用电客户的忠诚度，还可以通过口碑传播吸引更多新用电客户前来购电。

1.2 优化服务流程

新时代服务理念在电力营销服务管理中，还可用来优化服务流程。以流程为导向的服务理念强调，客服人员对自身服务流程持续地进行改进和优化，以提高服务效率和质量。通过对服务流程的简化、标准化和自动化改进，单位可以为用电客户提供更快速、更便捷、更优质的服务体验。

1.3 增强职工服务意识

服务理念在电力营销服务管理中的应用有助于增强职工的服务意识。以职工为中心的服务理念强调，电力单位管理层对职工进行关注和尊重，通过培养职工的服务意识和技能，可以优化职工的服务质量和效率。这种服务理念也强调职工的参与和团队合作以形成积极向上的服务氛围。

1.4 提高单位竞争力

步入二十一世纪之后，各地区电力企业、机构层出不穷，在激烈的市场竞争中，优质的服务是电力单位赢得用电客户和市场份额的关键。通过引入先进的服务理念和模式，单位可以不断提高自身服务水平，从而在激烈的客户竞争中保持领先地位。

2、现有电力营销服务管理中服务理念特点

2.1 以用电客户为中心

电力营销服务始终以用电客户的需求为出发点，客服人员务必要从用电客户的角度出发，提供满足其需求的服务。这种以用电客户为中心的服务理念贯穿于电力营销服务的整个过程中，从售前咨询、售中服务和售后维护，都致力于为用电客户提供优质的服务。

2.2 诚信服务

诚信是电力营销服务的基本原则。在服务过程中，电力单位承诺做到诚实守信，不欺骗用电客户，不隐瞒信息，始终以用电客户的利益为重。客服人员可通过诚信服务建立与用电客户之间的信任关系，增强用电客户的满意度和忠诚度。

2.3 专业服务

电力营销服务团队通常具备专业的知识和技能，能够为用电客户提供专业的服务。无论是售前咨询还是售后服务，都能凭借专业的知识和经验，帮助用电客户解决实际问题。客服人员通过专业服务，进而赢得用电客户的信任和尊重。

2.4 高效服务

电力营销服务注重效率，追求高效服务。在服务过程中，电力营销服务部门通过优化流程、提高工作效率等方式，尽可能缩短用电客户的实际等待时间，提高用电服务响应速度。高效服务不仅可以增强用电客户的满意度，还能提升电力单位的市场竞争力。

2.5 增值服务

电力营销服务不仅满足于提供基本的电力服务，还致力于为用电客户提供增值服务。客服人员通过深入了解用电客户的需求，提供个性化解决方案，协助用电客户降低成本、提高效益。增值服务是电力营销服务的一大特点，也是电力单位提升竞争力的重要手段。

2.6 持续改进

电力营销服务要谨记始终关注用电客户的反馈和意见，不断改进自身服务质量。管理层通过对服务流程进行持续优化和服务标准的不断完善，提高电力营销服务的水平和效率。电力单位还注重从用电客户的反馈中获取有价值地信息，用于改进自身配电速率服务，以满足未来市场的需求。

2.7 协同合作

电力营销服务往往需要与其他部门和单位协同合作,共同完成工作任务。这种协同合作的理念要求电力单位与相关部门保持密切的沟通和协作关系,共同为用电客户提供优质的服务。通过协同合作,电力单位可实现资源共享和优势互补,进而提高整体服务水平。

3、现有电力营销服务管理服务理念应用存在的问题

3.1 营销意识不强

现当下,虽说国内各地电力营销工作处在一个高速发展的阶段,但是在目前情况下,部分电力营销客服人员的市场服务意识还不能与当前电力市场营销需要相适应,并且该部分客服人员竞争意识还不够强。这使得电力单位营销人员、客服人员对市场竞争的真实意义认识不清,缺乏对市场的正确认知。在电力销售工作中,如果不能有效地提升客服人员对市场服务的了解,就会制约到电力单位的健康发展。

3.2 缺乏对信息安保的管理

因特网的互联、开放特性使智能化电力营销服务管理面临着很大的安全隐患,这也是二十一世纪融媒体服务管理中常见的一个重要问题。在网络环境中,电力单位虽然能够迅速地获得用户和市场上的信息资源,但倘若自身数据和信息的安全性存在漏洞,且不注重、不加强对数据和信息进行安全管理,那么当销售服务中的数据资料被泄露或者被盗取的时候,就会对电力单位的发展产生直接影响。在一些偏远地区,由于经济不发达,该地区电力单位在营销服务平台建设之后便不进行后续维护,这使得营销业务中存在着对销售业务数据信息管理不足等问题,且其管理方式也比较简单,与信息化建设的需求存在较大距离,这就为市场营销中客户信息安保工作埋下了巨大风险。

3.3 电力市场营销体制尚待完善

对电力单位来说,只有建立完善的服务体系,才能更好地发挥电力营销的各种功能,才能与电力营销服务相适应。从当前市场环境来看,部分电力单位在市场营销服务方面还存在着一个问题,那就是没有建立健全的服务机制。而且因为机制不够完善,很多时候上级虽然有很好的服务管理部署和安排,但是在执行的时候,客服人员却没有得到很好地贯彻。该部分电力单位客服人员在平时工作中,缺乏规范化、标准化的工作流程,他们的工作执行力也无法得到保障,这对电力营销服务工作的的发展是不利的。

4、电力营销服务管理服务理念应用优化路径

4.1 树立新时期服务意识

在电力单位中运用先进的新时期服务理念,不仅可以增强电力单位的发展动力,还可以推动区域工业经济发展。各地区电力单位务必要把新时期服务理念和电力营销服务管理结合起来,在单位内部建立起新时期服务管理系统,通过定期的培训,使每位职工都能完全理解新时期服务理念的用途,并按照这种思想来改革单位内

部电力营销服务体系,从而达到电力单位的信息化建设水平。客服人员在为客户服务的过程中,要保持一种严谨的态度,一方面是在与用电用户的通话过程内,不能用太过肯定的字眼,也不能太过夸大,这样才能让用电用户信任,不会引起输配电方面的误解;另一方面是,客服人员在和用电用户沟通之时,要尽可能地和颜悦色,在介绍输配电业务的时候务必要表现出专业素养^[1]。

4.2 完善供电服务体系

要完善电力市场服务体系,那么管理层就必须围绕电力市场的每一个环节、每一个节点做好电力市场服务工作计划,并将其作为一种长期工作方式,以达到最终市场营销服务目标。在具体实施过程中,管理层要从整个供电服务机制的总体组成出发对供电服务体系进行规划与重构。电力市场销售人员要与电力消费者进行很好地联系与沟通,及时地得到用户对他们的反馈意见和需求,并对他们进行适当地服务。另外,供电部门要将用电客户的需求与问题进行合理地归类,然后针对性地进行处理,确保能够在最短时间内得到解决,让用电客户舒心、满意^[2]。

4.3 加强服务营销信息化建设

现如今,全国各行业信息化发展速度都在与科技水平同步,社会各行各业的运营运转均离不开信息化建设^[3]。电力单位应该跟上时代的步伐,在电力营销工作中,将信息化应用到电力营销工作之内,使客服人员自身的服务营销质量得到提高。客服人员要藉由资讯的有效普及,达成应用于服务行销体系,获取资讯共享服务管理体系的红利,让自身服务行销工作品质得以提升。电力单位通过持续改进信息化应用,制定出一套科学、合理的服务营销工作管理体系,促进电力市场的平稳、快速过渡^[4]。

结束语

随着电力工业的持续发展,用户对用电满意度要求越来越高,故而电力市场日常经营管理内容也越来越重要。电力单位要主动运用新时期服务观念,重视并了解用电用户的需要,对服务的内容与步骤进行优化,提升服务质量与品位,以满足用电用户的多样化需要。只有这样,才能使电力单位在新世纪供电服务大潮中取得更优成就。

参考文献:

- [1]郭亚琪,侯本辉,张勤等.提高电力营销服务管理水平中新时期服务理念的应用[J].中外企业文化,2023,(04):79-81.
- [2]戚家伟,刘婧一,王坤等.新时期服务理念在提高电力营销服务管理水平中的应用[J].质量与市场,2022,(19):196-198.
- [3]陈燕鹏.新时期服务理念在提高电力营销服务管理水平中的应用[J].经营管理者,2020,(11):94-95.
- [4]汪建平.贯彻新发展理念为新时代能源电力发展提供高质量服务[J].国资报告,2018,(08):29-31.