

精细化营销服务管理在电力业扩报流程中的应用要点探讨

章榕月

国网湖北省电力有限公司武汉市东湖新技术开发区供电公司流芳供电服务站综合内勤 湖北武汉 430000

摘 要：精细化营销服务管理在电力业扩报装流程中的应用旨在通过优化客户体验、提高业务效率和服务质量来提升企业自身的竞争力。通过各类措施，电力企业不仅能够缩短业扩报装周期，还能增强客户满意度和忠诚度，从而实现电力行业可持续发展。

关键词：业扩报流程；电力；营销服务管理；精细化

引言

精细化营销服务管理在电力业扩报装流程中的应用，强调通过对每个环节的精确把控和优化，以提升整体服务质量。该方法注重数据驱动决策，通过收集和分析客户信息，提供更加个性化和高效的服务。此外精细化管理还涵盖对内部流程的改进，如简化审批手续、提高工作效率等，从而减少客户等待时间和成本。最终管理模式有助于建立长期、稳定的客户关系，增强企业在市场上的竞争力。

一、新型电力系统对通信技术的要求

（一）核心概念界定

精细化服务管理是一种以满足客户需求为出发点，通过优化和精确控制服务过程中的每个环节来提升服务质量和效率的方法。采用精细化服务管理，企业能够更好地响应客户个性化需求，提高客户满意度并增强市场竞争力。

电力业扩报流程涉及电力公司为客户提供从申请到正式供电的一系列步骤和服务。这个流程主要是指客户咨询、资料提交、现场勘查、方案设计、工程实施及竣工验收等关键环节。各环节质量直接制约着整个流程的成功率和客户满意度，因此对电力业扩报流程展开精细化管理尤为重要。

（二）精细管理关键要素

1. 数据驱动

数据驱动是精细化服务管理的核心之一。通过收集

和分析大量客户数据，企业可以更准确地了解客户需求 and 偏好，从而制定更加精准的服务策略。如在电力业扩报流程中，数据分析可以帮助电力人员识别哪些环节容易出现问题的，哪些客户群体对特定服务有更高需求，以及如何优化资源配置以提高整体效率。此外数据驱动还能帮助企业及时发现潜在问题并采取措施解决，减少不必要的损失和延误。

2. 流程标准化

流程标准化意味着电力人员将服务过程中的每一步都规范化、系统化，确保服务质量和一致性。对于电力业扩报流程而言，这意味着电力人员需要建立一套详尽的操作规程和标准，覆盖从客户咨询到最后供电的所有阶段。通过流程标准化不仅能提高工作效率，降低人为因素带来的各类风险，还有助于职工快速适应工作要求，提高工作效率。与此同时标准化操作流程有利于跨部门协作，保证扩报流程各环节无缝对接，缩短整个扩报流程时间。

3. 客户分层

客户分层是指根据客户不同特点将其分类，以便提供更加个性化的服务。在电力业扩报流程中，不同类型客户可能有不同用电需求和期望。如商业客户可能更重视供电稳定性和可靠性，而住宅客户则可能更关心价格和服务便捷性。通过客户分层，企业可以根据各类客户特点定制相应服务方案，增加服务针对性和有效性。电力人员需按用电量、地理位置、行业类型等因素对客户进行分类，然后针对每一类客户特点提供差异化的服务产品。

二、电力业扩报流程现状与痛点

（一）流程冗长

电力业扩报装涉及多个环节，通常需要按序进行并

作者简介：章榕月（1990-），女，湖北监利人，硕士研究生，工程师，研究方向：电力营销。

伴随着大量审批和沟通工作。其中每个阶段都需要一定时间来完成,整个流程周期较长。除此之外,一些不必要程序和繁琐手续也会进一步延长处理时间,导致客户等待时间过长,进而制约客户服务质量。如在某些地区,客户可能需要多次往返于供电营业厅和施工现场之间甚至在不同部门间来回奔波,这无疑增加了客户不便。

(二) 信息孤岛

尽管信息技术发展为电力企业提供了解决方案,但在实际应用过程中,各部门之间的电力信息共享仍面临着重要挑战。主要问题是各业务系统独立运行,缺乏统一的信息平台,使得扩报数据分散且难以整合。当客户提交申请后,业扩报装信息不能及时传递到执行部门,造成工作效率低下。同时信息不对称也使客户难以获得准确的服务进度信息,进而增加业扩报装的不确定性。孤立的数据体系不仅会阻碍业扩报装数据分析和决策支持,还变相限制了企业在市场上的竞争力。

(三) 服务同质化

随着市场竞争加剧,各大电力公司推出各种服务套餐以吸引客户,但许多公司服务内容相似,未能充分满足客户的个性化需求。一方面是传统服务方式单一,无法适应现代客户业扩报装需求的变化;另一方面是企业提供增值服务方面缺乏差异化策略,较易陷入价格战。如虽然部分公司提供了在线服务平台方便客户查询进度,但大多数功能较为基础,无法解决客户的真正诉求。

三、精细化营销服务管理应用优化路径

(一) 应用案例解析

在某地市供电企业中,精细化营销服务管理策略取得了显著成果。通过构建客户分层服务体系,VIP客户的满意度显著地得到了提升,并且非居民用户的市场份额也有所增长。公司依据用电量、缴费记录和历史投诉等多维度数据对客户进行了分类和层次划分,对于VIP客户则提供了专属客服经理,确保一对一的服务和支持,如下述图1。此外针对非居民用户市场,公司推出了定制化业扩报装服务方案。如为大型工业企业提供节能改造咨询服务以降低其用电成本;为商业用户提供灵活的电费结算方式减轻资金压力。该类措施不仅吸引更多非居民用户的关注,还提升了公司在这一细分市场的占有率。

(二) 模块化设计

精细化营销服务管理的关键特性是模块化设计,电力技术人员通过将复杂的营销流程分解为多个独立但相



图1 电力企业VIP专属客服部门

互关联的模块,进而让企业更灵活地应对市场变化。每个模块都有明确功能和目标,能够独立运行并与其他模块协同工作。如在客户关系管理系统中设置专业模块来处理客户咨询、售后服务、投诉处理等任务。该类模块可根据实际情况进行调整和优化,确保业扩报装系统得以高效运作。模块化设计优势在于其灵活性和可扩展性,当用电市场需求发生变化时,企业只需更新或替换特定模块,而无需大规模改动整个系统。这不仅节省了时间和电力资源,还能让企业本身快速响应市场变化,提升市场竞争力^[1]。

(三) 应用数字化工具

数字化工具在精细化营销服务管理中的作用至关重要,电力技术人员利用大数据分析、物联网等技术手段能更好地理解客户需求,优化资源配置,提高运营效率。除此之外,数字化工具还可用于业扩报装动态资源调配当中,电力技术人员使用智能电网技术根据实时用电数据动态调整电力分配方案,确保电力资源被合理利用。同时电力人员还可通过物联网设备实时监管设备运行状态,及时发现并解决问题,减少业扩流程故障发生率,提高服务质量^[2]。

(四) 构建客户画像

客户画像是精细化营销服务管理的核心环节之一,电力人员可通过收集和分析客户多维度数据,进而为企业构建详细的客户画像,深入了解客户实际需求和行为模式。如上述市供电企业在客户画像构建方面投入了大量资源和技术支持,建立了数据分析团队从多个渠道收集客户信息—历史用电记录、缴费情况、客服反馈等数据。然后基于这些数据,开发出一套智能化客户画像系统,自动识别客户用电习惯、消费偏好及潜在需求并生成个性化服务建议。对高用电量的工业客户提供节能改造方案;对频繁投诉的客户提醒客服人员重点关注并提供解决方案^[3]。

（五）调配动态资源

企业实时监控和分析业扩报装市场需求，可以灵活调整自身供电资源分配，确保各项业扩报装任务的高效完成。上述市供电企业采取了一系列措施如建立智能调度中心，利用先进数据分析技术和物联网设备实时监控电力供需情况。一旦某一地区出现电力短缺，调度中心可迅速做出反应进而调整电力供应方案，确保电力资源得到合理分配。此外引入自动化运维系统实现了设备维护和检修工作的智能化管理。通过传感器和远程监控技术实时监测设备运行状态，提前发现潜在故障并安排技术人员进行维修。动态资源调配机制不仅提高了供电设备的运行效率，还可减少因设备故障导致的各类停电事故，提升业扩报装服务质量。

（六）建立跨部门协作平台

为了实现高效的精细化营销服务管理，跨部门协作平台的建立至关重要。供电企业应通过建立涵盖营销、生产、物资等部门的协同办公系统，实现信息实时共享与任务自动派发，让各部门之间的沟通变得更加顺畅，工作效率也显著得到提升。如在处理客户投诉时，客服部门可将相关信息实时传递给电力部门如生产部门、维修部门等，确保问题及时地得到解决。

跨部门协作平台的另一优势在于任务自动派发。通过系统预设规则和流程，任务可自动分配给电力人员，从而减少人为干预和延误。如当某一区域出现电力故障时，系统会自动通知附近的维修人员前往现场处理，并跟踪任务进度，确保问题得到有效解决。自动化任务派发机制不仅提高业扩报装工作效率，还可侧面增强客户满意度^[4]。

（七）供应商分级管理

供应商分级管理是精细化营销服务管理的重要内容

之一，市供电企业业务必要依据资质、履约能力等指标对工程承包商进行动态评级，淘汰低效合作方。每家供电公司均需建立严格的供应商评估体系，定期对供应商进行考核和评价。对于表现优异的供应商，公司将给予更多的合作机会和支持；而对于履约能力较差的供应商，则逐步减少合作直至淘汰。通过供应商分级管理，电力公司不仅能够确保业扩报装质量和服务水平，还能为客户降低电力采购成本和风险。如在选择电力设备供应商时，客户会优先考虑那些具有先进技术和良好信誉的企业。该类优质供应商提供的设备不仅性能可靠，还能享受更优质的售后服务，减少后期维护成本。

结语

总而言之，精细化营销服务管理在电力业扩报装流程中的应用可显著提升业扩报装处理效率和服务质量。精细化营销服务管理不仅有助于增强客户满意度和忠诚度，还能促进企业电力资源得以有效配置，实现经济效益和社会效益的双重提升。

参考文献

- [1] 王艺凝. 基于关联分析的高压业扩报装接电营销服务[J]. 电工技术, 2023(24): 171-173+178.
- [2] 严青. 基于电力营销业扩报装流程的规范化管理研究[J]. 电气技术与经济, 2023(09): 259-261.
- [3] 杨思学, 李如诗, 李阳, 等. 基于“互联网+”的智能互动、全程透明的业扩报装服务创新与实践[J]. 农电管理, 2023(09): 22-23.
- [4] 黄严斌. 基于深度优先遍历的配电网可开放容量分析和业扩报装决策[J]. 模具制造, 2023, 23(09): 247-249+252.