

# 电力营销服务质量优化途径研究

张春艳 张恩玮

国网四川省电力公司大英县供电分公司 四川遂宁 629300

**【摘要】**伴随着社会和经济的发展,我国的整体经济水平也在提高。在电力企业的发展和运营过程中,电力市场营销是一个非常重要的工作,将极大地影响到电力企业的竞争能力。新形势下,电力资源大幅度提升了需求量,更加需要做好营销服务,以保障电力经营目标的顺利达成,为电力企业发展提供必要条件。本文主要分析了电力营销服务质量的重要性、电力营销风险和不足,以及提高电力营销服务质量的具体途径,希望能够为营销服务质量的优化和电力企业的精细化管理提供借鉴。

**【关键词】**电力营销;服务质量;重要性;途径

电力行业迅猛发展,促使电力系统成为国民经济发展的支柱。电网企业以电力营销为重要工作,依托于营销技术支持系统,全面提升电力营销技术,增强电网公司应对市场的实力。国家电网和电力部门以践行自身职责为前提,为民众提供日常所需的电能,更加凸显出供电所标准化建设的重要性。电力企业在市场竞争中占据优势,必须具备优质的服务,以更好地应对压力和挑战,实现经济社会效益更大化,推动电力企业健康发展。

## 1 提高电力营销服务质量的重要性

电力产品较高的市场购买度,决定了市场份额的庞大,是电力企业主要的经济来源。电力营销,是为了更好地满足客户需求,保障电力商品的安全、可靠、合格、经济特性,使用户的用电过程更为满意。电力企业以营销服务提高竞争力,在市场间建立良好形象。所以,电力营销服务水平是直接影响电力企业发展潜力的直接因素。新形势下,电力资源大幅度提升了需求量,更加需要做好营销服务,以保障电力经营目标的顺利达成,为电力企业发展提供必要条件。

## 2 电力营销方面的风险和不足

### 2.1 市场风险

电力营销面向社会市场,随着社会主义市场经济制度的不断完善,市场环境成为电网经营企业发展的主要因素。电力营销的市场风险,主要表现为供求关系平衡风险、销售渠道风险两个方面。供求关系平衡风险,会直接受到市场需求和国家政策制度的影响。很多电网经营企业因为许

多主客观因素,存在拖欠巨额电费情况,限制了企业发展能力,也在很大程度上限制了电力企业的市场竞争力,严重阻碍了电网经营企业的运行。

### 2.2 法律风险和社会政策风险

新时期,我国电网经营企业还处于过渡性改革阶段,电力营销的很多环节都不属于法律的保护范畴内,使电力营销过程中出现的很多违法行为不能受到严肃制裁,给很多用户的违法违规行提供了有利空间。电力企业在我国属于国营企业,电网经营企业运行要在政府和相关部门严格管制下开展,要求日常经营必须在国家政策的许可范围内,增大了风险指数。

### 2.3 服务体系落后

目前,在电力营销工作中,电力营销工作的有效性差,电力企业在市场中无法精准定位,对市场对电力产品的真实需求不能及时准确把握,营销手段不能依此进行调整,对营销工作的改进和创新形成制约。并且,这种服务体系是十分复杂庞大的,可能会受到营销人员的专业素质、销售服务的硬件设施、管理人员的管理水平等多种因素的影响。此外,由于供电服务体系的落后,不能及时满足客户的需求,从而导致客户满意度降低,导致客户流失。因此,要想提高供电企业的服务质量,必须从服务制度方面着手改进,提高服务水平。同时,要加强供电服务体系建设,完善客户投诉机制,增强服务意识和能力。此外,要建立有效的监管机制,规范电力市场秩序,提高电力行业的健康发展水平。

### 3 提高电力营销服务质量的途径

#### 3.1 转变电力营销观念

电力营销服务所采用的信息管理机制并不完善。电力企业规模扩大,促使信息处理系统完善化,以更强的科学性满足用户的个性化需求。在传统管理理念下,电力营销服务人员在服务意识方面明显滞后,不利于营销效果的改善。电力企业要与客户建立起长期合作关系,服务理念秉持客户为中心,重点维护客户利益,提供上门维修服务,将效益和服务统一起来,增强营销计划的合理性,推动企业内部生产结构的优化转型为客户的用电问题提供高效化服务,优化营销服务功能,结合示范窗口、承诺服务,通过简化业务流程和远程业务服务方式,便利业务办理。针对人们多样化的用电需求,提供电力增值服务,增加服务项目。最后,严格项目负责机制,通过客户热线、影响窗口的设立,以全天候营销服务和便捷缴费流程、线上线下反馈处理,全面提升电力企业的服务质量。

#### 3.2 推行差异化服务模式

电力营销服务围绕质量管理,正在发生转变,要求电力企业顺应市场差异化需求,不断优化营销服务体系,推动企业良性发展。利用数据库分析技术,建立相关的营销历史数据,作为电网经营企业电力营销的数据参考,对经济的运行情况、产品生产和销售、利润的定性、定量分析等提供数据资源信息。电力企业依靠大数据挖掘目标用户需求,以动态管理方式细分用户类型,对低价值、中间、高价值三类客户分别划定营销服务方式,构建更为合理的营销服务体系。

低价值用户专指有拖欠、违规使用电力资源行为的用户,比例很小,对企业利润存在一定影响,需要通过预收费用、欠费停电等强制性手段,向中间客户转化。中间客户的占比大,企业业绩的影响性较大,但不是主要的利润来源,自主服务方法更为适用。高价值用户是企业利润的主要来源,也是企业的重要目标客户,需要以优质营销服务满足用户需求,提高用户忠诚度,提高企业利润;设置VIP通道,由专门人员主动提供专门的营销服务、免费的专业性安全操作方法培训和设备维护服务,提高客户群体的稳定性。

#### 3.3 全面提升人员专业素质

电力营销的专业性、实践性很强。培养一批复合型人才,是确保团队工作效率和专业技能的必要方式。业务人员要坚持以常规知识的全面了解为前提,掌握一定的策划类理论、电力企业内部也要针对性的建立起知识技能培训平台,多学科、系统性的开展知识培训,将维修知识作为重点培训内容,保障专业培训质量。同时,构建绩效考核机制,将企业的工资福利与员工表现联系起来,结合物质和精神奖励,扩大优秀员工的模范作用;严格员工惩罚机制,刺激员工的工作主动性,以责任范围的明确划分,落实营销工作要求。

#### 3.4 完善管理制度

电力企业规模扩大,促使信息处理系统完善化,以更强的科学性满足用户的个性化需求。但是,电力企业的日常操作流程不规范,长期运行缺乏统一管理,影响到了信息处理系统功能的正常发挥。实行精细化管理,可以利用数据和信息技术,提高营销环节的规范化、标准化,推动各部门之间负责营销的有效合作,从而达到协同发展的目的。精细化管理就是要有针对性,用管理标准把营销活动中的所有工作落实到每个人,认真地分析和总结营销活动,把顾客的需要作为最终目的,采取科学管理方法,实现企业的最大效益,提高市场竞争能力,为企业的可持续发展奠定坚实的基础。

加强电力市场监管,是电力企业提高运营效率的一种方式,也能更好地维护电力市场的健康、稳定。为此,完善电力营销管理制度,就要首抓员工的专业能力,以营销人员的岗位职能和团队综合能力,合理制定管理考核机制,包括对营销人员的业绩评估、业务素质评价、培训教育计划以及工作考核等。通过绩效考核,每个岗位的员工都能够明确自己的职责,并严格遵守规章制度,确保企业的利益得到有效保障。

#### 3.5 提升企业形象

市场环境的急速变化,给电力供应企业的长远发展带来了许多困难,除了要了解客户的真实需求,积极开发新的市场外,还必须注意提高自己的品牌形象,扩大自己的市场影响力。电力产品质量、营销服务质量、企业信誉,

都会不同程度地影响企业形象，为了赢得市场信赖，也必须从这三个方面着手，才能提升企业形象。首先，坚持将提升电力企业的电能质量作为基本工作，维护电力生产的安全稳定，要用优质的产品来吸引客户，让客户放心，让他们对企业有信心，这也是今后一段时期电力企业的销售和服务工作的基础。其次，就是提升服务质量，要对落后的服务系统进行改善和优化，这就要求员工的市场调研量大、范围广，提高用户需求数据的准确性与可靠性，用简化供电服务流程的方式，改善用户用电体验。同时，电力供应状况也应得到合理控制，确保用户的用电安全。

### 3.6 坚持技术创新

加大技术投资，利用先进科技提高电力供应公司的服务管理质量、能源生产能力，维护客户利益。电力服务拓宽涵盖范围，促使电力公司不断优化技术能力。国家出台政策，鼓励电力公司改革技术，抓好发展、环保两个方面，加快新老设备更新换代，构建现代化城乡能源供应系统，推动电力市场良性发展。

#### 3.6.1 建立营销管理决策系统

电力公司以营销业务层、客户服务层管理软件完善化为目标，不断优化企业内部的营销管理水平，积极推进营销现代化建设。营销管理决策软件开发，也是电力企业的重点发展方向，以此加强业务处理、客户服务监督控制的整体能力。同时，坚决落实特定指标考核的具体要求，以便于相关问题的及时发现和解决。

#### 3.6.2 引入新型的电力商务模式

信息技术发展和深入应用，促使市场上出现了新的市场交易方式，电力商务就是应运而生的新模式，具有操作简单、快捷高效的明显优势，在广大用户之间已经取得了很大的依赖感，电力营销也可以学习和借鉴。将互联网技术与电力营销的充分结合，更加方便了广大用户在线查询、缴费、办理业务等等，使服务功能更具针对性和高效性。用户在线完成业务办理的方式，不再局限于某一地点或固定时间，带来了很大的便利性。然而在线交易平台的运用

存在一定的安全风险，为了避免重要信息泄露，必须做好实时监管，提供优质化服务。

#### 3.6.3 加强运行监控

监测部门依托于远程视频技术，不定期监测电力营业单位的运行情况，对市场营销中是否存在问题作出分析判断。监控平台能够对高压业扩流程实时在线监测，在大数据作用下，快速通过营业窗口进行巡查搜索，在更短的时间内抓住其中的薄弱时间点，为业务窗口提高整体的服务水平提供了有利条件，使用户投诉率得到有效控制，加快了送电时间。同时，加大工业方的大电量需求管理，以科学预测大电量主要阶段的方式，加强电网运行管理；用电采集系统、市场审计监测的业务活动，更加需要做好线损管理工作。

电力系统运行依托于大数据操作监控平台，对电网设备、资产寿命周期、资金收支平衡等进行全面监控，及时上报与在线监测分析系统，成为电网系统和基础设备安全稳定运行的重要条件。大数据下，数据挖掘方式更为便利工作票、操作票、缺陷记录的分析处理，使静态数据流合理匹配，方便后期的检查和维护，推动相关部门的协调合作，不断提升电网管理水平。

## 4 结束语

电力营销服务质量，对供电企业的影响性很大。电力企业提供优质性营销服务水平，有助于塑造良好的市场形象，增强了竞争实力，与新时代的变化发展相适应，以更好地营销服务方式，维护电力企业运营发展。

### 参考文献：

- [1] 苏波. 智能电网框架下电力营销服务系统研究[J]. 电力设备管理, 2022 (2): 264-265, 279.
- [2] 张春磊. 提高电力营销服务质量的重要性和途径[J]. 电力设备管理, 2021 (7): 153-154.
- [3] 赵兴安. 如何提高电力企业电力营销服务水平[J]. 数码设计(下), 2021, 10 (2): 152-153.