

电力营销优质服务及电费回收管理

马 涛

国网河南省电力公司新乡县供电公司 河南 新乡 453700

摘 要: 电力营销优质服务与电费回收管理是电力企业的关键环节,关系到企业的可持续发展。因此,本文简要概述了电力营销优质服务的开展,分析了电费回收管理存在的问题,并提出了相应的解决措施,以期为电力企业提供有益的参考。

关键词: 电力营销; 优质服务; 电费回收管理

引言

随着市场经济的发展和能源市场的逐步开放,电力市场的竞争越来越激烈。为了在竞争中立于不败之地,电力企业需要不断提高电力营销优质服务水平,加强电费回收管理工作。因此,探讨电力营销优质服务与电费回收管理的策略和方法具有重要的现实意义。

1 电力营销优质服务的开展

1.1 建立完善的客户服务体系

客户服务热线是客户与企业沟通的主要渠道,客户可以通过热线咨询用电问题、查询用电信息、报修电力故障等。因此,企业需要设立专门的客户服务热线,并确保热线的畅通和高效。而为了提高客户满意度,客户服务热线需要全天候24小时服务,并且需要保证接通率高、响应速度快、态度友好专业^[1]。其次,建立完善的客户服务流程也是电力营销优质服务的重要方面。客户服务流程是企业处理客户问题的程序和规范,包括客户咨询、客户投诉、客户需求等各类服务。企业需要设计合理的服务流程,确保客户问题能够得到及时、有效地解决。此外,在建立客户服务流程时,还需要考虑到客户的需求和习惯,尽可能地简化流程,提高服务效率。最后,客户服务质量评估体系是企业对服务质量进行监控和评估的机制,通过评估可以及时发现和改进服务中存在的问题,提高服务质量。企业需要制定科学合理的评估指标和方法,对服务过程进行全面的监控和评估,包括客户服务热线接通率、问题解决速度、服务态度等。并且,要根据评估结果对服务流程进行改进和优化,提高服务水平。

1.2 提升员工素质

员工是企业的核心资源,他们的素质直接影响到企业的服务质量和客户满意度。因此,提升员工素质是电力营销优质服务的关键因素之一。第一,专业知识和技能的培训是提升员工素质的基础。由于电力行业的专业

性和技术性较强,员工需要具备扎实的专业知识和技能才能更好地服务客户。因此,企业需要定期开展专业知识和技能的培训,不断提高员工的专业水平。第二,在电力营销优质服务中,员工不仅需要掌握专业技能,还需要具备良好的服务态度和沟通能力。企业需要通过多种方式来培养员工的服务意识和沟通能力。例如,定期开展服务意识和沟通技巧的专题讲座或培训,让员工了解优质服务的重要性和技巧;定期对员工进行服务质量和沟通能力的评估,让员工了解自己的不足之处并加以改进。第三,企业需要建立一套完善的激励机制,鼓励员工不断提升自己的素质和能力。例如,可以设立奖励制度,对在培训、服务和业绩方面表现优秀的员工给予奖励;可以提供职业发展机会,为员工提供晋升和转岗的机会。

1.3 创新服务手段

创新服务手段是提升电力营销优质服务的重要途径。一方面,利用现代科技手段是创新服务手段的重要方式之一。随着互联网、移动应用等技术的不断发展,人们的生活方式和工作方式都发生了巨大的变化。电力企业可以利用这些现代科技手段,为用户提供更加便捷的服务。例如,可以开发电力APP,让用户可以随时查询用电信息和缴纳电费。同时,还可以通过APP提供个性化的服务,例如定制用电方案、用电建议等,以满足不同用户的需求^[2]。另一方面,创新服务模式也是提升电力营销优质服务的重要途径之一。传统的服务模式往往只注重电费回收的数量和速度,而忽略了用户的需求和服务体验。因此,电力企业应该采取多元化的服务方式,以更好地满足用户的需求和提高用户满意度。例如,可以开展定制化服务,根据客户需求提供个性化的服务方案。

2 电费回收管理存在的问题

2.1 电费回收管理制度不够完善

电费回收管理是电力企业管理中不可或缺的一个环

节,直接关系到企业的经济收益和运营状况。然而,在实际工作中,电费回收管理存在一些问题,其中电费回收管理制度不够完善是比较突出的问题之一。首先,一些电力企业的电费回收管理制度不够健全,缺乏规范化、标准化的管理流程和制度。这会导致电费回收的各个环节存在漏洞和不足,无法有效衔接和协同工作,影响了电费回收的效率和准确性。比如,有些企业缺乏有效的电费催收制度,催收人员的催收力度不够,催收方式简单粗暴,无法有效提高电费回收率。同时,有些企业缺乏对用户信用评级的管理制度,对于违约用户缺乏有效的制约和惩罚措施,导致电费回收风险增加。其次,一些电力企业的电费回收管理制度缺乏实际可操作性,无法满足企业实际运营的需要。比如,有些企业在制定电费回收管理制度时,没有充分考虑到不同用户的用电情况和电费回收风险,也没有制定相应的回收策略和控制措施,导致电费回收效果不佳。并且,有些企业的电费回收管理制度缺乏与市场营销、客户服务等相关部门的沟通和协作,无法形成有效的合力,影响了电费回收的效果和质量。最后,一些电力企业的电费回收管理制度缺乏监督和考核机制,无法对工作人员的工作情况进行有效评估和激励。这会导致工作人员缺乏积极性和责任心,影响了电费回收管理的效果和水平。

2.2 企业及个人逃避费用较多

除了电费回收管理制度不够完善之外,电费回收管理还存在另一个比较突出的问题,即企业及个人逃避电费费用的情况较多。一方面,一些企业或个人存在故意拖欠电费的情况。他们可能会采取各种手段,如改变用电性质、隐瞒用电量、逃避用电费用等,来逃避电费缴纳的责任。这种情况的发生,不仅会对电力企业的经济收益产生负面影响,还会对电力系统的稳定性和安全性造成威胁。比如,一些企业或个人可能会利用技术手段,如非法窃取电力资源,故意改变用电设备的参数或运行状态,以达到逃避电费的目的。另一方面,一些企业或个人在电费回收过程中存在管理漏洞和不足。比如,有些用户可能会利用管理上的不足之处,进行反复购电或利用他人的购电信息进行恶意购电,从而达到逃避电费的目的。同时,有些用户还可能会故意制造电力设备故障或者破坏电力计量装置,以达到逃避电费的目的。另外,有些用户还可能会利用不当手段,如窃取电力资源进行非法经营或者将电力资源挪作他用等,以逃避电费缴纳的责任。

2.3 电费回收管理方式不科学

目前,一些电力企业的电费回收管理方式不够科

学,缺乏有效的管理和监控措施。这就导致了电费回收的各个环节存在漏洞和不足,无法有效衔接和协同工作,影响了电费回收的效率和准确性。比如,有些企业采用手工回收的方式,这种方式不仅效率低下,而且容易出现错误,无法满足大规模用电客户的需求。同时,有些企业缺乏对用户用电情况的监测和评估,无法及时发现和解决用户逃避电费的情况。另外,有些企业使用的电费回收管理系统比较落后,无法实现自动化、智能化管理,无法及时准确地记录和统计用户用电信息,也无法对用户用电情况进行实时监测和评估。并且,一些电力企业的电费回收管理缺乏创新意识和创新能力。这些企业往往只注重短期的经济效益,而忽略了长远的发展和社会效益。他们往往只关注电费回收的数量,而忽略了电费回收的质量和服务水平。

3 加强电费回收管理的方法

3.1 完善电费回收管理制度

电费回收是电力营销管理的重要组成部分,直接关系到电力企业的经济效益和可持续发展。为了提高电费回收率,降低电费回收风险,可以采取完善电费回收管理制度的方法。第一,制定明确的电费回收目标和计划是完善电费回收管理制度的前提。企业要根据自身实际情况和市场需求,制定合理的电费回收目标和计划。目标要明确、具体、可操作,计划要详细、可行、有弹性。同时,要制定相应的考核和奖惩机制,确保目标和计划的实现。第二,加强客户信息管理是完善电费回收管理制度的基础。企业要对客户信息进行全面、准确、动态的管理。要建立客户信息数据库,对客户用电情况、缴费历史、信用等级等信息进行记录和更新。通过对客户信息的分析,可以更好地了解客户需求,提高电费回收率。第三,采用多元化的电费回收方式是完善电费回收管理制度的重要手段。目前,电费回收方式主要包括现金、银行转账、支票、信用卡等。企业可以根据客户需求和偏好,选择不同的电费回收方式。并且,可以积极探索新的电费回收方式,如网上缴费、移动支付等,以满足不同客户的需求。第四,加强与客户的沟通和协调是完善电费回收管理制度的保障。企业要积极与客户沟通和协调,及时了解客户需求和意见,积极解决客户在缴费过程中遇到的问题。通过建立良好的客户关系,可以提高客户满意度和电费回收率。

3.2 提高电力企业的内部管理水平

(1) 电力企业需要加强内部管理的制度化建设。通过制定完善的规章制度和操作流程,明确各级部门和员工的职责和权利,确保所有工作都有章可循、有规可

循。同时,严格执行规章制度,确保其得到有效执行,防止出现管理漏洞。(2)电力企业需要建立科学的组织结构。电费回收管理需要有一个高效、有序的组织体系来支持和保障。电力企业需要根据实际情况,结合业务需求,建立科学的组织结构,明确各级组织的功能和职责,实现高效、有序的管理。(3)电力企业可以引入先进的管理技术和工具^[3]。比如,可以引入电能管理系统、用电信息采集系统等智能化系统,实现对用户用电情况的实时监测和评估,提高电费回收的准确性和效率。同时,运用大数据分析方法对用电信息和电费回收数据进行挖掘和分析,预测电费回收风险及制定相应的解决策略,实现智能化管理和精准服务。(4)电力企业还需要加强内部管理的监督和考核。对电费回收工作进行定期的监督和考核,及时发现和解决问题。同时,需要对员工的工作绩效进行评估和反馈,激励员工积极工作,提高工作效率和质量。

3.3 缩短抄表周期

在电力营销中,抄表周期是指从上一次抄表到下一次抄表的时间间隔。如果抄表周期过长,会导致部分客户拖欠电费,从而增加催费难度和电费风险。因此,缩短抄表周期是降低催费难度和电费风险的重要手段。其中,要根据实际情况调整抄表周期。对于不同客户,可以根据其用电情况、缴费历史、信用等级等信息,制定不同的抄表周期。对于用电量大、缴费历史良好、信用等级高的客户,可以适当放宽抄表周期;对于用电量小、缴费历史差、信用等级低的客户,可以缩短抄表周期,增加催费频次。另外,要采用先进的抄表技术手段。随着科技的不断发展和应用,越来越多的先进技术手段被应用到抄表工作中。例如,远程抄表技术可以实现远程自动抄表,提高抄表的准确性和效率;智能电表可以实时监测客户的用电情况,为催费和电费回收提供更加准确的数据支持。

3.4 推广预付费装置

预付费装置是一种先进的电能计量装置,它可以在

用户还没有收到电费账单之前,提前将电费扣除,从而避免了用户恶意拖欠电费的情况。首先,电力企业需要加强宣传和教育。通过多种方式向用户介绍预付费装置的优点和必要性,包括宣传网页、海报、微信推送等方式,使用户了解预付费装置对于防范电费回收风险的作用和意义^[4]。同时,电力企业还可以提供一些优惠政策,比如免费安装、折扣优惠等,吸引用户使用预付费装置。其次,电力企业需要根据用户需求和实际情况,制定合理的预付费方案。不同用户有着不同的用电需求和电费缴纳习惯,电力企业需要对用户进行分类,根据用户需求和实际情况,制定合理的预付费方案。比如,对于一些用电量较大的企业或家庭用户,可以采取按月预付费的方式;对于一些用电量较小的小微企业和个体户,可以采取按季度预付费的方式。最后,电力企业还需要加强预付费装置的维护和保养。预付费装置是一种精密的电子设备,需要定期进行维护和保养。电力企业需要对预付费装置进行定期检查和维修,及时发现和解决设备故障和问题,确保设备的稳定性和正常运行。

结语

综上所述,电力营销优质服务与电费回收管理是电力企业运营的重要环节,需要电力企业根据市场形势和用户需求不断调整和完善。而通过提高电力营销优质服务水平、加强电费回收管理、优化用电服务等方面的工作,可以提升电力企业的竞争力和可持续发展能力,为用户提供更好的用电体验,促进电力行业的健康发展。

参考文献

- [1]吴荣菊.加强电力营销优质服务的有效对策[J].科技资讯,2019,17(01):125-126.
- [2]董玉欣,王雨,秦娟娟.论如何加强电力企业电费核算与回收管理[J].百科论坛电子杂志,2020,(9):1270-1271.
- [3]成雪琳.浅析新时期电费回收管理问题和解决措施[J].环球市场,2020,(34):200.
- [4]常韵运.电力营销优质服务及电费回收管理[J].市场周刊理论版,2021,(5):2.