

# 移动互联网背景下电力营销服务优势及创新对策

李文轩

内蒙古电力(集团)有限责任公司阿拉善供电公司 内蒙古 阿拉善盟 750306

**摘要:** 本文探讨移动互联网背景下电力营销服务的创新对策。强调增强营销服务意识的重要性,提出需以客户为中心,提升全员服务意识和能力。创新营销服务模式,利用移动互联网技术打造一站式服务体验,并拓展新媒体营销渠道。同时,注重提升服务品质,建立完善服务体系,强化个性化服务。强化信息安全保障,确保信息系统和数据安全,维护客户利益。这些对策共同助力电力企业抓住时代机遇,实现服务创新与发展。

**关键词:** 移动互联网; 电力营销服务; 优势及创新

## 1 电力营销服务的重要性

电力营销服务在现代电力行业中占据着举足轻重的地位,其重要性不容忽视。第一、电力营销服务直接关系到企业的品牌形象和市场声誉,在高度信息化的今天,消费者的口碑传播速度极快,一次不愉快的用电体验可能迅速通过社交媒体等渠道扩散,对企业造成难以估量的负面影响。提供高效、便捷、贴心的电力营销服务,能够显著提升客户满意度和忠诚度,树立良好的企业形象,为企业赢得更多潜在客户的青睐。第二、优质的电力营销服务是促进企业经济效益增长的重要途径,通过精准的市场分析、个性化的服务方案设计以及高效的执行与反馈机制,企业能够更准确地把握市场需求,优化资源配置,提高销售效率,从而实现经营收入的稳步增长。良好的服务体验还能激发客户的潜在需求,促进电力产品的升级换代,为企业创造更多的增值空间。第三、电力营销服务在推动电力行业技术创新和转型升级方面发挥着积极作用,面对日益激烈的市场竞争和环保压力,电力企业需要不断引入新技术、新工艺,提升产品和服务质量。而优质的营销服务能够及时反馈市场信息和客户需求,为企业的技术创新提供有力支撑。通过不断优化服务流程、提升服务品质,企业能够更好地适应市场变化,推动电力行业的转型升级和可持续发展<sup>[1]</sup>。第四、电力营销服务还承载着重要的社会责任,作为社会基础设施的重要组成部分,电力行业直接关系到国计民生和社会稳定。通过提供安全、可靠、经济的电力产品和服务,电力企业能够保障人民群众的用电需求,促进经济社会的全面发展。电力企业还可以通过开展节能减排、环保宣传等活动,积极履行社会责任,推动社会的绿色发展和可持续发展。

## 2 移动互联网对电力营销服务的影响

### 2.1 移动互联网改变客户获取信息的渠道

移动互联网的飞速发展彻底颠覆了传统电力客户获取信息的模式。在以往,客户主要依赖电视广告、报纸杂志、户外广告牌以及亲自前往电力营业厅等渠道来获取电力服务、价格政策、优惠活动等相关信息。随着智能手机和移动互联网的普及,客户现在能够随时随地通过社交媒体平台、电力企业的官方网站、专属APP、以及在线论坛和评论网站等多元化的数字渠道,轻松获取到最新、最全面的电力产品和服务信息。这种转变不仅极大地拓宽了客户的信息来源,还提高了信息获取的即时性和互动性。客户可以随时随地与电力企业进行沟通交流,提出疑问、反馈意见,甚至参与产品设计的讨论,从而更加主动地参与到电力消费的过程中来。

### 2.2 移动互联网提高电力营销服务效率

移动互联网技术的深入应用显著提高了电力营销服务的效率和质量。通过开发功能强大、界面友好的移动应用,电力企业能够为客户提供24小时不间断的在线服务,包括电费查询、账单支付、用电咨询、故障报修、服务预约等多种功能。这些服务不仅极大地简化了客户办理业务的流程,减少了客户线下奔波的麻烦,还使得电力企业能够更快速地响应客户需求,提升客户满意度。移动互联网技术还使得电力企业能够实时收集和分析客户数据,通过大数据分析和人工智能技术,深入挖掘客户需求,实现个性化推荐和服务定制化,进一步提高营销活动的精准度和效果。移动支付功能的普及也为电费缴纳提供了极大的便利,客户可以通过手机随时随地完成电费支付,避免了因忘记缴费而产生的滞纳金或停电等不必要的麻烦。

### 2.3 移动互联网加剧电力市场竞争

随着移动互联网技术的不断发展和普及,越来越多的新兴企业和创新模式开始涌入电力市场,这些企业往往具有更加灵活的运营机制和更加敏锐的市场洞察力,

能够迅速响应市场变化和客户需求。他们通过移动互联网平台提供多样化的电力产品和服务,以更加优惠的价格和更加便捷的服务方式吸引客户。这种竞争态势不仅使得传统电力企业面临着前所未有的挑战和压力,也促使整个电力市场更加开放和竞争。为了应对这种竞争态势,传统电力企业必须不断创新服务模式和技术手段,提高服务质量和效率,降低运营成本和价格水平,以更好地满足客户需求并保持市场竞争力。

### 3 移动互联网背景下电力营销服务的优势

#### 3.1 服务定制化与个性化

在移动互联网的背景下,电力营销服务的定制化与个性化成为了显著的优势之一。随着大数据、云计算和人工智能等技术的快速发展,电力企业能够收集并分析海量的用户数据,从而深入了解客户的用电习惯、偏好以及潜在需求。基于这些数据,电力企业可以为客户提供量身定制的电力产品和服务方案,实现服务的深度个性化<sup>[2]</sup>。服务定制化不仅体现在产品层面,更贯穿于整个服务流程之中,例如,通过智能电表和数据分析技术,电力企业可以实时监测客户的用电情况,预测其未来的用电需求,并据此调整供电计划,确保电力供应的稳定性和经济性。根据客户的消费习惯和偏好,电力企业还可以推荐适合的用电套餐、节能设备和智能家居解决方案,帮助客户实现更加智能、高效的用电生活。个性化服务还体现在客户交互的每一个环节,通过移动应用、社交媒体等渠道,电力企业可以与客户建立更加紧密的联系,及时了解其需求和反馈,并据此调整服务策略。例如,对于经常出差的客户,可以提供远程操控家电、预约维修等便捷服务;对于注重环保的客户,则可以推荐绿色电力产品和节能减排方案。这种个性化的服务体验不仅提升了客户的满意度和忠诚度,还增强了电力企业的品牌形象和市场竞争力。

#### 3.2 营销手段的多样化与互动性

移动互联网的普及为电力营销提供了更加多样化、互动性强的营销手段。相比传统的营销方式,移动互联网营销具有更高的效率和更广泛的覆盖面。通过社交媒体、短视频平台、移动应用等渠道,电力企业可以轻松地与潜在客户建立联系,传播品牌形象和产品信息。在营销手段上,电力企业可以采用多种策略来吸引和留住客户。例如,通过社交媒体发布有趣的电力知识、节能小贴士等内容,增加与客户的互动和粘性;通过短视频平台展示电力产品的使用场景和效果,吸引客户的关注和购买欲望;通过移动应用提供优惠券、积分兑换等促销活动,刺激客户的消费热情。这些多样化的营销手段

不仅丰富了客户的体验,还提高了电力企业的知名度和美誉度。更重要的是,移动互联网营销具有高度的互动性,客户可以通过点赞、评论、分享等方式参与到营销活动中来,与电力企业和其他用户进行交流互动。这种互动不仅有助于提升客户的参与感和归属感,还有助于电力企业收集客户反馈和意见,进一步优化产品和服务。

#### 3.3 服务质量的提升与优化

移动互联网的应用使得电力营销服务的质量得到了显著提升和优化。移动互联网技术使得电力企业能够实时收集和分析客户数据,从而更加准确地了解客户的需求和期望,通过数据分析技术,电力企业可以挖掘出客户在用电过程中遇到的问题和痛点,并据此制定针对性的改进措施和优化方案。例如,针对客户反映的电费查询不便、故障报修流程繁琐等问题,电力企业可以优化移动应用的功能和界面设计,提供更加便捷、高效的服务体验。移动互联网技术还使得电力企业能够实现服务的智能化和自动化,通过智能电表、物联网等技术手段,电力企业可以实时监测客户的用电情况并预测其未来的用电需求。基于这些数据预测结果,电力企业可以自动调整供电计划和电力资源配置方案,确保电力供应的稳定性和经济性。在故障报修和抢修过程中也可以采用智能化手段进行快速响应和处理,提高服务效率和客户满意度。移动互联网还使得电力企业能够建立更加完善的客户服务体系,通过移动应用、在线客服等渠道,电力企业可以为客户提供全天候、全方位的服务支持。无论客户遇到任何问题或需要帮助时都可以随时联系到电力企业并得到及时响应和处理。这种高效、便捷的客户服务体系不仅提升了客户的满意度和忠诚度还增强了电力企业的品牌形象和市场竞争力。

### 4 移动互联网背景下电力营销服务创新的对策

在移动互联网快速发展的今天,电力营销服务面临着前所未有的机遇与挑战。为了抓住这一时代机遇,实现服务创新,电力企业需要从多个方面入手,制定并实施有效的对策。

#### 4.1 增强营销服务意识

电力企业必须深刻认识到移动互联网背景下营销服务的重要性,并从根本上增强营销服务意识。这要求企业从上至下,从管理层到一线员工,都要树立以客户为中心的服务理念,将客户需求放在首位,主动了解并满足客户的多样化、个性化需求。具体而言,企业可以通过组织培训、交流学习等方式,提升全体员工的营销服务意识和能力。培训内容可以包括移动互联网营销的最新趋势、客户心理分析、沟通技巧等,帮助员工掌握更

多有效的服务方法和手段。企业还可以建立激励机制，鼓励员工积极参与到营销服务创新中来，提出更多有创意、有价值的建议<sup>[3]</sup>。

#### 4.2 创新营销服务模式

移动互联网的普及为电力营销服务模式的创新提供了广阔的空间。电力企业应充分利用移动互联网技术，打破传统营销模式的束缚，探索更加高效、便捷、智能的服务模式。一方面，企业可以开发功能丰富、操作简便的移动应用或小程序，为客户提供一站式服务体验。这些应用或小程序应涵盖电费查询、缴纳、故障报修、用电咨询、业务办理等多种功能，并注重用户体验的优化，确保客户能够轻松上手、快速找到所需服务。另一方面，企业还可以利用社交媒体、短视频平台等新媒体渠道，开展多元化的营销活动。通过发布有趣、实用的电力知识、节能小贴士等内容，吸引客户的关注和参与；通过举办线上互动活动、抽奖等方式，增加客户的粘性和忠诚度。此外，企业还可以与第三方平台合作，共同打造电力消费场景，拓宽营销渠道和覆盖范围。

#### 4.3 提升服务品质

服务品质是电力营销服务创新的核心。在移动互联网背景下，电力企业应更加注重服务品质的提升和优化，以满足客户日益增长的需求。首先，企业应建立完善的客户服务体系，确保客户在任何时间、任何地点都能获得及时、有效的服务支持，这包括建立24小时客服热线、在线客服系统、自助服务终端等多种服务渠道，并注重各渠道之间的协同和互补。其次，企业应注重服务细节和个性化服务，通过数据分析技术深入了解客户的用电习惯和需求特点，为客户提供量身定制的服务方案。最后，企业还应加强服务质量的监督和评估，通过客户反馈、满意度调查等方式收集服务数据并进行分析评估，及时发现并纠正服务中存在的问题和不足。企业还可以建立奖惩机制，对表现优秀的员工给予表彰和奖励；对表现不佳的员工进行培训和指导或采取相应管理措施。

#### 4.4 强化信息安全保障

在移动互联网背景下，信息安全问题日益凸显。电

力企业作为能源供应和服务的重要主体之一，其信息系统和数据的安全直接关系到国家安全、社会稳定和客户利益。在推进营销服务创新的同时必须强化信息安全保障。企业应建立完善的信息安全管理体系和制度规范，明确信息安全管理职责和权限分工；制定严格的信息安全管理制度和操作规程；加强信息安全的培训和宣传教育工作等<sup>[4]</sup>。企业应注重技术防护和应急响应能力的建设，采用先进的信息安全技术手段如加密技术、防火墙、入侵检测等保护信息系统和数据的安全；建立完善的应急响应机制以应对各种突发情况和安全事件；定期进行信息安全风险评估和漏洞扫描等工作以及时发现和修复潜在的安全隐患。企业还应加强与相关部门和机构的合作与交流，积极参与国家信息安全标准和规范的制定和实施工作；与公安、网信等部门建立紧密的合作关系共同打击网络犯罪和信息安全威胁；与行业协会、研究机构等开展合作与交流共同推动信息安全技术的创新和发展。

#### 结束语

在移动互联网的浪潮中，电力营销服务的创新是电力企业持续发展的关键。通过增强服务意识、创新服务模式、提升服务品质及强化信息安全，电力企业不仅能更好地满足客户需求，提升客户满意度，还能在激烈的市场竞争中脱颖而出。未来，随着技术的不断进步和市场的不断变化，电力企业需保持敏锐的洞察力，不断探索和实践新的服务创新策略，以推动企业的持续健康发展。

#### 参考文献

- [1]宋本福.移动互联网背景下电力营销服务优势及创新对策[J].科学与财富,2021,13(23):389-390. DOI:10.12293/j.issn.1671-2226.2021.23.193.
- [2]付新华.分析移动互联网背景下的电力营销服务创新[J].科技创新导报,2019,16(8):226,228.
- [3]邓宏强.互联网背景下电力营销的服务模式[J].通讯世界,2018(11):117-118.
- [4]陶莹.关于移动互联网背景下的电力营销服务模式研究[J].工程技术研究,2018(14):117-118.