

供电企业电力营销优质服务提升研究

郭明皓 韩宇鹏

国网陕西省电力有限公司洛川县供电分公司 陕西 延安 716000

摘要：在能源格局持续革新、市场竞争日趋激烈的当下，供电企业的发展态势备受瞩目。本文聚焦于供电企业电力营销优质服务的提升研究。阐述了供电企业电力营销优质服务的理论内涵，剖析了当前存在的服务意识淡薄、响应速度慢、内容单一及服务人员素质有待提高等问题。针对这些问题，提出了树立正确服务意识、优化服务流程、丰富服务内容、加强服务人员队伍建设以及利用信息技术提升服务水平等策略，旨在助力供电企业提升电力营销服务质量。

关键词：供电企业；电力营销；优质服务；提升研究

引言：在当今电力市场竞争日益激烈的背景下，供电企业的电力营销优质服务至关重要。优质服务不仅能提升客户满意度，增强企业竞争力，还关乎企业的长远发展。然而，目前供电企业在电力营销服务方面存在诸多不足，影响了客户体验和企业形象。因此，深入研究供电企业电力营销优质服务提升策略，解决现存问题，优化服务体系，对于供电企业在新形势下实现可持续发展具有重要的现实意义。

1 供电企业电力营销优质服务理论概述

供电企业电力营销优质服务，贯穿于电力产品销售及售后的各个阶段。其秉持以客户为核心的服务理念，深入洞察客户在用电过程中的多样需求。从保障电力供应的稳定性与安全性，到精准且合理地核算电费，再到简化各类用电业务办理流程，无一不是围绕客户体验展开。优质服务的核心目标在于全方位提升客户满意度，培养客户忠诚度，以此增强企业在市场中的竞争力。在服务特性方面，具有显著的无形性，与实体商品不同，服务并非直观可见，而是通过客户在使用电力及享受相关服务过程中的切身体验来感知。同时，即时性也是其关键特性之一，例如故障抢修，客户一旦报修，供电企业必须即刻响应并展开处理，这就要求企业拥有一套高效且紧密衔接的服务体系。无论是日常的电力供应，还是针对客户特殊需求的定制化服务，如为高耗能企业提供节能优化方案，或是为居民客户普及智能用电知识，都需确保各环节协同运作，从而有力保障电力营销优质服务得以切实落地，为客户创造更大价值^[1]。

2 供电企业电力营销服务存在问题

2.1 服务意识淡薄

部分供电企业员工尚未充分认识到服务在企业运营中的关键地位。在日常工作中，存在对客户咨询敷衍了事的现象，认为电力作为刚需商品，客户没有太多选

择，从而忽视客户感受。例如在营业厅，当客户询问电费计算方式变更问题时，工作人员可能只是简单回应按照新规定执行，未详细解释变更原因及对客户用电成本的影响，导致客户对供电企业产生不满情绪。从管理层面看，一些领导对服务质量重视不足，考核机制侧重于业务指标，如售电量、电费回收等，对服务质量考核权重较低，使得员工缺乏提升服务意识的内在动力，未能将优质服务融入日常工作的每一个细节，严重影响了企业的整体服务形象。

2.2 服务响应速度慢

在客户报修电力故障时，供电企业的服务响应常出现延迟。一方面，故障报修流程繁琐，客户需经过多个转接环节才能准确描述故障情况，延长了故障受理时间。例如，客户拨打客服热线后，可能先被转接到不同区域的接线员，再被转接到专业故障报修部门，期间信息传递可能出现偏差。另一方面，抢修人员调配不合理，部分地区抢修人员数量不足，面对集中出现的故障，无法及时赶赴现场。而且在故障定位技术上，部分企业仍依赖传统人工排查，效率低下。

2.3 服务内容单一

目前，多数供电企业的服务内容主要集中在基础电力供应与电费收缴方面。在客户多元化需求日益增长的当下，这种单一服务模式难以满足客户。例如，对于工业大客户，除了稳定供电，他们还期望供电企业能提供用电节能改造方案，帮助降低用电成本，但供电企业在此方面服务缺失。在居民客户层面，随着智能家居普及，客户希望能获得与智能用电相关的指导服务，如智能电表使用、家庭用电设备智能化联动设置等，供电企业却未能及时跟进。

2.4 服务人员素质有待提高

部分服务人员专业知识储备不足，在面对客户复杂

的用电问题时,无法准确解答。如客户咨询新型电力设备接入电网的技术规范时,服务人员因不熟悉相关标准而无法提供有效帮助。在服务态度上,一些员工缺乏热情与耐心,与客户沟通时语气生硬,容易引发客户反感。而且在服务技能方面,部分员工不熟悉新的业务系统操作,在办理业务时效率低下,如在推广线上电费缴纳业务时,无法熟练指导客户完成操作^[2]。

3 提升供电企业电力营销优质服务的策略

3.1 树立正确的服务意识

3.1.1 强化全员服务理念

供电企业应通过持续的培训与宣贯活动,将服务理念深深植入每一位员工心中。定期开展服务理念培训课程,邀请行业专家剖析优质服务案例,分享客户服务技巧,让员工从理论层面深刻理解服务的重要性。同时,在企业内部设置服务明星评选机制,对在日常工作中展现出卓越服务精神的员工进行表彰,以榜样的力量激励全体员工。例如,设立月度“服务之星”奖项,获奖者的事迹在企业内部宣传栏、工作群中广泛传播,让员工切实感受到优质服务带来的荣誉与价值。此外,将服务理念融入新员工入职培训体系,从员工加入企业的第一天起,就为其树立以客户为中心的工作导向,确保全员在思想上高度统一,积极投身于提升电力营销服务质量的工作中。

3.1.2 建立服务文化

供电企业要着力打造具有自身特色的服务文化。首先,明确企业服务宗旨,如“以电为基,用心服务,照亮每一个客户的生活”,并将其融入企业的使命、愿景之中,使其成为全体员工共同的价值追求。通过在企业办公区域、营业厅张贴服务标语、展示服务成果等方式,营造浓厚的服务文化氛围。其次,开展服务文化主题活动,如“服务文化月”,期间组织服务技能竞赛、服务故事分享会等,让员工在活动中加深对服务文化的理解与认同。同时,将服务文化纳入企业制度建设,在绩效考核、晋升机制中充分体现服务质量的权重,激励员工积极践行服务文化,从行为上保障服务文化在企业内部生根发芽,推动电力营销优质服务的持续提升。

3.2 优化服务流程

3.2.1 简化业务办理流程

供电企业需对现有业务办理流程进行全面梳理,去除繁琐冗余环节。例如,在新装用电业务中,减少不必要的证明材料,将原本需客户提供的多项重复证明统一整合为一张综合信息表,通过内部信息共享机制,由供电企业自行核实相关信息。同时,推行“一站式”服务

模式,在营业厅设立综合业务办理窗口,客户无需在多个窗口来回奔波,即可一次性完成所有业务手续办理。此外,借助线上平台,实现业务办理的全程电子化。客户可通过供电企业官方APP或网站,在线提交业务申请、上传资料,系统自动审核并反馈办理进度,大大缩短业务办理周期,提高客户办事效率,为客户提供便捷、高效的用电业务办理体验。

3.2.2 建立快速响应机制

为确保客户诉求得到及时处理,供电企业应建立一套高效的快速响应机制。首先,优化客服热线系统,运用智能语音导航技术,根据客户语音指令快速精准转接至相关业务部门,减少客户等待时间。同时,配备专业的客服团队,确保在客户进线的第一时间,能够准确记录客户问题,并迅速将工单派发至责任部门。对于电力故障报修,制定严格的响应时间标准,如城区故障30分钟内抢修人员出发,偏远地区60分钟内响应。通过定位技术实时跟踪抢修人员位置,合理调配资源,确保以最快速度抵达故障现场。建立故障处理反馈机制,在抢修过程中,定期向客户通报进展情况,修复后及时回访客户,确保客户满意度,全面提升供电服务的及时性与可靠性。

3.3 丰富服务内容

3.3.1 提供个性化服务

供电企业应深入调研客户需求,利用大数据分析技术,根据客户的用电习惯、行业特点、用电负荷等数据,对客户进行精准画像。针对不同类型客户,提供个性化服务方案。例如,对于商业客户,可根据其营业时间和用电高峰低谷,制定专属的错峰用电建议,帮助其降低用电成本。对于居民客户,若家中有电动汽车,可提供充电桩安装指导及分时电价优惠套餐推荐。针对高耗能企业,安排专业团队上门,进行能源审计,量身定制节能改造方案,助力企业节能减排。通过个性化服务,满足客户多样化、差异化需求,提升客户对供电企业的认同感与依赖度,使供电服务更贴合客户实际,增强企业在市场中的竞争力。

3.3.2 拓展增值服务

供电企业可积极拓展增值服务领域,为客户创造更多价值。在智能用电方面,推出智能家居用电管理服务,帮助居民客户实现家庭用电设备的智能化控制与优化管理,如远程控制家电开关、根据电价波动自动调整用电设备运行时间等。面向企业客户,提供电力设备代运维服务,由供电企业专业人员定期对企业电力设备进行巡检、维护和故障排除,确保设备稳定运行,减少企

业运维成本与风险。此外，开展电力市场信息咨询服务，为客户提供实时电价信息、电力政策解读以及用电市场动态分析，帮助客户做出更合理的用电决策，通过这些增值服务，拓宽供电企业服务边界，提升客户满意度，实现企业与客户的双赢发展。

3.4 加强服务人员队伍建设

3.4.1 提升人员专业素质

供电企业应构建完善的培训体系，提升服务人员专业素质。一方面，定期组织内部专业知识培训课程，邀请行业专家或企业内部资深技术骨干，为服务人员讲解电力系统运行原理、最新电力技术应用、用电安全法规等知识，使服务人员能精准解答客户各类专业用电问题。例如，开展月度电力技术知识讲座，内容涵盖智能电表原理与常见故障处理等。另一方面，积极鼓励服务人员参加外部专业培训与认证考试，如注册电气工程师考试等，拓宽人员知识视野，提升专业技能水平。同时，利用线上学习平台，提供丰富的学习资源，让服务人员可根据自身时间与需求，自主学习专业知识。通过定期考核，检验学习成果，并将考核成绩与绩效挂钩，激励服务人员持续提升专业素养，为客户提供更专业、可靠的服务。

3.4.2 强化人员服务技能

除专业知识外，服务技能的强化也至关重要。供电企业可开展服务技能专项培训，包括沟通技巧、客户投诉处理技巧等。通过模拟真实服务场景，让服务人员进行角色扮演，演练与客户沟通的流程与话术，提升其沟通能力与应变能力。例如，设置客户对电费有异议的模拟场景，培训服务人员如何耐心倾听、解释电费构成并安抚客户情绪。同时，邀请专业服务培训师，进行服务礼仪培训，规范服务人员言行举止，如微笑服务、文明用语使用等。此外，建立服务案例库，收集整理日常服务中的优秀案例与问题案例，组织服务人员学习讨论，从成功案例中汲取经验，从问题案例中吸取教训，不断强化服务人员服务技能，提高整体服务水平。

3.5 利用信息技术提升服务水平

3.5.1 建设智能电网

供电企业应大力投入智能电网建设，通过先进的信息技术实现电网的智能化运行与管理。在电网感知层

面，广泛部署智能传感器，实时监测电网的电压、电流、功率等参数，精准掌握电网运行状态。一旦出现异常，能迅速发出预警并定位故障点，极大缩短故障排查时间。例如，在复杂的配电网中，智能传感器可快速识别线路短路或设备过载等问题。同时，利用大数据分析技术对电网运行数据进行深度挖掘，预测电力需求变化，优化电力调度，实现电力资源的高效分配。如根据不同区域、不同时段的用电需求，精准调配电力，减少停电风险，保障电力供应的稳定性与可靠性，为客户提供更优质的用电体验，提升供电企业整体服务质量。

3.5.2 推进“互联网+电力营销”

供电企业需积极推进“互联网+电力营销”模式，搭建便捷的线上服务平台。借助官方网站、手机APP等渠道，实现各类用电业务的线上办理，客户可随时随地进行电费缴纳、用电申请、业务咨询等操作，打破时间与空间限制。例如，客户在APP上提交新装电表申请，系统自动流转至相关部门审核办理，并实时反馈进度。利用互联网大数据，深入分析客户用电行为与偏好，为客户推送个性化的用电套餐、节能建议等信息，提升客户满意度。此外，通过线上平台开展互动营销活动，如用电知识问答赢电费红包等，增强客户参与度与粘性，实现电力营销服务的数字化、智能化升级，提高供电企业市场竞争力与服务效率^[1]。

结束语

在电力市场竞争愈发激烈的当下，提升供电企业电力营销优质服务水平刻不容缓。本文深入剖析现存问题，如服务意识淡薄、流程繁琐等，并提出一系列针对性策略。从树立正确服务意识、优化流程，到丰富服务内容、加强人员建设以及借助信息技术，这些举措相辅相成，旨在全方位提升服务质量。

参考文献

- [1]王楠.关于供电企业电力营销优质服务提升途径研究[J].商情, 2021, (19):103-104
- [2]张灿.关于供电企业电力营销优质服务提升途径探讨[J].电力系统装备, 2020, (8):206-207.
- [3]刘红云.关于供电企业电力营销优质服务提升途径研究[J].电子乐园, 2021(4):361-362.