

新时代服务理念在提高电力营销服务管理水平中的应用

杜长欣 李雪飞

国网天津静海供电公司 天津 301600

[摘要]电力营销服务管理是决定电力企业是否能够长远发展的重要工作内容,优质的电力营销服务管理可大幅提高企业的客户服务质量,为客户带来良好的服务体验,为企业树立良好的企业形象,对于促进电力企业的发展具有重要意义。进入新时代后,人们对社会服务的要求不断提高,因此根据人们当前的实际需求,构建新时代服务理念,并以此作为基础对电力企业电力营销服务管理进行改革,可对电力企业的发展起到积极推动作用。

[关键词]新时代服务; 电力营销服务; 应用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.122

一、电力营销服务管理中现存问题

1.1 缺乏正确服务理念

电力营销服务管理的优劣直接影响电力企业的发展速度,虽然大多数电力企业均开始着力于提高电力营销服务质量的工作,但是由于其缺乏正确的服务理念,致使其始终无法提高电力营销的服务质量,从而无法为客户提供优质服务。所谓缺乏正确的服务理念,一方面部分电力企业在发展电力营销服务时,依然将传统的服务理念作为服务根本,而传统的服务理念已经无法满足当前的社会需求;另一方面部分企业追逐时代的步伐,将电力营销服务理念与网络信息技术相结合,大力创新,但是在创新过程中毫无顾虑,只是为了创新而创新,并没有将客户的需求作为创新的基础,从而导致其无法被大众所接受。

1.2 客服人员能力不足

客服人员在电力营销服务中扮演着重要角色,拥有丰富专业知识和优异沟通技巧的客服人员能够为客户提供高质量服务,其不仅能让客户获得优质服务,同时还提高了企业形象,促进电力企业未来的发展。但目前大部分电力企业的客服人员存在能力不足的问题,首先部分客服人员年龄较大,虽然其年资较长,对电力营销服务的了解程度较高,但是对新鲜事物的学习能力较差,同时也缺乏创新意识;其次部分客服人员相对较为年轻,由于工作经验不足使其在为客户服务时,容易出现错误,并且缺乏临场应变能力和突发事件应急能力,从而导致客户体验极差,对企业的整体形象造成不利影响。

1.3 客户满意程度较低

电力企业面对的客户群体较为广泛,面对如此巨大的客户群体,在为其提供电力营销服务的过程中,难免会有客户对其服务质量或服务态度产生不满,大多数电力企业对客户提出的建议均会采纳,但是其中部分电力企业仅是采纳客户建议和意见,并未对此做出及时的整改或仅是作表面工作,当客户在此接受电力企业的服务时,发现原有的问题依然没有改进,便会使客户的满意度降低,致使电力企业的形象下降,对于电力企业的进步具有不利影响。

二、新时代服务理念在电力营销服务管理中的应用

进入新世纪后,互联网技术和信息技术发展迅速,越来越多的科学技术走进千家万户,人们的生活更趋于智能化,而这一现象的发生导致人们对社会服务的要求越来越高,新时代服务理念在这样的环境下应运而生,新时代服务理念以客户为中心,通过大数据分析对电力企业客户的需求进行全面分析,根据客户的不同需求为其提供更个性化的服务,从而确保服务质量。

2.1 树立新时代服务理念

电力企业作为我国经济发展的重要组成部分,将先进的客户服务理念应用其中既可加大电力企业的发展势头,对于促进我国经济发展也具有重要作用。电力企业将新时代服务理念与电力营销服务相融合,在企业内部构建新时代服务体制,通过定期培训,让企业内每一位员工均能充分了解新时代服务理念的全部内容,并根据这一理念对企业内电力营销

服务制度进行改革,实现电力企业信息化建设。客服人员为客户服务时需要秉承严谨的态度,一方面客服人员与客户进行电话交谈时,介绍电力产品避免出现过于肯定的词语,切莫过度夸张,从而避免客户对电力产品的真实性产生疑虑,容易发生误会,另一方面客服人员与客户交谈时语气尽量亲切,介绍产品时需要展现出扎实的专业知识。

2.2 创新服务技巧

客服人员受传统服务理念的影响,其服务技巧较为单一,营销话术方面也缺乏创新,亘古不变的营销话术会使客户大概率产生厌恶感,降低客户对客服人员的耐心,此外,部分客服人员对专业知识的掌握度不会熟练,部分客户提出的问题,使其无法及时将答案反馈给客户,从而导致客户对企业的专业水平产生疑惑。因此在新时代服务理念的基础上,利用互联网对客户的产品需求进行全面调查,并对调查结果进行细致分析与总结,根据总结内容制定客服人员专业培训方案,定期对客服人员进行培训,同时让企业内专业能力较强的客服人员对所有客服人员进行情景示范,从而提高客服人员的营销话术能力,此外,在产品经理和相关专业人员的指导下,督促客服人员学习专业的电力产品知识。

2.3 设立客户反馈机制

与原有的客户反馈机制有所不同,基于新时代服务理念的客户反馈机制以客户为中心,电力营销服务全程电话录音,为客户服务前必须清晰说出自己的工号,当客户对电力营销客服人员的态度产生不满时,客户可直接登录电力企业的网站对客服人员进行投诉,随后会结合客户投诉内容和电话录音,对客服人员进行相应的处罚,并且在处罚后会向客户致电道歉,缓解客户对企业的不良印象。另外,客户可通过网站对电力企业的电力产品提供改良建议或对电力营销的服务提出改进建议,相关管理人员必须在第一时间对客户提出的建议进行审查,如果建议对企业发展和服务质量的提升有一定帮助,可立即加以整改,如果建议不可行则需要致电客户,并说明未接纳建议的原因,获得客户的理解。

三、结语

在电力企业当中,电力营销服务管理工作极为重要,适应社会需求以新时代服务理念作为基础,积极改进电力营销服务管理,提高服务质量,其对于企业形象与企业发展均具有重要意义。

参考文献

- [1]涂安.新时期电力营销领域的客户服务管理策略[J].低碳世界,2017,(29):126-127.
- [2]刘娟丽.提升电力营销服务管理水平的对策研究[J].产业与科技论坛,2018,17(8):232-233.
- [3]姬彦君.电力市场营销的新观念以及优质服务的应用分析[J].商品与质量,2018,(51):191-191.
- [4]张淑敏.精细化电力营销服务管理及其提升策略[J].消费导刊,2018,(44):287-287.
- [5]阳武.新形势下供电营销服务管理工作分析[J].企业科技与发展,2018,444(10):269-270.