

提升电力营销优质服务助力优化营商环境

邢莲莲¹ 魏正帅²

1. 国网天津静海供电有限公司 天津 301600;

2. 国网冀北电力有限公司青龙县供电分公司 河北 秦皇岛 066500

[摘要] 电力营销是电力企业经营和管理的核心,做好电力营销管理,不断提升电力优质服务水平,不仅能够为用户提供更加优质的电力产品和服务,同时也是电力公司保证自身经济效益实现企业平稳发展的必要举措。因此,电力企业一定要不断更新营销服务理念,健全营销服务体系,尤其重视对于良好的营商环境的优化,提升“获得电力”指数,提高企业竞争力,实现企业的生产经营目标,促进电力企业的长远发展。

[关键词] 电力; 营销; 营商环境; 优质服务; 策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.345

一、电力营销优质服务的重要意义

1.1 电力营销优质服务能够为消费者带来更多便利

电力营销优质服务就是在电力营销中采取多种方式为广大客户提供更加专业、便捷的服务,通过对消费者需求的满足来提高企业的信誉,进而实现企业电力市场的扩展和经济效益的提升。提高电力营销优质服务就是为用户提供更加安全可靠的电力产品和不断拓展电力服务内容,减少电力故障的发生率,满足社会对于电力资源和服务的高品质需求。

1.2 电力营销优质服务有助于电力企业经济效益增长

电力营销优质服务的提升是企业营销的重要目标,电力企业通过优质的营销服务来获得消费者的认可和信赖,能够在激烈的市场竞争中占据有利地位,不断扩展企业的市场竞争力,进而实现企业经济效益的提升和可持续发展。一个电力企业要想在市场竞争中站稳脚跟,就必须重视电力营销服务能力的提升,营造良好的营商环境,只有这样才能够巩固市场地位,促进企业的长远发展。

二、电力企业在营销服务中存在的问题

2.1 电力营销管理观念落后,服务态度不足

电力企业作为电力商品的生产者和经营者,在市场经济体制下,面对瞬息万变的市场,企业市场营销管理人员如果不能及时转变营销观念,深刻认识电力营销优质服务的重要性,就很有可能造成营销服务的滞后,制约着企业的发展。当前我国电力企业的市场营销的观念还比较滞后,过分关注销售业绩,忽略了用户需求的满足和优质服务水平的提升,营销服务水平低。

2.2 服务手段单一,营销服务难以满足用户需求

电力行业在我国属于垄断行业,其特殊的行业地位导致许多电力企业缺乏对于市场营销服务的重视和关注。电力企业在为用户提供电力商品的同时,并没有能够为用户提供更加优质化和多样化的电力营销服务,服务方式极其片面,服务的模式和手段单一,服务技能有待提高,电力营销服务的效果较差,不能够满足用户对于电力服务的高品质需求。

2.3 营销服务团队缺失,营销模式亟待创新

当前电力企业中许多营销服务人员的业务素质参差不齐,影响营销服务水平。同时许多企业的市场营销服务模式与当前的市场和用户需求严重脱节,许多企业营销创新走上了过于追求形式创新和一味模仿照搬的误区,市场营销和服务的手段和方法效率也低下,缺乏用户服务创新体系,急需对此进行创新和改进。

三、提升电力营销优质服务、不断优化营商环境

3.1 加强对于营商环境的重视,关注“获得电力”

当前经济形势和上级决策层的部署要求使当前“优化营商环境”成为企业需要着重关注的话题。营商环境指的是随着企业活动整个过程的各种周围情况和条件的总和,涉及企业活动的社会、经济、政治和法律等多个要素。“获得电力”指标是世界银行营商环境评估体系十大指标之一,反映了企业获得电力供应的难易程度,主要包括办电手续、接电时间、接入成本、供电可靠性和电费透明度指数等4个重要的二级指标。电力企业要想提高经济效益和核心竞争力,必

须要重视加强对于“营商环境”的优化工作,推动“获得电力”指数的提升是电力企业责无旁贷的责任。

从根本上而言,“获得电力”指数的提升可以概述为硬件管理和电力服务2个方面。在硬件管理方面,要建设坚强电网,减少电力中断的持续时间和频率,为用户提供更加稳定、可靠的电力供应。在电力服务方面,要优化用户办电的流程和环节,为用户提供更加便捷的办电流程;要不断创新服务方式,加强电力营销,通过为用户提供优质的服务来提升用户的用电体验。

3.2 强化硬件管理,提高供电可靠性

在强化硬件管理方面,首先要提升城市和乡村配电网的供电可靠性,构建合理的网架结构,并不断优化配电网运行方式,提升电力设备的健康水平。其次,要提升电网规划建设 and 电网运行的精细化管理水平,围绕目标网架规划,有序开展电网规划建设和改造,实现网架结构的强筋有序和标准统一,并通过精益化管理提升电网运行的安全性和可靠性。再次,要提高电网故障抢修的效率,大力推广智能移动巡检技术和在线监测技术,执行运维抢修一体化的运作模式,切实提升抢修的效率;要全面推广“不停电”作业,扩大不停电区域的覆盖面并积极拓展不停电作业种类,实现电力可靠供应。

3.3 优化服务软实力,改善客户电力获得感

在优化电力服务方面,首先要优化用户办电流程,以某供电公司为例,该公司在高低压新装、增容、临时办电等办电业务的受理环节推行“一证启动”,客户提供一种有效主体资格证明就可以实现业务办理,最大限度地减少客户往返次数,优化业务办理速率和服务效率。同时,该企业还实现业务限时办理制度,对办电时长进行压缩,并且实施用户内部工程服务契约制度管理,有效改善了客户电力获得感。其次,通过“掌上电力”APP实现对于电价、电量和电费等信息的查询和相关业务的办理,有效提升客户获取用电信息的便捷度,提高用电透明度,改善客户的服务体验。

四、结语

电力企业营销管理水平的高低关系着企业自身的经济效益。面对日趋激烈的电力市场竞争,电力企业如果不能提高营销服务水平,优化营商环境,就无法赢得消费者和市场,保证企业的经济效益。因此,电力企业必须要认识到市场营销环境的变化,不断改进电力营销的理念和策略,为消费者提供更加优质的电力产品和电力服务,构建良好的营商环境,树立良好的企业形象,促进电力企业的长远发展。

参考文献

- [1] 伏涛, 张丹丹. 供电企业怎样提升电力营销优质服务[J]. 城市建设理论研究: 电子版, 2016(15): 5264.
- [2] 乔琦. 优化营商环境以客户为导向全面提升“获得电力”指数[J]. 中国电力企业管理, 2018, No. 533(20): 16-18.
- [3] 周雷, 王崇懿, 刘颖. 国网锦州供电公司: “登门送服务”优化营商环境“互联网+”助力企业发展[J]. 民心, 2017(5): 61.