

# 供电营业厅电力营销优质服务水平增强措施探讨

倪 雯

扬州三新供电服务有限公司江都分公司 江苏 扬州 225200

**摘要：**随着电力市场化改革的持续深化，供电营业厅电力营销优质服务的提质升级对电力企业高质量发展至关重要。优质服务是连接电力企业与用电用户的核心纽带，直接决定用户满意度与企业市场核心竞争力。当前营业厅服务存在流程效率不足、人员素养欠缺、需求响应滞后、供给精准度不足等突出问题，需从流程优化、人员建设、响应提效、精准供给等维度提出改进路径，并构建长效管理体系，为服务质量提升提供切实可行的方案。

**关键词：**供电营业厅；电力营销；优质服务；服务优化

引言：新型电力系统建设稳步推进，电力市场竞争格局持续重塑，供电营业厅作为电力营销的一线服务窗口，其职能已从传统业务办理终端，升级为企业品牌塑造、用户价值挖掘的核心载体。优质服务是电力营销工作的核心抓手，直接关系用户用电体验、企业品牌口碑与市场份额。当前供电营业厅服务体系仍存在诸多适配性短板，难以满足用户多元化、个性化的用电需求，亟须对服务优化路径与长效管理机制展开系统性探究。

## 1 供电营业厅电力营销优质服务的重要性

供电营业厅电力营销优质服务是连接企业与用户的核心纽带，其重要性体现在多维度价值创造；优质服务能直接提升用户用电体验，通过精准响应需求、高效解决问题，增强用户粘性与满意度，构建长期信任关系。在市场竞争中，差异化服务成为企业核心竞争力，细致周到的服务可吸引潜在客户，扩大市场份额；同时，优质服务促进内部管理优化，倒逼服务流程标准化、人员专业化，形成良性循环。此外，通过主动沟通与需求洞察，能挖掘用户潜在用电需求，推动产品创新与服务升级，实现企业与用户价值双赢，最终助力电力行业高质量发展，夯实民生服务根基<sup>[1]</sup>。

## 2 供电营业厅电力营销优质服务现存问题

### 2.1 服务全流程运行效率不足

供电营业厅服务全流程运行效率不足，主要体现在业务办理环节衔接不畅与响应滞后。用户从咨询到业务完成需经历多个步骤，如需求确认、资料提交、系统录入、现场勘查等，各环节间信息传递易出现延迟或遗漏，导致用户等待时间延长。部分营业厅存在人工审核与系统操作并行的情况，人工处理速度受限于人员熟练度与工作量，高峰时段易出现排队积压；此外，跨部门协作效率偏低，如客服、运维、财务等部门间沟通渠道不畅通，问题反馈与解决周期被拉长。服务流程标准化程度

不足，部分环节缺乏明确时限要求，导致执行弹性过大，效率稳定性难以保障，这些因素共同作用，降低了用户对服务效率的感知度，削弱了电力营销服务的竞争力与用户满意度，需通过流程优化与协同机制完善加以改善。

### 2.2 服务人员专业素养有待提升

供电营业厅服务人员专业素养提升需求迫切，集中体现于业务知识深度、沟通技巧与应变能力三方面。部分人员对电力产品特性、用电政策解读存在理解偏差，导致用户咨询时信息传递不准确，影响服务权威性；在沟通环节中，部分人员缺乏主动倾听与共情表达，难以精准捕捉用户潜在需求，易引发误解或不满。面对突发问题或复杂需求时，应变能力不足，如系统故障处理、用户情绪安抚等场景，缺乏快速响应与有效解决方案，延长问题解决周期；此外，服务创新意识薄弱，对新兴用电场景、智能设备操作等新知识学习滞后，难以满足用户多元化需求；专业素养短板直接降低服务体验质量，削弱用户信任度，需通过系统化培训、情景模拟演练及经验共享机制，推动服务人员从“技能熟练”向“价值创造”转型，夯实优质服务根基<sup>[2]</sup>。

### 2.3 服务需求响应及时性不足

服务需求响应及时性不足，核心体现在用户诉求传递与处理链条的延迟性。用户通过线上线下渠道提交需求后，信息需经多级转办至具体处理人员，过程中易因流转路径冗长、责任划分模糊导致响应滞后。部分营业厅缺乏实时反馈机制，用户无法及时获知需求处理进度，加剧等待焦虑；跨部门协同中，如客服与运维、市场等部门信息同步不及时，问题定位与解决方案制定周期被拉长。此外，高峰时段人工座席不足或系统响应缓慢，进一步延长用户等待时间。需求响应延迟不仅降低用户即时满足感，更可能因问题累积引发用户不满，损害服务口碑；需通过优化信息流转路径、建立实时反馈通道、提升跨

部门协同效率及强化系统响应能力,缩短需求处理周期,实现从“被动响应”向“主动预判”的升级,提升用户服务体验。

#### 2.4 服务供给精准度有待优化

服务供给精准度需优化,主要问题在于用户需求洞察与资源匹配存在偏差。部分营业厅对用户用电习惯、消费特征分析不足,导致服务推荐与用户实际需求错位,如套餐推荐不匹配用电量、节能建议缺乏针对性。需求细分维度单一,仅按业务类型划分,未深入挖掘用户潜在需求,如家庭用户对智能家居用电支持、企业用户对峰谷电价优化等个性化需求未被充分识别。服务资源分配不均衡,高峰时段人力与系统资源集中于基础业务办理,对高价值用户或复杂需求支持不足,影响服务体验;精准度不足还体现在信息推送冗余,用户常收到无关营销信息,降低信息接收意愿。需通过用户画像深化、需求分层管理、资源动态调配及智能推荐算法应用,实现从“广覆盖”向“精准触达”的转型,提升服务供给与用户需求的契合度,增强用户价值感知。

### 3 供电营业厅电力营销优质服务水平增强核心措施

#### 3.1 优化营业厅服务全流程体系

优化营业厅服务全流程体系需聚焦流程重构与效率提升。通过梳理业务办理全流程,识别冗余环节并实施标准化改造,如咨询、受理、办理、反馈等环节明确时限与责任,减少用户等待时间。引入智能排班系统,动态调整窗口与人员配置,高峰时段增设快速通道,缓解排队压力;在信息流转方面,建立统一服务平台,整合线上线下渠道,实现用户需求一次录入、多系统共享,避免重复提交。跨部门协作中,推行“首问负责制”与“限时办结制”,确保问题快速转办与跟踪;同时,通过用户反馈数据反哺流程优化,形成“识别问题—调整流程—验证效果”的闭环机制,持续提升服务流畅度与用户感知,推动服务从“可办”向“好办、易办”升级,夯实优质服务基础<sup>[3]</sup>。

#### 3.2 强化服务人员专业能力建设

强化服务人员专业能力建设需围绕知识更新、技能提升与服务意识深化展开。通过定期开展电力产品特性、用电政策解读、智能设备操作等专项培训,确保人员掌握最新业务知识,提升信息传递准确性。引入情景模拟与角色扮演训练,强化沟通技巧与应变能力,培养主动倾听、共情表达及复杂问题处理能力;建立经验共享平台,鼓励优秀服务案例分享与问题复盘,推动隐性经验向显性知识转化。同时,将用户满意度、问题解决率等指标纳入绩效考核,激发人员主动提升动力,通过“培训—

实践—反馈—优化”的闭环机制,推动服务人员从“技能执行者”向“价值创造者”转型,提升服务专业度与用户信任度,为优质服务提供坚实人力支撑。

#### 3.3 提升服务需求响应的及时性

提升服务需求响应及时性需聚焦流程优化与技术赋能。通过压缩用户诉求传递层级,建立“需求受理—分派—处理—反馈”的直通路径,减少中间环节耗时;引入智能派单系统,根据问题类型、紧急程度自动匹配处理人员,实现快速响应。实时反馈机制方面,开发用户端进度查询功能,支持需求处理状态实时推送,缓解用户等待焦虑。推行“联席办公”模式,客服、运维、市场等部门常驻同一平台,问题定位与解决方案同步推进;在系统响应能力方面,升级业务系统性能,优化数据库查询逻辑,提升高峰时段系统并发处理能力,通过“路径缩短—技术赋能—协同增效”的综合策略,推动需求响应从“被动等待”向“主动高效”转变,提升用户即时满足感与服务口碑。

#### 3.4 推动服务供给精准化升级

推动服务供给精准化升级需以用户需求为核心,构建数据驱动的精准服务体系。通过用户用电行为、消费习惯等数据深度分析,形成动态用户画像,识别家庭、企业等不同用户群体的差异化需求,如家庭用户对智能家居用电支持、企业用户对能耗优化方案的需求。基于用户画像,开发智能推荐引擎,实现服务内容与用户需求的精准匹配,如定制化套餐推送、节能建议个性化生成。同时,建立服务资源动态调配机制,根据用户需求密度与紧急程度,实时调整人力、系统资源分配,确保高价值需求优先响应,通过“数据洞察—需求匹配—资源优化”的闭环,推动服务供给从“广覆盖”向“精准触达”转型,提升用户价值感知与服务效率,实现用户需求与供给资源的高效对接<sup>[4]</sup>。

### 4 供电营业厅电力营销优质服务长效管理体系构建

#### 4.1 完善服务质量常态化管控机制

完善服务质量常态化管控机制需构建多维度监测与动态改进体系。通过用户满意度实时反馈、服务流程节点跟踪、系统操作日志分析等手段,持续捕捉服务质量波动信号,如业务办理延迟、用户咨询误解等细节问题。建立量化评估维度,如业务办理效率、问题解决时效、用户投诉率等,定期生成可视化质量报告,精准定位服务短板,针对发现的问题,推行“问题溯源—整改方案制定—效果验证”的标准化流程,确保问题根源性解决,避免同类问题重复发生。同时,建立经验沉淀库,将优秀服务案例与问题整改经验转化为标准化操作规范,推动

服务能力持续提升,通过常态化管控,实现服务质量从“被动应对”向“主动预防”转变,形成持续改进的良性循环,为优质服务提供长效保障。

#### 4.2 健全服务人员正向激励体系

健全服务人员正向激励体系需聚焦内在动力激发与职业成长赋能。通过建立多维绩效评估模型,将用户满意度、问题解决效率、创新建议采纳率等可量化指标纳入考核,使激励与实际贡献直接关联。设计差异化奖励方案,如技能认证津贴、服务之星荣誉、专项培训机会等,满足不同人员发展需求;推行“成长积分制”,将日常服务表现、学习成果、团队协作等行为转化为积分,积分可兑换职业发展资源或个性化福利。同时,建立透明化晋升通道,明确技能等级与岗位晋升的对应关系,增强职业路径可见度,通过正向激励与职业成长的双重驱动,激发服务人员主动提升意识,形成“贡献—认可—成长”的正向循环,提升团队整体服务活力与专业价值,为优质服务提供持续人才动能。

#### 4.3 搭建服务质量闭环优化通道

搭建服务质量闭环优化通道需构建全流程问题处理与迭代机制。通过用户反馈平台、员工建议箱、系统操作日志等多渠道动态收集服务问题,确保问题来源全面且真实;建立问题分类与优先级评估体系,依据问题影响范围、紧急程度及用户满意度影响进行分级,如高频咨询误解、业务办理延迟等分别制定处理策略。针对不同级别问题,推行标准化处理流程,明确责任部门、处理时限及验证标准,确保问题快速解决且根源性消除;处理完成后,通过用户回访、内部复盘会等方式收集处理效果反馈,验证改进措施有效性。将成功经验与问题根源分析纳入知识库,形成可复用的解决方案库,通过“问题收集—分级处理—效果验证—知识沉淀”的闭环通道,推动服务质量从“单点改进”向“系统优化”升级,形成持续自我完善的动态机制,为长效管理提供坚实支撑<sup>[5]</sup>。

#### 4.4 推进服务全流程标准化建设

推进服务全流程标准化建设需聚焦流程规范与操作统一。通过梳理业务办理全流程,明确咨询、受理、办理、反馈等环节的操作标准与时限要求,确保各环节衔接顺畅、责任清晰。制定标准化服务话术与行为规范,统一服务人员沟通方式与专业形象,提升用户感知一致性。引入流程管理系统,实现业务办理进度可视化追踪,减少人为操作差异。建立质量抽检机制,定期对服务流程执行情况进行检查,确保标准落地;同时,通过用户反馈与内部复盘,持续优化标准细节,如简化冗余步骤、调整时限设定等,使标准更贴合实际需求。通过全流程标准化,推动服务从“经验驱动”向“标准驱动”转变,提升服务稳定性与用户信任度,为优质服务提供坚实制度支撑。

结束语:供电营业厅电力营销优质服务的提质升级,是电力行业践行民生服务责任、提升市场核心竞争力的关键举措。通过全流程服务体系优化、服务人员专业能力建设、需求响应效率提升与精准化服务供给,可有效破解当前服务运营的核心痛点。常态化质量管控、正向激励体系与全流程标准化建设构成的长效管理机制,为服务质量持续提升筑牢根基,最终实现电力企业与用电用户的价值共赢,助力电力行业高质量发展。

#### 参考文献

- [1]臧林怡.供电营业厅提升电力营销服务质量的策略探讨[J].营销界,2023,(14):17-19.
- [2]丁玲,顾韞华,吴艳.“互联网+”营销服务模式提升供电营业厅综合服务能力[J].上海电力大学学报,2021,37(S1):93-95.
- [3]李路远.提高优质服务水平对电力营销工作的影响研究[J].电力设备管理,2024,(17):259-261.
- [4]杜姝颖.智能电网背景下优质服务对电力市场营销中的作用及思考[J].电气技术与经济,2023(07):223-225.
- [5]于连祥,董子君,齐剑,等.电力市场背景下供电企业电力营销策略创新[J].2024,(24):273-275.