

精细化电力营销服务管理措施探究

周佳昕¹ 李奕腾²

1. 国网陕西省电力有限公司宝鸡市城区供电分公司; 2. 国网陕西省电力有限公司凤县供电分公司

摘要: 在市场竞争中, 电力企业作为国家的主导能源行业, 必须构筑一套完善的电力营销服务管理制度, 同时执行详尽的管理。这也表明, 如果电力企业想要达成其整体成长, 必须关注全局的利益, 设定一个持久的发展目标。将电力市场视竞争为指引, 持续优化发展方式, 培养出创新的思维模式, 这样才能让营销管理策略变得更加易行。在实际操作过程中, 需要坚守一些基本准则, 全力协同, 并建立信息管理系统, 以此来更有效地推动企业的发展。文章论述了精细化电力营销服务管理措施的研究, 期待能起到一定的借鉴意义。

关键词: 精细化; 电力营销服务管理措施

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2022.11.094

引言

随着社会进步, 电力企业的建设受到了越来越多的关注。在电力企业的营销服务中, 精细化管理已经成为主流发展方向, 这对于企业的成长有着极其重要的影响, 能够有效地提升服务水平。因此, 进一步深化对其的研究显得尤为必要。企业领导者需提升管理能力和水平, 以促进企业经营理念和方法的创新升级, 为广大市民提供优质的电力服务, 拓宽企业的发展道路。

一、电力企业营销精细化管理的重要意义

1. 提高企业整体运行效率

现阶段, 许多电力企业在运作过程中所遇到的核心问题就是执行力的不足, 其根本原因在于电力企业在市场营销体系、市场营销管理流程等环节上出现了严重的问题和疏漏。比如: 电力企业的市场营销团队缺乏协作精神; 电力企业的管理部门缺少详尽的管理目标; 这些问题的出现最后导致了电力企业的团结性差, 以及电力企业的经济收益逐步减少。通过在电力市场上进行精确的管理, 可以协助企业更深入地设定管理目标, 从而确保电力企业的执行力持续增强。

2. 提升电力企业的核心竞争力

伴随着社会主义市场经济体制的逐渐健全, 电力企业市场化的进程变得越来越清晰, 速度也在持续提升。近些年来, 国家对私营电力交易的许可, 实际上是对电力体制改革的一个关键指示, 这一现象的出现对电力企业带来了更大的挑战。电力企业需要迅速跟上时代的进步, 迅速适应市场经济的演变, 迅速应对由此带来的竞争和挑战, 并且需要迅速应对日益减少的客户群。在如此激烈的竞争环境下, 电力企业需要迅速提高自己的竞争优势, 实施对营销流程的精确管理和监督, 降低运营

成本, 增强企业的关键竞争力, 以此为企业的发展注入更多的活力。

3. 为电力企业的可持续发展提供保障

一直以来, 电力企业占据着主导地位, 其运营方式相当传统。电力企业的员工在职业技能、潜力和创新能力上表现欠佳。尤其是在构建电力企业的专业团队上, 更是存在诸多问题, 比如: 许多员工对营销领域的专业知识缺乏理解, 服务意识淡薄, 专业服务能力欠佳, 这些都给电力企业的运营带来了巨大的困难。精细的电力营销服务管理能够协助电力企业改变其思维方式, 保持与时代的同步。这不仅需要提高所有员工的市场营销、安全和企业发展的认知, 还需要他们始终坚守职责, 并在各自的职位上发挥关键作用, 从而为电力企业的长期发展打下坚实的基础。

二、电力优质服务在电力企业中的重要性

随着经济的不断发展, 优质的服务是电力企业在市场经济中提高竞争力的核心要素^[1]。电力企业要获得长期稳定的发展, 必须提高自身的服务水平。电力企业在提高经济效益的同时, 应注重社会效益, 提升服务质量, 以促进企业本身的发展^[2]。随着各行业的快速发展, 对用电量的需求也在不断增加, 由于电力资源的有限性, 造成我国电力供需矛盾日益突出, 这种矛盾已成为电力企业与客户间长期存在的主要矛盾。随着科技水平的提升, 我国对电力资源进行科学配置, 加上电力企业服务水平的不断升级, 这种矛盾才得到了缓解。

三、精细化电力营销服务管理措施

1. 制定科学化服务流程

精细化管理有助于对相关职员的服务行为进行规范, 从而提高企业的服务品质和效益。企业可以从两个

角度来设计相应的步骤：①电力需求。依据本地的电力供应需求和客户的实际情况，设计出科学且合理的服务步骤，以满足本地的电力需求。②政府有关机构的规定。电力企业作为国家的核心企业，政府有关机构将对其设立明确的标准，并要求相关企业在设计服务流程时必须遵守这些规定。两者需要协调一致，设计高品质的服务流程，以建立一流的服务和一流的企业。显然，在构建这个服务流程的过程中，会遭遇许多问题，企业需要主动接受用户的意见，持续改进和优化。如此，一个明确、清晰的服务流程能够推动企业完成相关任务，达成预定目标。企业内部的员工设定了明确的职责，这将极大地提高工作效率，对电力企业的市场营销服务也会产生积极的影响，从而使得服务质量不断提升。

2. 客户分析与细分

根据客户的用电需求进行细分，例如住宅用户、商业用户、工业用户等。不同类型的用户对电力的需求有所差异，因此针对不同用户群体提供定制化的产品和服务更能满足他们的需求。基于客户的行为模式和消费习惯进行细分。例如，一些客户更注重节能环保，另一些客户可能更关注电力稳定性或价格优惠。通过分析客户的行为模式，可以为他们提供相应的能源管理建议和个性化的服务方案。根据客户的偏好和特征进行细分，例如年龄、性别、收入水平、家庭结构等。这些特征可以帮助企业更好地了解客户的消费习惯和购买决策因素，从而针对性地开展营销活动并提供定制化的服务。根据客户的负荷特征进行细分，例如峰谷用电特征、季节性用电特征等。通过分析客户的负荷特征，可以制定差异化的电价政策和电力供应计划，以提高能源利用效率和客户满意度。根据客户的历史行为和价值进行细分，例如购买频率、消费金额、客户忠诚度等。这可以帮助企业确定高价值客户、潜在客户和流失风险客户，并针对不同客户群体采取相应的营销策略和服务措施。通过客户分析与细分，企业可以更准确地了解不同客户群体的需求和特征，从而制定精确的营销策略和服务方案。这有助于提高客户满意度、增加销售额，并建立稳固的客户关系。同时，随着技术的发展，人工智能和机器学习等技术也可以应用于客户分析与细分，进一步提升分析的准确性和效率。

3. 客户关系管理系统

CRM系统可以集中存储和管理客户的基本信息，包

括联系信息、用电需求、历史交互记录等。通过这些信息，企业可以全面了解客户的背景和需求，为个性化的服务提供基础。CRM系统可以记录和跟踪客户与企业的各种交互，包括电话、邮件、在线聊天、社交媒体等。这有助于建立全面的客户互动历史，提供更准确的服务和响应客户的需求。CRM系统可以帮助企业及时记录和跟踪客户的问题和投诉，并确保及时响应和解决。通过有效管理和处理问题，企业可以提高客户满意度，增强客户关系和忠诚度。基于CRM系统中的客户数据和交互记录，企业可以根据客户的特征和历史行为提供个性化的服务和定制化的营销活动。这可以帮助企业更好地满足客户需求，提高销售效果和客户满意度。CRM系统可以协助企业管理销售过程和销售机会，跟踪销售进展并提供销售预测。这有助于提高销售团队的效率和业绩，并确保销售机会的及时跟进和转化。CRM系统可以提供数据分析和报告功能，帮助企业了解市场趋势、客户行为和营销效果。基于这些分析结果，企业可以做出更明智的决策和制定精细化的营销策略。通过建立完善的CRM系统，企业可以更好地了解客户的需求和偏好，提供个性化的服务，增强客户满意度和忠诚度。这有助于提升企业的竞争力和市场地位，实现可持续发展。

4. 实现与税务部门的合作，降低电费回收风险的精细化管理

电费的顺利收回已经变成了确保电力企业稳定运营和推动经济发展的关键步骤。因此，电力企业需要尽早与税务机构建立协作关系，减少电费收回的风险。税务机构可以利用电子税收信息管理系统，有效阻止辖区内的加工企业逃避税款的行为。利用电子税务管理系统，成功地将企业的电力使用和税收相结合，通过观察客户的电力使用状态，来监控企业的生产状态，同时也能对其税收负担进行评价。

5. 完善相关管理制度

管理的基石是制度条例，它构成了管理任务执行的基础。因此，若想优化当前的管理情况，首先需要构建一套制度，以便为管理任务的执行打下坚实的基础。鉴于电力营销的覆盖面和视角广泛，因此在这个领域设计出精细化管理制度相对困难，必须根据电力营销的真实情况，参照精细化管理的特性来进行深入的规划。对这项管理任务的相关部门进行明确划分，对其管辖区域进行具体界定，并对整个管理过程进行详尽描述。此

外，一些可能的因素也会对此项管理任务产生影响。相关的领导者需要在设立规章制度时，考虑到这些潜在的风险，并将一些应对措施融入其中，以便创建一个更全面、科学、合适的管理体系，为此项任务提供依据和参照，从而提升该项任务的管理水平，推动精细化管理的有效实施，并助力电力企业的繁荣发展。

6. 加强基础设施建设

电力企业加强基础设施建设，维修和替换部分老旧的电力系统设施，及时学习和更新现代设备和技术，及时解决和维护容易出现问题的地方，合理安排电缆，有效避免地上电缆对生产生活造成影响，同时为电力维修工作人员配备专业设备，提高电力系统安全性，方便电力维修。增加电力投资，用于完善电力设施和设备，有利于保证人们的日常用电需求。在目前能源资源紧张的状态下，应提倡节约用电，引导顾客和用电企业合理用电，提高电力资源的利用率，杜绝电力浪费行为。加强电网建设，保障人们用电的可靠性，防止用电不稳定的现象发生。

7. 持续改进与反馈循环

建立多样化的反馈机制，包括客户满意度调查、投诉渠道、建议箱等，以便客户能够方便地提供反馈和意见。这些反馈渠道应该易于访问和使用，并且可以确保客户的意见得到及时响应。企业应该积极倾听客户的意见和建议，包括对产品、服务、交互体验等方面的反馈。这可以通过定期的客户访谈、焦点小组、社交媒体监测等方式实现。倾听客户的声音可以帮助企业更好地了解客户需求和期望，从而指导服务改进的方向。对收集到的客户反馈进行仔细分析和评估，识别出重要的问题和改进机会。这可以涉及对反馈数据的统计分析、情感分析、主题提取等技术手段，以获取深入洞察和有效的结论。根据反馈的重要性和紧迫性，确定优先级和行动计划。将反馈的问题和建议与企业的战略目标和价值观相匹配，制定具体的改进措施和时间表。将改进措施付诸实施，并确保相关部门和团队的配合和支持。这可能涉及流程的优化、员工培训、系统更新等方面的工作。持续监测和评估改进的效果，确保改进措施的有效性和可持续性。及时向客户沟通改进措施的实施情况，并邀请客户提供进一步的反馈。这可以增强客户对企业的参与感和信任感，并促使客户与企业建立更加紧密的合作关系。通过建立持续改进和反馈循环，企业可以不

断提高服务质量、满足客户需求，并建立良好的客户关系。这有助于提高客户满意度和忠诚度，增加市场份额和竞争优势。

8. 提升企业形象

在当前的市场环境下，电力企业若想实现持久的发展，不仅需要理解用户的真实需求，持续拓展市场，更需要重视提升企业形象，增强市场影响力。影响企业形象的主要因素包括电力产品的质量、营销服务的品质以及企业的信誉等，因此，提升企业形象也应该从这些方面入手。首要任务是持续优化电力供应，保证电力供应的安全和稳定，通过提供高品质的电力产品来吸引用户，让他们感到安心和放心，对企业产生深厚的信任，同时也为未来的市场推广和服务工作奠定基础。其次，提升服务质量，必须对过时的服务系统进行改良和优化。这就需要员工进行深入研究，更好地理解用户的真实需求，通过简化的供电服务流程为客户提供高质量的服务，并合理管理供电状况，以确保用电安全。通过科学且高效的管理方式，持续提升员工的服务质量，确保电力销售的各个环节都能有效运作，并塑造出优秀的企业形象。

结束语

随着经济的不断发展，电力企业也在不断地变化和改革。在激烈的市场竞争中，电力企业想脱颖而出，除履行自己的本职外，还应树立科学的发展观，提升企业优质服务水平，以树立良好的企业形象，用优质、高效的服务赢得市场的认可，从而促进企业长期稳定的发展。精细化管理方法，作为一种创新的运营方法，被引入到电力市场的运营管理当中，它不只是增强了运营管理的科学性，保证了所有的运营管理策略的正常实施，同时也有助于提高电力企业的日常运营效率，扩大电力企业的成长空间，推动其迅猛、稳定、长期的成长。

参考文献

- [1] 李俊端. 电力营销服务精细化管理措施研究[J]. 海峡科技与产业, 2020, (05): 22-24.
- [2] 靳雨欣, 韩留洋, 季圣杰等. 关于精细化电力营销服务管理措施的研究[J]. 中外企业家, 2019, (32): 110.
- [3] 黄玲. 精细化电力营销服务管理措施的研究[J]. 中国新技术新产品, 2019, (18): 138-139.
- [4] 朱建红. 精细化电力营销服务管理及其提升策略[J]. 企业改革与管理, 2018, (23): 102-103.