

电力优质服务在营销中的作用和创新应用

官婷婷

重庆市广汇供电服务有限公司江津分公司 重庆 400015

【摘要】电力营销作为电力企业的重要组成部分，在当前市场环境下，电力企业面临着更加严峻的市场竞争形势，电力企业需要通过对营销策略的创新来实现自身的发展，这就需要电力企业从自身出发，不断提升优质服务水平。基于此，本文将阐述电力营销的重要性，分析电力优质服务在营销中的作用，并对其中的创新应用进行探讨，以期能够最大程度上的提高电力优质服务的水平。

【关键词】电力；优质服务；营销作用；创新应用

引言

随着我国经济社会的快速发展，我国的电力市场也在不断的扩大，这就使得电力企业在市场中所处的竞争也越来越激烈，同时，随着我国经济社会的快速发展和人们生活水平的不断提高，对电力产品的需求也在不断增长，这就使得电力企业在不断发展与壮大的同时，也面临着更大的挑战。电力企业在面对市场竞争时，除了要加强自身业务能力水平之外，还需要加强自身服务水平和质量，只有这样才能实现企业发展目标。随着电力体制改革的不断深入以及市场经济体制的日益完善，电力企业也面临着更为严峻的市场竞争环境，这就对电力企业提出了更高标准和要求。

1 电力营销的重要性

电力营销是指电力企业在市场中为满足用户的用电需求而开展的一系列工作，其主要内容包括了：电力产品的销售、电费回收、客户服务以及市场信息反馈等，而电力营销的开展则能够使电力企业实现经济效益最大化，其主要原因有以下几点：首先，电力营销能够提高电力企业的市场竞争力，在激烈的市场竞争中，如果企业自身没有竞争力，就会逐渐被市场所淘汰；其次，电力营销能够为电力企业带来更多的经济效益，电力营销主要是通过对电力产品进行销售来实现利益最大化的一种途径；最后，电力营销还能够帮助电力企业提高自身在市场中的形象，当电力企业具有较强的市场竞争力时，不仅能够吸引到更多用户的青睐，还能够为其赢得更多的客户，这也是提高电力企业市场竞争力的一种有效途径。因此，电力营销在市场竞争

中具有非常重要的意义，在电力企业经营管理过程中要加强对它的重视。

2 电力优质服务在营销中的作用

2.1 提高客户满意度

在当前激烈的市场竞争环境下，电力企业需要不断增强自身的核心竞争力，为客户提供更好的服务。同时，在当前市场经济发展的背景下，电力企业需要不断提高自身的服务质量，通过优质服务来吸引客户。一方面，电力企业应该加强与客户之间的沟通与交流，所以电力企业在进行电力营销时，应及时了解客户对电力服务的具体需求，并根据这些需求对电力服务进行创新与优化，例如在实际工作中，可以通过线上线下相结合的方式向客户提供优质服务。另一方面，电力企业需要加强自身营销人员的业务素质与专业技能水平，同时还需要对其进行定期培训与考核，以此来确保营销人员的业务水平符合客户的实际需求，并让其在工作过程中能够严格按照相关规定来进行电力营销工作。此外，还需要对营销人员的服务态度进行及时检查与监督，保证其能够在日常工作中以优质的服务来满足客户的需求，从而提高客户的满意度。

2.2 增强企业竞争力

在电力企业市场竞争日益激烈的形势下，电力企业若想市场竞争中占据有利地位，必须从优质服务入手，以提高客户满意度为基础，强化自身核心竞争力，才能在市场竞争中获得更大的生存空间。首先，电力企业应将“以人为本”的服务理念贯彻到实际工作中去，让客户感受到企业的优质服务，建立起良好的客户关系；其次，电力企业

应坚持“以客为尊”的经营理念，不断完善自身服务体系建设，强化各项基础工作能力；最后，电力企业还应始终坚持“以服务为中心”的原则，通过提升自身综合实力与竞争力，从而获得更大的发展空间。除此之外，电力企业还应不断强化自身营销管理水平，以优质服务为基础，为客户提供更加全面、优质的服务，不断满足客户需求，同时还应积极响应国家相关政策，加大对新能源项目的投入力度，提高电力资源利用率，推动社会经济发展，从而不断地增强企业竞争力。

2.3 优化资源配置

在电力营销过程中，优质的服务可以促进企业与客户之间的有效沟通，从而帮助企业更好地了解客户的需求，并对此进行合理的规划，进一步提高电力企业的工作效率，在一定程度上可以优化资源配置。一方面，电力企业需要对自身进行不断完善与改进，提升自身的服务质量，加强与客户之间的沟通和交流，从而将服务做得更加到位，使客户能够在第一时间了解到企业所提供的优质服务。另一方面，电力企业需要根据不同客户的需求对其进行合理规划，以实现资源利用最大化、效益最优化。与此同时，在服务过程中，电力企业需要对自身的服务理念进行创新，做到与时俱进，及时了解客户的需求变化，并对此进行分析和研究，以便更好地对资源进行合理的配置，从而更好地适应市场变化，以此进一步提高工作效率。

2.4 提升运营与维护效率

在电力营销活动中，要想提升营销活动的效率，就需要开展优质服务，这不仅可以为用户提供更加优质的服务，也能够有效提升运营效率。由于电力营销是一项系统性工作，在开展优质服务过程中，需要借助管理、技术等手段来提升整体的工作效率。与此同时，为了更好地提升运营与维护效率，在开展优质服务过程中，工作人员要对服务意识进行强化，从而在为用户提供优质服务的过程中，能够更好地促进工作人员的专业技能与综合素质提升，进而在为用户提供优质服务的过程中，也能够促进自身综合实力的提升。

2.5 优化电力营销优质服务的管理

为了优化电力营销优质服务的管理，相关工作人员应该在日常工作中不断地加强自身的业务能力，确保能够对营

销中的各个环节进行监督管理，并将相应的信息反馈给企业。在这个过程中，工作人员需要不断地提升自身的服务意识，能够主动为客户提供相应的服务。同时，相关工作人员还需要将客户的需求及时反馈给相关部门，并将其作为电力营销服务的主要目标和方向。除此之外，电力企业还需要做好内部员工培训工作，使员工能够不断地提高自身的综合素质与能力，并能够积极主动地为客户提供优质服务。

3 电力优质服务在营销中的创新应用

3.1 建立营销管理信息系统

在当前的电力营销工作中，为了更好地开展各项工作，需要在科学管理的基础上，建立电力营销管理信息系统，以实现对各种电力营销活动的有效管控，通过该系统对电力企业的各项资源进行科学合理地分配和利用，将管理信息系统所包含的信息进行分类和分析，从而能够更好地把握企业发展方向和决策。同时，在此过程中，也需要利用互联网技术进行实时监控和管理，将电力企业在营销活动中所遇到的各类问题进行及时地反馈和解决，从而能够为用户提供更加优质、高效的服务。在实际开展营销活动时，还需要不断加强与客户之间的沟通和交流，从而能够更好地了解用户的需求。此外，通过建立营销管理信息系统，能够实现对企业相关信息的全面收集，并在此基础上，对企业所开展的各项营销活动进行合理地评价，从而能够实现对电力营销工作质量和效率的有效提升，并为电力企业带来更多的经济效益和社会效益。

3.2 提供个性化服务方案

在当前电力企业的营销过程中，市场竞争较为激烈，企业要想获得更多的市场份额，就需要在营销过程中提供个性化服务，并且根据不同客户的需求进行差异化的服务。个性化服务是一种以客户为中心的服务理念，是以客户需求为导向，在营销过程中不断挖掘客户需求，并对不同类型客户制定个性化的服务方案。通过对客户的差异化需求进行分析和研究，针对不同类型的客户提供针对性的服务方案，将服务内容细化到具体的业务流程中，提高客户满意度和忠诚度，例如：在客户办理用电业务时，对电力企业工作人员进行系统培训和知识普及，可以提高工作人员在办理用电业务时的效率。与此同时，在营销过程中，电

力企业还可以通过开展营销活动、线上互动等方式,将客户的用电需求进行记录和分析,从而为客户提供针对性的用电服务方案,并且针对不同类型的客户制定差异化的用电服务标准,从而提高客户对电力企业的忠诚度。

3.3 智能服务平台建设

电力企业在营销服务过程中,应当利用现代化的科学技术,建立智能服务平台,以便及时对客户的反馈进行处理,有效提升工作效率。智能服务平台建设的主要内容包
括:一是根据实际情况建立客户档案,分析客户信息;二是建立电力系统模型,将客户与电力企业之间的关系进行全面分析;三是完善客户服务中心体系,通过信息技术和系统搭建平台,实现与用户的直接沟通。与此同时,智能服务平台的建设具有多项功能,包括:一是对于用户信息进行准确记录和管理;二是对于电力系统模型进行优化和调整;三是对用户信息进行分析与处理;四是实现供电企业与客户之间的实时沟通。

3.4 建立服务跟踪与反馈机制

电力企业在提供优质服务的过程中,不仅需要实现对传统服务模式的改进,还要建立完善的服务跟踪与反馈机制,以提高客户对电力企业工作的满意度,促进电力企业更加高效地完成工作任务,从而保证电力企业的发展。

(1) 对于供电服务问题,在电力企业与用户之间建立“供电服务直通车”,对于用户反映的问题进行实时反馈,确保供电企业能够第一时间对用户的问题进行解决;

(2) 建立客户诉求处理机制,保证所有的客户诉求能够在最短的时间内得到解决,在问题处理完后,对结果进行回访,保证服务质量;

(3) 对工作人员进行考核,对于服务质量好、服务态度好的员工予以表扬奖励,对于服务质量差、服务态度不好的员工予以批评处分;

(4) 在供电企业中建立客户评价体系,利用客户评价系统对客户进行评价,以此来了解客户对供电企业工作的意见和建议。

3.5 强化市场调研和预测

在电力营销中,要重视市场调研和预测工作,及时掌握客户需求、产品需求等变化情况,并对市场进行分析,为企业开展营销活动提供必要的参考依据。同时,电力营

销人员还要具备一定的预测能力,能够利用相关数据对未来一段时间内的用电情况进行预测,并制定相应的应对措施,确保企业的正常经营。在实际工作中,电力企业还要关注客户用电情况变化对企业带来的影响,可以通过调整相关技术参数等措施来保证企业生产活动的顺利进行。

同时,电力企业还要加强市场调研工作,及时了解和掌握客户用电需求变化情况以及对电力服务质量的影响,制定合理的应对措施。此外,电力企业还要加强与政府部门的沟通,了解政府对电力企业的相关要求,结合企业实际情况,制定科学合理的营销方案,为客户提供更优质、更专业的服务,从而保证客户用电需求得到有效满足,实现企业的长远发展。

4 结束语

总而言之,随着社会经济的不断发展,电力企业在发展过程中也面临着更多的挑战和机遇,这就需要电力企业在市场中能够及时的转变观念,能够主动的适应市场发展,能够积极的投入到电力营销工作中,能够以市场为导向,创新服务理念,以客户为中心,提高电力企业在市场中的竞争实力。同时,需要电力企业加强自身管理,提高服务水平,提高服务质量,从而为企业在市场中的长远发展打下良好的基础。

参考文献:

- [1] 任梦祯,孙郁东.企业电力营销中优质服务的提升与创新分析[J].企业改革与管理,2023(15):42-43.
- [2] 戚家伟,刘婧一,王坤,刘峥,魏爽.新时代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] 惠钰.新形势下如何做好电力企业电力营销及优质服务[J].商讯,2020(35):112-113.
- [4] 裴蕾,孟凡杰,樊宇,钟晓晨.电力市场营销的新观念以及优质服务的应用效果探讨[J].中国市场,2019(23):136-139.
- [5] 郭薇.浅析新形势下如何做好电力企业电力营销及优质服务[J].价值工程,2019,38(20):86-88.

作者简介:

官婷婷(1985.2—),女,汉族,重庆北碚,本科,助理工程师,研究方向:电力营销。