

供电营业厅电力营销优质服务水平的提升策略

穆彦海 韩峰

国网内蒙古东部电力有限公司科左后旗供电分公司 内蒙古 通辽 028100

[摘要] 社会经济的发展,推动着人们的消费水平正在不断的提高。并且在新时代发展中,电力资源是国家主要发展动力,因此对于其服务水平也有了更高的标准,同时,电力资源也对国家的经济发展以及人们生活质量的逐步提高都有着很大的影响和意义。

[关键词] 营业厅; 服务水平; 策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.789

随着社会经济的不断发展,居民对生活水平的质量越来越高。而在电力市场的环境当中,供电营业厅电力的高质量营销服务水平是作为供电企业生存以及发展的主要条件,同时也受到了人们的关注。因此,根据国家目前在供电营业厅所遇到的问题以及结合其优质的服务水平对供电营业厅所能带来的重要影响。

一、高质量服务在供电营业机构中的重要性

营业服务产品质量无疑是当今国际知识经济发展时代企业市场竞争的重要考核内容之一,只有不断提供更好的营业服务,才能在众多的市场竞争者中脱颖而出,赢得最大的社会效益和企业最大发展空间。为了在电力市场竞争中顺利取胜,供电经营企业必须高度重视供电公司营业厅的各项电力市场营销以及服务管理工作。高质量的供电服务水平有利于促进供电经营企业健康、可持续发展,有利于满足居民客观上保持社会主义经济健康发展的基本需要,保证我国供电企业稳定和保持可持续发展。

二、电力营销服务的现状

随着我国电力市场需求量的不断扩大增加,我国供电公司营业厅的电力市场份额也在不断扩大,电力供应服务经常出现供不应求的特殊情况,如何为广大用户及时提供更优质的电力服务,已逐渐成为我国供电公司营业厅经济发展建设过程中必须着手解决的首要服务问题。

(一) 市场营销者对于用户的服务态度不够好

对于电力营销者来说,经常都是直接接触用户的人。因此,在大多数的情况下,电力营销者的服务态度将直接影响用户的选择。市场营销者的品牌形象又直接代表着整个企业的社会影响力。市场营销者服务质量、态度直接影响着用户的选择,而营销者的形象又代表着企业的影响力。但是,电力企业在我国传统经济发展管理模式下,服务质量意识薄弱,员工整体业务素质不高,缺乏主动、热情,是较为常见的现象,比如员工面对广大用户的各种质疑,不能积极作出解答,有时还可能表现为不耐烦、难以及时满足广大客户的服务要求,长期给广大客户利益造成不良影响,供需矛盾日益激化,进而严重影响我国电力企业的社会效益。

(二) 售服务手段落后

当前我国许多地区的电力营业厅在营销方式上还保留着传统的营销方式,电力营销技术和手段相对落后,这种

营销方式很难满足用电量逐渐增加的社会现状,难以收集到用户的有效信息,对用户的实际情况缺乏了解,没有从用户的实际需要出发,很难提供满足用户需求。此外,当前我国电力市场营销已由卖方市场逐步转向买方市场,市场竞争压力日益增大,无论在服务质量还是提高企业竞争力方面,都需要依靠信息化来完善服务内容和手段。

(三) 电力营销者服务态度不够好

供电公司营业厅的市场工作人员认为,服务好用户就是在工作中的一个笑脸,其实优质的市场服务水平应该包括:市场服务态度、服务推广质量、服务推广内容等诸多方面,必须从提高服务态度入手,不断提高自身的市场业务素质和企业综合服务素质,学会充分运用企业信息化管理技术和服务软件,真正从每个用户的实际需求角度出发,站在用户的立场去思考问题,才能真正不断完善整个供电公司营业厅的市场服务推广内容,才能不断提高整个供电企业服务的综合质量。

(四) 缴费方式的宣传力度不够

从目前供电营业厅的营销可以看出,在供电企业部门中,主要的缴费形式基本上都是自动缴费终端、支付宝、微信缴费等。而在众多的缴费方式当中,受到人们欢迎以及使用最多的就是支付宝以及微信缴费。同时,一些电力企业单位在众多的缴费方式上面有了变化,但是对于绝大多数的消费者来说,经常使用的缴费方式还是比较传统的。因此,大部分的消费者营业厅进行缴费的时候,基本上都是去往柜台上面进行缴费。而针对这一状况的发生,就让其他的缴费形式频率降低,进而造成了自助设备无法发挥实际作用,出现了资源浪费的情况。

三、如何提高供电营业大厅的电力营销优质服务

提高我国电力企业营销服务水平,首先相关企业部门需要深刻理解我国电力企业营销的基本内容,转变电力营销管理观念和电力工作管理方法,时刻密切关注广大客户的实际用电需求,从维护用户的利益角度,为我国供电营业厅的未来发展规划建立长期的战略客户关系,共同促进我国电力企业的健康发展,具体工作可从以下几个主要方面深入着手:

(一) 思想营销政治观念的重大转变

想要真正做好产品优质服务营销工作,首先必须要转

变思想政治观念，只有在思想上有一个新的转变，才能够做到真正的改变。同时，作为营销者也需要树立一个正确的思想营销观念，只有这样，才可以促进电力营业厅的进一步发展。因此，首先，企业单位要将优秀的营销观念树立在每一位工作人员的思想当中。坚持“以人为本”，为广大客户免费提供各种亲情式优质服务，努力不断拉近中国供电服务企业与客户之间的服务距离，让客户能够享受更周到贴心的优质服务，逐步提高公司优质服务管理水平。树立依法合规经营、优质服务不等于无偿提供服务的经营理念，既要严格按照遵守现行相关法律法规规范开展市场营销服务工作，又要充分掌握和运用相关法律手段有效维护辖区供电企业的一切合法权益。

（二）人员素质的提高

优秀的服务队伍是供电营业厅电力营销工作提高服务质量的有效保障。为此，在具体服务工作中相关部门需要十分注重员工队伍素质建设，注重技能培训，不断提高全体员工的综合素质和售后服务水平。具体方法有：（1）坚持人才培养与职业教育相结合。在培训中不断提高供电公司营业厅业务营销管理人员的专业服务管理意识和专业服务水平。如：定期组织举办社会服务职业技能、礼仪、言行举止等各个方面的专业在职人才培养；（2）要不断加强电力市场营销管理人员的政治思想道德素质建设，抵制一切不良风气，改掉不良的工作生活习惯；（3）不断提高电力企业全体员工自身电力市场营销管理水平，同时，还应该需要注重不断提高电力企业全体员工的经营法律意识和管理制度规范意识，以此来能够更好的促进我国电力企业能源市场核心竞争力和经营管理水平的不断稳步提高，并能充分运用各种法律法武器有效保护供电营业厅的电力营销管理过程中可能遇到的法律问题。

（三）使用多元营销方式

当前供电营业厅的电力营销，必须在营销手段上做出相应的调整，以满足用户的不同需求，例如，对到营业厅办理业务的用户，可通过营业厅查询和咨询的方式，开展系列服务；对年轻群体，可通过电话回访、微信咨询等方式，来减少工作人员的工作压力。同时还需要让工作人员能够以认真的态度对待自己的工作。针对不常来营业厅的用户，可通过电话回访、微信咨询等方式，为用户提供方便，如在微信、支付宝等平台上，增加缴费选项，用户可直接用手机支付电费，方便快捷。电业营销者在工作过程中，应以顾客需求为出发点，以提高企业效益为根本原则，通过改变营销方式，提高顾客满意度，使企业的业务服务流程逐步规范化。加强新型缴费方式的宣传推广工作。而加强新型缴款方式的推广宣传，也是解决新型缴款方式利用率不高问题的重要举措。并且这一方式更加省力。首先，采用新型缴费方式，客户不必在营业厅就能省去来回奔波的时间；二是采用新型缴费方

式，无需排队，省去了客户在营业厅排队的时间。其次，新型的缴款方式在时间安排上更加自由灵活。营业厅的工作人员有固定的上下班时间，而新型的缴费方式可以实现随时随地的缴费，这对提高缴费效率非常有效。最后，新型缴费方式选择更加多样化；通过以上分析，新型缴费方式的种类是多种多样的，这给了客户更多的选择，使客户可以根据自己的情况选择最方便的缴费方式。

（四）优化营业场所设施条件

优化营业场所设施与环境，是有效提升供电营业场所电力服务的基础。第一，营业厅服务应尽量采用开放式的服务形式，并在每个营业厅的电子显示屏上及时张贴办事服务项目、办事服务流程等各种相关服务信息，让用户可以一目了然。二是精心设置顾客排队指示区，业务人员分区设置指示牌，顾客服务满意度评价调查表，意见簿等，充分体现尊重广大用户的自由选择，及时准确回复广大顾客的反馈意见。此外，顾客自身休息区还需要配有自动饮水机、老花镜、雨伞等便携式休息设备，为顾客的身心提供一个舒适便利的环境。比如，给用户可以准备一些茶水区和水果区，让用户可以在等待的过程中享受到优质的服务，让用户可以心情愉悦。

四、结论

以上就是针对供电营业厅服务水平等相关内容进行的论述。简而言之，在供电营业厅当中，优质的电力营销服务，不仅可以让整个电力企业以及社会的不断提高，还可以让其得到更加持续和稳定的发展。供电营业厅服务应该随着社会的发展而发展，尤其是县级供电营业厅，服务客户数量多，但发展转型速度慢，更应该引起广大供电企业的重视。本文通过分析县级供电营业厅的服务现状及存在的问题，使得不同年龄段、不同类型的客户都能够获得良好的体验，是供电营业厅优化的目的。当然，不同供电营业厅有不同的特点，不能一概而论，具体在实施过程中还需要因地制宜。总而言之，供电营业厅应该紧紧围绕“客户体验”，利用新技术新设备新理念不断进步，才能满足电力客户日益增长的服务需求。

参考文献

- [1] 赵黛菲, 朱雅魁, 刘珊珊. 浅析电力营销服务中的主要问题及应对策略[J]. 城市建设理论研究(电子版), 2015(21): 994.
- [2] 李春郁. 浅谈电力市场营销策略及优质服务在其中的作用[J]. 现代经济信息, 2012(6): 122.
- [3] 宋丽霞, 田秀娟. 电力营销管理中常见问题及应对策略探究[J]. 城市建设理论研究: 电子版, 2015(16): 3566-3567.
- [4] 李春郁. 浅谈电力市场营销策略及优质服务在其中的作用[J]. 现代经济信息, 2012(06): 114.