

Exploring Ways to Enhance High-quality Services in Power Market Marketing for Power Supply Companies

Feng Ma

State Grid Shandong Electric Power Company Heze City Dingtao District Power Supply Company, Heze, Shandong, 274100, China

Abstract

With the rapid development of China's modern electric power industry, the internal reform marketing technology of electric power enterprises is also constantly improving, adapting to the background of market economy. Modern electric power enterprises should take the initiative to respond to the market and optimize the reform and marketing work of modern power market. Under the background of modernization, we will actively expand the electric power marketing channels, formulate personalized plans for customers, and realize the high-quality development of electric power enterprises. Based on this, this paper on the power supply company power marketing quality service to improve the way to explore, for reference.

Keywords

power supply company; electricity marketing; quality service; promotion approach

供电公司电力市场营销优质服务提升途径探寻

马峰

国网山东省电力公司菏泽市定陶区供电公司, 中国·山东 菏泽 274100

摘要

随着中国现代电力事业迅速发展, 电力企业内部改革营销技术也不断提高, 适应了市场经济大潮背景。现代电力企业应主动应对市场, 优化现代电力市场的改革营销工作。在现代化的背景下, 积极拓展电力营销渠道, 制定客户的个性化方案, 实现电力企业的高质量发展。基于此, 论文就供电公司电力市场营销优质服务提升途径进行探究, 供参考。

关键词

供电公司; 电力市场营销; 优质服务; 提升途径

1 引言

随着中国民众对环境保护意识的日益提高, 电力使用量持续攀升。城市电力企业在短时间内迅速发展壮大。然而, 由于公司运营模式和策略脱离实际发展需求, 导致电力企业营销管理方面出现诸多困扰。由于营运方式的滞后和营运方法的僵化, 电力公司的发展变得非常困难。因此, 电力企业的销售管理人员需要不断创新经营模式, 改变发展观念, 针对销售中出现的问题进行逐步分析和解决。

2 优质服务在电力市场营销过程中产生的推动作用

在电力市场营销过程中, 优质服务起着至关重要的推动作用。首先, 优质的服务能够提升顾客满意度, 通过及时响应客户需求、解决问题和提供个性化的服务方案, 增强客

户对电力公司的信任与忠诚度。这种良好的客户关系有助于稳定现有市场份额, 并通过口碑效应吸引新客户, 从而扩大市场份额。其次, 优质的服务还能够提高企业的品牌形象。在竞争激烈的电力市场中, 企业提供的服务常常成为区分自身与其他竞争对手的重要标志。通过高标准的服务质量, 企业能够在消费者心中树立起正面的品牌形象, 这有助于企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。最后, 优质服务还能促进企业的长期发展。通过不断优化服务流程、提升服务效率和质量, 企业能够降低运营成本, 提高运营效率, 从而在保证利润的同时, 实现可持续发展^[1]。

3 电力市场营销优质服务的推动方式

3.1 提高电力产品质量

电力管理系统供应商向企业客户提供各类电能产品, 并负责管理系统的运行质量指标。这些指标的好坏直接影响客户对电能产品和服务系统的满意度, 对供应商的整体发展至关重要。为了积极打造供电公司的优质用电服务信誉品牌, 增进供电客户对电力产品质量的满意度, 供电公司提出

【作者简介】马峰(1985-), 中国山东单县人, 本科, 助理工程师, 从事电力营销研究。

了努力提升保证用户供电服务质量的能力，以确保电力客户获得真正安全、可靠稳定的绿色电力产品。

3.1.1 加快一户一表改造

电力市场营销的优质服务推动方式之一是加快实施“一户一表”改造，即对居民用户进行电能表的独立安装，确保每户家庭拥有单独的电表计费。这样的做法可以优化用电管理，减少电费纠纷，提高计量准确性。通过推广“一户一表”，可以提升电力公司的服务质量，增强用户的获得感和满意度。同时，它有助于实现精准计量、节能减排和公平收费，为构建智能电网和推进市场化改革奠定基础。此外，这一措施还有利于加强用电监控和管理，防止偷电漏电现象，保障供电安全和稳定。

3.1.2 加大对电网的运维管理力度

推动电力市场营销优质服务，关键在于强化电网的运维管理水平。首先，需要建立完善的运维体系，制定科学合理的维护计划，确保电网设施处于最佳运行状态。同时，利用先进技术如大数据分析和物联网技术来提升故障预测和诊断能力，减少停电事故的发生，提高供电可靠性。其次，应加强员工培训，提升服务意识和专业技能，确保在用户出现问题时能够迅速响应并提供有效解决方案。再次，通过客户关系管理（CRM）系统收集和分析用户反馈，不断优化服务流程，提供个性化和增值服务。最后，加大宣传力度，让用户了解公司在提供优质服务方面所做的努力和成果，增强用户的满意度和忠诚度。通过以上方式，可以有效提升电力市场的服务水平，满足用户需求，促进电力企业的持续发展^[2]。

3.1.3 完善供电抢修机制

供电公司应当加强系统内部和各专业部门的紧密协同配合，尽快完成重大电力故障现场抢修保障工作。这需要与95598、抢修保障班组、调度中心等相关营销专业部门系统加强业务沟通，以最短时间内完成工作，旨在实现现场营销业务与配电线路之间的信息共享，使末端操作信息充分融合，以提高事故抢修准确度和速度，确保客户信息查询畅通、回访及时准确，全面提升企业客户服务质量。

3.2 改进与创新营销服务方式

3.2.1 强化窗口服务管理

在推动电力市场优质服务的过程中，强化窗口服务管理是至关重要的。首先，需要对窗口服务人员进行专业培训，确保他们对电力产品和市场有深入的了解，能够提供专业的咨询和服务。其次，优化服务流程，简化手续，提高办事效率，减少顾客等待时间。最后，应引入现代化的服务管理系统，比如客户关系管理（CRM）系统，以便更好地跟踪客户需求和反馈，实现个性化服务。同时，加强服务质量监管，定期进行服务质量评估，及时发现问题并改进。可以设立顾客满意度调查，收集顾客意见和建议，不断提升服务水平。还可以通过激励措施，如设立“服务之星”等奖励机制，鼓

励窗口服务人员提升服务质量，增强服务意识^[3]。

3.2.2 服务渠道扩展

在电力市场营销中，推动优质服务的一个关键方面是服务渠道的扩展。通过多样化的服务渠道，能够为不同类型的客户提供便利、高效的服务，从而提高客户满意度和忠诚度。首先，可以通过建立线上线下相结合的服务平台来扩展服务渠道。线上服务包括官方网站、手机应用程序和社交媒体平台，这些渠道可以提供24小时不间断的查询、缴费、报修等服务。线下服务则包括传统的营业厅、自助服务终端以及流动服务车等，这些渠道能够满足那些偏好面对面交流或者不方便使用线上服务的客户的需求。其次，可以通过与其他行业合作，利用合作伙伴的渠道资源来扩展服务范围。例如，与银行、便利店等合作，使客户能够在更多的地点进行电费缴纳、查询等操作。最后，还可以通过智能化技术的应用来提升服务渠道的效率。例如，运用大数据和人工智能技术对客户行为进行分析，从而提供更加个性化的服务推荐，或者通过物联网技术实现智能抄表、远程监控等功能，提高服务响应速度和准确性。

3.2.3 建立客户经理服务方式

针对大型企业客户或关键客户群体，用电企业应尽快配置专职高级客户服务管理人员，为其提供全方位服务。同时，应明确服务管理人员的工作职责和权利，包括完善岗位制度规范和流程要求等详细内容；主要负责为这一类重要的大客户企业提供一站式专业服务，协调和解决高端用电客户企业日常故障和抢修工作等任务；积极支持开展信息调研收集管理，获取重要地区用户个性需求反馈，向本地供电网络企业提供关键客户意见与建议，并及时向上级领导传达；积极加强与关键反馈用户的业务沟通，保持良好的客户关系，通过有效协助反馈管理工作，满足需求用户并提高企业满意度。供电公司领导应充分考虑客户服务具体情况，制定切实可行的服务经理绩效评估指标。在综合考核中，需重视服务管理流程指标与实际工作业绩评估的有效结合，同时，应及时将该考核指标与客户经理个人的绩效考核相结合，真正激发员工的积极性和主动性，为各供电企业带来更大的效益^[4]。

3.3 健全营销服务保障机制

3.3.1 建设电力营销服务管理系统

建设电力营销服务管理系统，实现对电力市场运营状况的实时监控与管理，提供数据分析支持，帮助制定更加科学合理的营销策略。通过这个系统，可以整合客户服务资源，优化服务流程，提高服务效率和质量，增强客户满意度。同时，系统还能为客户提供在线咨询、故障报修、电费查询等便利服务，实现服务的数字化、智能化，从而提升整个电力市场的服务水平和竞争能力。

3.3.2 建立营销服务监督机制

为全方位确保企业电力资源销售及优质服务，电力公司领导应合法设立健全销售管理服务和监督考核机制，全面

监督电力产品销售与服务全流程的服务质量,及时发现并解决相关问题。落实企业的绩效评价制度,对电力商品销售团队在全年的各项工作目标实施定期考核,评估工作服务质量,根据评估结果采取相应的奖励和惩罚措施,全面监督电力企业销售人员的日常工作服务。充分发挥“95598”电力市场服务热线网络的互动作用,接受各地客户对电网销售服务的投诉建议,注重利用现代广播、电视、网络监控等媒体传播优势,拓展了营销管理服务咨询的监督宣传渠道,构建了一个多维立体的宣传监督咨询服务网络,确保供电公司电力网络营销工作服务水平一直处于较高水平。

3.4 建设高素质工作队伍

电力公司员工的服务管理质量主要取决于企业营销团队的专业水平。为提升服务质量,需加强高素质电力营销团队的文化建设,提高一线员工的职业综合素质,以更好地履行工作职责。在积极建设公司高素质人才营销管理团队体系的过程中,管理层需持续加强企业人力资源战略的开发和执行力度,秉承选拔专业人才的理念,选拔具有前瞻性、技术全面、服务创新意识的销售人员,组建高效的营销精英团队。同时,必须及时为在职学习的一线营销从业人员提供全面、系统且有效的专业技能强化培训,其中包括采用多种专业培训和考核方式相结合的方式,以提升教育和培训的整体效果。这样可以让企业营销服务人员在短期内掌握更多实用的业务知识和管理技能,为未来的服务工作提供全面、顺利且有效地发展奠定基础。另外,企业管理层应尽快建立更完善、有力的人才激励考核监督机制,实行严格奖惩分明政策,建立有效规章制度体系,以确保企业优质专业化服务管理目标的高效实现。这对于推动企业长远持续稳定发展具有重要的监督和推动作用^[5]。

3.5 建立优质服务评价体系

电力供应商应首先建立健全可靠的电力服务用户评估体系,以不断提高电网用户供电服务质量。该评估体系可以

包括员工评价、客户满意度评价以及社会用户评价等。营销企业绩效评价制度主要针对电力公司的营销人员进行全面绩效评价,评估标准包括员工道德、职业水平、工作表现、客户满意度等方面;客户评判标准应该以客户代表根据当地供电公司的服务质量来评估服务水平为主要目标,客户代表应书面评价服务态度、承诺时效、沟通用语、现场环境、操作方法、质量问题后的紧急处理等各项指标;社会服务质量评价是在规定的时间内,由当地社会相关部门、公众、媒体等共同对各地供电公司员工的生活服务和满意度进行综合评价。具体社会评价要素包括个人口碑、形象和效益水平等,可采用的评价形式包括电话回访、投诉、座谈会以及回执单等。

4 结语

供电公司要通过客户需求导向、服务流程优化、员工培训与激励、客户关系管理、质量监控与反馈、品牌建设与宣传、创新服务产品开发以及合作与联盟等多种途径,不断提升电力市场营销服务的质量和水平,以适应市场的变化,满足客户的需求,提高公司的竞争力。通过这些措施,供电公司可以实现服务的持续改进和客户满意度的提升,为社会经济的发展作出更大的贡献。

参考文献

- [1] 卢霞依.新电改背景下BQ供电公司的营销策略研究[D].南昌:华东交通大学,2023.
- [2] 熊雅.供电公司电力市场营销优质服务提升策略研究[J].中国电力,2021(12):88-89.
- [3] 路瑶.如何提升电力企业市场营销优质服务水平[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2017(6):24-25.
- [4] 秦雪萍,王迪.供电公司电力市场营销优质服务提升途径探寻[J].现代营销(下旬刊),2016(10):68.
- [5] 叶文锋.浅谈电力市场营销及电力优质服务在营销中的作用[J].通讯世界,2016(21):147-149.