

浅谈电力营销管理标准化工作体系建设

卢婧朗 王淼 门志勇

国网辽宁省电力有限公司大连供电公司

摘要：我国经济快速发展的同时，社会也不断进步，随着工业化进程的持续推进，电力系统的成熟度也越来越高，新时代背景之下，电力公司的数量不断增长，这也加剧了电力市场的竞争。电力企业要想在竞争中占据有利位置就必须构建电力营销管理标准化工作体系，也只有如此才能跟上时代的脚步，电力营销管理效率才能更上一层楼，从而为客户提供更加优质的服务。

关键词：电力营销；管理；标准化；工作体系

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.03.100

引言

近几年我国供电企业的管理人员已经认识到标准化工作体系建设的关键性与必要性。电力营销管理的标准化工作体系标准框架也逐渐形成，虽然目前一部分企业进行了对应技术、岗位等工作标准的制定，但仅仅是如此还远远不够。我国自加入WTO之后开始深化改革电力体制，这也将更高的标准与要求抛给了供电企业，而作为供电企业，必须要做到工作的标准化与专业化。除此之外，从本质上来说，我国电力营销管理的特性在于灵活性、复杂性以及多变性。正因其存在这样的特性所以建设电力营销管理的标准化难度非常高。所以，电力营销应当从实际出发，做到全企业的标准化并构建对应的体系，与此同时，还应当对信息技术加以运用对实施的标准实施全方位的监督，构建自我补充、修正、提高的动态标准管理模型，为新标准的贯彻落实保驾护航。

一、标准化概念

在一定范围内获得最佳秩序以及对活动、结果规定共同或重复使用规则的文件被称之为标准。但需要注意的是标准性文件必须是协商达成共识之后制定的，且要获取机构的认可。标准的基础为科学、技术、经验的综合成果，标准的目的在于社会效益的最大化。

标准化指的是在一定范围之内进行最佳秩序的获取以及针对潜在或者已经存在的问题进行共同或重复使用的规则。整个过程为制定标准、发布标准以及标准的进一步实施。改进产品、过程、服务的实用性，避免出现贸易壁垒，为技术合作助力是标准化的意义所在。标准化的实质在于通过标准制定、发布以及实施实现统一。总的来说，标准化包含了以下特性。第一抽象性；第二技术性；第三经济性；第四连续性；第五约束性；第六政策性。统一、简化、协调、最优化原理为标准化的原理所在。

二、营销管理标准化的作用

(一) 集中全员思想，保证人才力量

在新时代背景之下企业应当始终坚持以人为本的理

念不断谋求发展。电力企业要想实现员工与企业的共同发展就必须贯彻落实营销标准化工作，也只有这样内部工作人员的综合素质才能得到质的提升，自身才能够实现可持续发展。

(二) 发展营销模式，提升工作效率

科学化地发展营销模式能够为一体化大营销模式的实现打下夯实的基础，并且营销管理的标准化有利于一体化管理模式的实现。营销业务流程的标准化与规范化以及管理标准的科学合理，能帮助电力企业提升营销服务的质量与效率。

(三) 建设统一平台，实现共同发展

共同发展是标准化的根本目标，营销管理不标准很容易导致不同经济发展地区营销管理的差异充分暴露出来，对此营销管理标准化对于电力企业是非常重要的，对其标准化建设以及营销管理能力的提升也颇有益处。

三、当下营销标准化存在的问题

营销标准化离不开电力企业内部员工的支持，因地区性经济发展存在差异所以当下部分地区电力公司的工作人员对于管理标准视若无睹，平时工作的时候依旧存在不根据标准操作的情况，这也给营销标准化策略的实施带来了严重的阻碍。除此之外，尽管目前电力企业营销标准化工作的开展比较顺畅，但由于其未能健全综合服务体系，所以营销管理结构还不具备较强的完整性，需要不断改进。

四、打造实用性强的电力营销管理标准化工作体系

(一) 构建工作标准并予以完善

电力营销管理面对的是规模庞大且有着不同需求的客户群体，在供电公司与客户之间电力营销管理起到桥梁的作用，其需要处理的是千变万化的案例。当下，电力企业的工作人员在处理业务期间大多依靠经验进行判断，而这就会导致经验丰富的老员工游刃有余而年轻员工束手无策的情况出现，也会引发一系列的矛盾。对于年轻员工而言，由于缺乏工作标准，因此很难在短时间内上手，只能跟着经验丰富的员工学习、积累经验。

以装接班验表工作举例，一部分工作人员可以直接根据表号或者是用户的指认找到电表并进行检验。但对于经验丰富的工作人员来说，其需要做的远远不止这两点。首先其会对电表与客户之间能否准确对应进行确认，这主要是因为他们知晓即使用户指认电表也可能因记忆不准存在错误。其次，如果确定存在问题，还会对其能否正常工作进行进一步的检验。从根本上来说，验表是服务客户帮助其解决难题的一个过程，并不单单只是对表的质量进行查验还需要提炼优秀的工作经验并将其制作为工作标准，要求所有负责验表的工作人员在平时上门解决问题的时候都根据标准开展工作，提升工作人员工作效率，让用户感受到验表人员的专业性，让用户更加信赖电力企业。

当下电力客户的规模不断扩大，供电公司为了在竞争中占据有利地位也逐渐提升了对工作人员服务方面的要求。但从现状来看，仅凭借老员工的力量显然无法做到为每一名客户提供优质服务，对此，需要我们总结老员工的优秀经验，提炼之后进行技术工作标准的制定，要求所有员工的日常工作都严格遵循技术工作标准。不仅如此，供电公司还应当就此标准进行对应规章制度的制定，利用规章制度来对各个员工执行标准的状况进行考核，找出薄弱点以及需要改进的方面不断完善。在日常工作的过程中，工作人员如遇标准范围之内的问题需要及时上报，共同协商解决对策。只有将工作标准严格落实到工作当中，及时总结经验、教训才能促使工作标准日益完善，工作人员的服务质量与效率才能得到有效的提升。

（二）构建标准化体系的动态管理模式

一般来说，电力企业的管理层是经过充分的思考与讨论之后才制定并发布对应的标准，但我们要认识到标准在制定之后并不是一成不变的。首先，在标准制定的过程中难免会有思虑不周的方面，所以在工作的時候如果遇到标准之外的情况要及时上报并完善标准。其次，电力营销是十分复杂的，时时刻刻都会发生变化，所以在工作中经常会遇到不同类型的问题，在这个时候就需要对原有的标准进行修正或者是进行全新标准的制定。简单来说就是动态管理标准制定、标准发布以及标准实施工作。

举例来说：2004年，南京市为了解决电力供应不足的问题，当地供电公司选择针对居民用户进行分时电表的换装，随即制定了任务，即在当年五月末完成十万个分时电表的换装，希望通过这样的方式能够将电卡表的隐患降到最低。首先该公司从电卡表客户入手，要求工作人员前往电卡表客户所居住的区域为其进行分时表的安装。但此项工作的任务量也是非常大的。而由于在供

电公司的营销管理信息系统内，电卡表客户各方面信息的记录规范性不高，工作的难度再次被加大。面临这样的局面，供电公司管理层人员在商讨之后选择放弃先打印轮换工单的方式，而选择进行空白换表单的打印，施工队的人员在前往电卡表用户小区换表的时候交由用户空白的换表单，由用户填写之后再对机内电表更换的流程进行补充，并在管理信息系统当中录入用户的换表信息。虽然这种方式解决了当下的困境，但因为涉及非常多的用户且供电公司内部处理回单的工作人员比较少，所以很多换表回单积压，在短时间内不能在营销MIS当中录入。基于这一情况，当地供电公司的管理人员又当下立断，从社会上招聘了一批临时的工作人员，由其协助工作人员来进行回单的处理。之后又委派专业人员分析装接班回单处理的相关流程。具体的处理流程包含了：第一，营销MIS对轮换计划进行全面审核。第二，进行轮换工单的打印。第三对轮换的工单采取手工的方式进行分拣，并将工单装订在用户的手工回单上，随后在机打轮换工单上填写手工回单上用户换表的相关信息。第四，在营销MIS中进行轮换返回处理。第五，在营销MIS当中登记换表用户在换表前使用电卡表的实际电量情况并将剩余电量退回给用户。第六，电费班编入抄表本。第七，在营业柜台将分时处理开通。综上所述我们可以发现，电力营销管理涉及的多项工作都是通过实践来不断完善的，只有构建标准化体系动态管理模式才能实现各项工作的高效运转。

五、依托信息技术进行高效标准化工作体系的构建

（一）构建收集、传递标准信息网络

从这一点来说，供电企业应当借助先进的技术手段来进行标准信息网络的构建，从而实现标准信息的及时收集与快速传递，也只有这样标准信息服务工作才能取得良好的成效。除此之外，供电企业还可以进行电力营销标准化体系主题网站的构建，将现有标准及时发布到网站当中，帮助用户对最新的信息加以了解。

网站的论坛是意见、建议收集的有效工具，在刚成立标准的初期阶段供电企业可以在网站上进行标准对应征集意见稿的发布，发动工作人员对用户的意见与建议进行全面收集，结合用户的想法来修改、完善标准，随后公示在网站上。待用户认可标准之后递交给上级主管部门对应的标准送审稿，由其展开进一步的审查工作，审查结束之后就形成了标准报批稿。供电公司可以将最新版本的标准草案随时发布在网站上，允许用户在发布正式标准之前提出自己的想法。当然，在颁布正式的标准之后用户依旧可以发表意见，从而帮助供电公司更好改进标准中的不足。

相比技术骨干完成上述过程之外笔者认为通过网上

论坛的方式收集意见的优势包含了：第一，可以调动工作人员的积极性，激励他们将平时工作中的经验分享出来，做到扬长避短。第二，此种方式不受时间、地点的限制，工作人员随时随地都可以进行讨论，且此种方式可以了解到员工的真实想法。第三，可以最大限度节省会议成本，会议有着较多的局限性，如果参会人员选择不那么通过会议很难商讨出适宜的标准方案，且反复商讨也会浪费大量时间，网上论坛的便捷化程度更高。但需要注意，负责网站的管理人员和负责论坛的管理人员在平时要注重采取严格的手段来管理网站和论坛，还应当贯彻落实后续的维护工作，除了做到信息的及时更新与完善之外，还要重视有利意见的收集，将信息安全管理落到实处，从而为供电企业营销标准化工作体系的构建奠定良好的根基，也只有这样才会有更多员工愿意参与到此项工作中来，工作效率与工作质量才能同步提升。

（二）电力企业标准化体系建设与信息化建设应当相辅相成

当下电力企业在建设标准化体系的过程中大多是将其从信息建设中独立出来，这也导致标准化体系不具备较强的实用性，作用无法完全发挥出来。对此供电企业应当对标准化体系建设、信息化建设以及实际工作三者之间的关系进行妥善的处理，对信息技术加以借用来实现自身标准的完善，从而实现资源配置的最优化，也只有这样供电企业的经济与社会效益才能达到预期。

1. 电力信息化建设现状

20世纪60年代电力行业信息化开始起步，发展至今已经有几十年的历史也形成了一定的规模。但从实际来看，因我国各个省份电力企业无论从规划还是从运作上都是完全独立的，所以统一信息化标准规范并未形成。加上专业应用较为复杂所以电力企业内部的职能部门只能结合部门的实际需求单独立项，开发的专用系统较为单一且不具备较强的开放性，电力公司运行着非常多独立的计算机系统，由于系统不同所具备的也是完全不同的功能，结构之间的差异也比较大，数据不兼容的情况时刻发生，这也导致“信息孤岛”问题出现。众所周知，供电公司和客户之间最有效的桥梁就是电力营销，在营销的过程中从众多信息中提取价值信息难度是非常大的。当下社会公众普遍认为ERP集成式信息系统可以改变这一现状，但企业实施此系统不仅仅是叠加内部各个部门的信息管理系统，而是对内部业务流程加以梳理之后进行重组、优化，只有这样企业自动化资源管理才能实现。而在电力行业中业务流程重组是十分重要的。

2. 电力信息化建设与企业标准化体系建设的关系

（1）电力信息化建设与企业标准化体系建设相互

依赖

业务流程重组的目的—致于企业标准化体系的目的，其都是为了帮助企业进行科学工作标准的构建，促使企业实现最大化的经济与社会效益。换言之，企业在建设标准化体系的过程中业务流程重组这一部分是非常关键的。电力企业信息化建设离不开建设标准化体系。并且在建设标准化体系的时候离不开信息技术的辅助，由此可见，在电力信息化建设中建设标准化体系是重中之重。

（2）电力信息化建设与企业标准体系建设相互促进

电力营销的动态特征是非常强的，经过不断的实践标准也会持续优化。除此之外，电力营销要求实施标准以及实施后的反馈要做到精准、及时。在企业信息化建设中纳入了标准化工作的相关内容之后很大程度上提升了企业标准化工作的效率。并且信息系统能够将更加全面、准确的数据提供给企业标准化工作的开展。高效、动态的标准化工作体系能有效推动企业的信息化建设。信息系统的建设质量很大程度上取决于信息化建设中需求分析的质量，营销信息系统能够及时作出动态调整的要求，高校的标准化工作体系能够将需求资料在最短时间内提供给信息系统的建设，营销信息系统的建设效率自然大大提升。电力信息化和企业标准化体系促进关系构建之后，企业的智能管理信息系统能够更加顺畅的工作。

六、结束语

经过上文的阐述可以了解到，供电企业的市场占有率以及经济与社会效益很大程度上受电力营销管理工作的影响，电力营销管理的效率也决定了电力企业后续的发展。在新时代背景下，市场形势瞬息万变，电力营销管理标准化的实施更是迫在眉睫。电力企业需要做的就是采取各项手段与措施大力构建电力营销标准化体系，实现现代化、规范化以及科学化的管理，也只有这样自身的效益才能得到提升，在激烈的竞争中才能占据有利的位置，可持续发展的目标才能早日实现。

参考文献

- [1] 杨蕾, 高圆. 浅谈电力营销安全中的标准化管理应用[J]. 中文科技期刊数据库(全文版) 社会科学, 2022(8): 4.
- [2] 陈伟芬. 分析电力营销管理标准化工作体系与建设[J]. 通讯世界, 2017, (14): 78-79.
- [3] 魏宇, 苗壮, 黄元园, 等. 电力营销安全中的标准化管理应用[J]. 大众标准化, 2022(4): 3.
- [4] 杨泉艳. 强化营销规范化管理 提升供电服务水平[J]. 农村电工, 2022, 30(3): 1.