

电力营销服务中的智能化转型与发展趋势分析

丁绅 金靓靓 康健

国网辽宁省电力有限公司阜新供电公司

摘要: 社会经济高速发展,促进了企业智能电网工程管理水平提高。在当今快速变革的数字时代,电力行业作为关键的基础产业,正面临着来自政策环境变化以及技术进步的多重挑战。在这个背景下,电力营销服务作为连接电力企业与用户的纽带,其智能化转型显得尤为重要。随着人工智能、大数据分析等技术的广泛应用,电力营销服务正经历着前所未有的智能化变革,这不仅对行业参与者提出了新的需求,也为电力行业的可持续发展带来了新的机遇。

关键词: 电力营销服务; 智能化转型; 发展趋势; 新能源

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.04.110

随着科学技术的不断进步,数字化、智能化的营销得到了广泛的发展。在这个背景下,电力营销服务作为连接供需双方的桥梁,其角色显得尤为关键。然而,传统的电力营销服务模式在应对新的市场条件和消费者期望时显得力不从心。因此,为适应电力市场的变革,智能化转型成为电力营销服务的当务之急。

一、电力营销服务的历史演变

电力营销服务的历史演变是电力行业在服务范围和方式上的持续进化的体现。最初,电力服务主要以基础的供电为主,服务手段相对简单。随着社会的不断发展和科技的进步,电力企业逐渐认识到服务不仅仅是电力供应,而是需要更全面的用户关系管理和满足多元化需求。在市场化改革的推动下,电力营销服务经历了由单一到多元、由实体到虚拟的演变过程。从最初的实体营业厅服务,发展到通过各种线上平台提供多元化服务,这一演变过程反映出电力企业在不断适应市场和顾客需求的过程中,服务体系的不断优化和创新。

二、智能化在营销服务中的应用

智能化在电力营销服务中的应用标志着电力行业向智能化、数字化转型的重要一步。随着人工智能、大数据和物联网技术的飞速发展,电力企业积极整合智能化技术,为服务提供更加智能和个性化的体验。智能客服系统的引入使得用户能够获得更迅速、准确的问题解答,智能报装业务的推出简化了用电手续,而远程监控技术则为电力企业实现对电网运行状态的实时监测提供了便利。这些应用不仅提高了服务效率,也实现了更贴近用户需求的服务。因此,电力企业逐渐认识到智能化在提升服务质量、提高效率和优化用户体验方面的巨大潜力,为电力营销服务带来了全新的发展方向。

三、电力营销服务方式和服务手段的现状

(一) 服务质量相对较低

在电力营销服务方面,目前存在一个显著的问题,即服务质量相对较低。虽然电力企业已对服务方式进行了改革,引入了多种渠道和手段,包括A、B、C三级营业厅、客服热线、手机客户端、微信和公众号等,同时采用了人工与智能相融合的方式。然而,服务的整体效率和收益并未达到预期水平。在主要服务场所,即A、B、C三级营业厅,虽然使用了多种手段进行辅助,但整个服务框架仍未能够建立起完整的用电业务办理工作,未能实现无缝转换和闭环运营。这导致顾客在进行业务办理时仍需在不同场所之间往返,造成时间和精力浪费。因此,电力企业亟须优化服务框架,提升服务质量,以更好地满足用户的需求。

(二) 不能满足人民群众日益多样化的用电服务需求

另外,电力企业还面临着一个不可忽视的挑战,即不能充分满足人民群众日益多样化的用电服务需求。尽管在实体营业厅内引入了一些现代化设备,例如自助缴费机和服务评价器,以提升服务设施的质量,但这仍然无法满足不断增长的用户需求。因此,为了更好地适应现代社会的需求,电力企业需加大对互联网移动中端等线上业务受理的投入,以提升服务的灵活性和适应性,确保能够满足人民群众日益多元化的用电服务需求。

(三) 科学技术相对落后

最后,在电力营销服务领域,科学技术的相对滞后成为一项不可忽视的问题。尽管电力企业致力于推动电力智能营销服务,但在实际操作中,科技水平的不足成为制约因素。尤其在线上报装业务中,尽管实现了部分远程操作,却因为相应的科学系统和集成功能未达标,无法实现信息的实时互通和更新。这造成了在线业务的局限性,仍然需要依赖人工操作完成其他功能,缺乏实

用性和操作性。为构建一个现代化科学化的用电营销服务环境，迫切需要提升科技水平。例如引入先进技术大数据和人工智能，以实现服务的实时性和智能性，从而更好地满足客户的需求，促使电力服务迈向科技创新和可持续发展的新阶段。

四、智能化在电力营销服务中的应用效果

智能化在电力营销服务中的应用效果显著，为用户提供了更便捷、高效的服务体验，同时也为电力企业提高运营效率和管理水平带来了显著成果。

（一）提升用户体验

1. 个性化服务推送

电力企业通过智能化技术，可以成功实现个性化服务推送，为用户提供更加定制化的用电体验。通过深度分析用户用电数据和行为，系统能够精准预测用户需求，向用户推送个性化的服务信息。例如，根据用户的用电历史，系统可以提供合理的用电建议，帮助用户优化用电计划，节省能源成本。这种个性化服务推送不仅提高了用户对电力企业的满意度，也加强了用户对电力服务的信任感，为电力行业与用户之间建立了更为紧密的互动关系。通过个性化服务推送，用户体验可以得到明显提升，为电力行业营销服务注入更具吸引力的智能元素。

2. 智能化用户反馈系统

电力企业在提升用户体验方面，可以引入智能化用户反馈系统，以更加及时、精准地了解用户需求和问题。通过该系统，用户可以方便地提交反馈意见，无论是对服务的满意度还是对存在问题的批评，都能得到快速响应。智能化用户反馈系统能够通过自然语言处理技术分析用户的反馈，识别关键问题，并将其迅速转达给相关部门进行解决。这项创新性的举措不仅可以提高用户对服务的参与感，也使电力企业能够更加敏锐地洞察市场动态。通过持续优化服务和解决用户关切，电力企业将可以更好地满足用户需求，建立起更加紧密的用户关系。

（二）提高运营效率

1. 智能客服系统

电力企业的智能客服系统可以成为提高运营效率的得力助手。通过引入先进的自然语言处理和机器学习技术，这一系统能够智能解答用户的疑问、处理投诉，实现更高效的客户服务。用户通过这个系统可以随时获取准确的用电信息，无需等待人工客服，大大缩短了用户

等待时间，提高了整体的服务效率。这种智能客服系统可以24小时在线服务，为用户提供了全天候的支持，为电力企业节省了人力资源，进一步提高了运营效率。通过智能客服系统的引入，电力企业将实现更智能、高效的客户服务，为用户提供更为便捷、及时的用电信息服务。

2. 自动化业务办理流程

电力企业通过引入自动化业务办理流程，可以彻底改变用户办理用电业务的方式。用户通过网上国网APP可以一键完成报装、变更等繁琐的业务流程，无须再亲自前往实体营业厅，省去了用户的大量时间和精力。这一自动化流程的推行不仅提高了用户的办事效率，也使得电力企业的运营更为高效。系统自动记录、审核业务信息，避免了人为操作的繁琐和错误，提高了办事的准确性和速度。用户和企业之间的信息传递变得更加迅速、精确，实现了双方的共赢。通过自动化业务办理流程，电力企业在提高用户体验的同时也实现了自身业务运营的更加便捷和高效。

（三）实现数据驱动的决策

1. 数据分析优化营销策略

通过数据分析的手段，电力企业可以成功优化营销策略，为用户提供更符合个性需求的服务。通过深度挖掘用户用电数据和行为模式，企业能够更好地了解用户的偏好和需求。这样的数据分析使得营销策略更为精准，能够针对不同群体推出更具吸引力的服务和优惠政策。通过对用户反馈和市场趋势的分析，电力企业能够灵活调整策略，提高服务的针对性和吸引力，从而更好地满足用户期望，实现了更智能化的营销手段。因此，数据分析优化的营销策略为电力企业在市场竞争中赢得了更大的优势，同时也使用户在复杂市场中更容易找到并选择适合自己的用电方案。

2. 网上国网APP数据汇总

网上国网APP的数据汇总可以为电力企业提供宝贵的市场洞察。通过这一平台，企业能够收集用户使用数据，进行深入的市场分析。这些数据不仅包括用户的用电模式和消费行为，还反映了用户对服务的评价和需求。通过对这些数据的综合分析，电力企业能够更好地了解市场趋势，预测用户需求，制定更为精细化的服务和营销策略。网上国网APP的数据汇总不仅为企业提供了决策的科学依据，也为用户提供了更符合个性化需求的用电服务。这种双赢的局面使得电力企业能够更加灵

活地应对市场变化，为用户提供更优质、个性化的用电体验。

（四）简化国网APP界面设计

电力企业致力于提升用户体验，其中一项重要举措就是对网上国网APP界面进行精心的简化设计。通过清晰而直观的界面布局，用户能够更轻松地理解和使用APP的各项功能。特别是通过一键式的操作界面，用户可以迅速完成电费查询、用电信息变更等操作，无须繁琐的步骤，省去了用户不必要的时间和精力投入。这种简化设计的核心目标在于降低用户的使用门槛，使更多人能够轻松上手，享受到更为智能、便捷的电力服务。用户通过简单的点击，即可完成复杂的用电操作，使整个服务流程更加直观和高效。这不仅提高了用户的满意度，也为电力企业树立了更加友好和高效的形象，进一步推动了智能化服务的发展。综合而言，简化国网APP界面设计的努力不仅是对用户需求的贴切回应，同时也为电力企业未来智能化发展奠定了坚实的基础。

五、电力营销服务中智能化转型的发展趋势

（一）数据驱动的个性化服务

在电力营销服务的智能化转型中，数据驱动的个性化服务将成为引领未来发展的关键趋势。通过深度挖掘用户用电数据，电力企业能够精准把握用户的消费习惯、高峰用电时段等关键信息，从而为每位用户提供定制化的服务。个性化服务不仅包括账单管理的个性化推送，还涉及用电建议、能源管理等方面，使用户感受到更加贴心、高效的电力服务。数据驱动的个性化服务不仅提升了用户体验，同时也为电力企业提供了更精准的营销策略和运营决策支持，构建了用户与企业之间更加紧密的互动关系。这一趋势将推动电力行业向着更智能、用户体验更卓越的方向迈进。

（二）智能化客户互动与沟通

智能化客户互动与沟通是电力营销服务智能化转型中的关键驱动力。在未来，通过引入智能语音助手、聊天机器人等前沿技术，电力企业可以实现更自然、实时的客户交流。用户可以通过语音或文字与智能系统进行互动，解决疑问、查询账单、获取用电建议等，提高用户的参与感和服务响应速度。这种智能互动不仅使用户体验更加便捷，也为电力企业提供了更快速、个性化的服务渠道。通过与用户的实时互动，电力企业能更好地理解用户需求，提高问题解决的准确性，构建更紧密的客户关系。这一趋势不仅能够很好地提升客户满意度，

也能为电力行业在竞争激烈的市场中赢得更创新的竞争优势。

（三）强化线上业务办理体验

未来电力营销服务的发展将进一步强化线上业务办理体验。通过优化在线申请、报装、变更等业务功能，用户将能够更便捷、高效地完成各项操作。智能化系统的引入不仅简化了用户填写表单和提交信息的步骤，还提供了实时的业务进度追踪和个性化建议。这使得用户无论身处何地都能随时随地进行用电业务办理，摆脱了传统实体营业厅的时间和地点限制。强化线上业务办理体验不仅提高了用户的满意度，也为电力企业实现了更高效的业务处理。这一趋势将推动电力行业迈向数字化、智能化服务的未来，为用户提供更为便捷、灵活的电力服务渠道。

（四）网格化能源管理与可再生能源整合

未来电力营销服务将聚焦于网格化能源管理与可再生能源整合，以推动电力行业走向更加可持续和环保的未来。通过智能化系统的引入，电力企业能够更有效地监测和管理分布式能源资源，实现对可再生能源的优化利用。网格化能源管理使得电力系统更具鲁棒性，能够更灵活地调整供电策略，确保电力供应的稳定性。与此同时，整合可再生能源如太阳能和风能，有助于降低碳足迹，推动电力行业向更加环保的方向发展。这一趋势不仅为用户提供更稳定、清洁的用电环境，也为电力企业在可持续发展的道路上迈出了关键一步。

六、结语

综上所述，电力营销服务正经历着智能化的深刻转变，未来发展呈现出清晰的趋势。数据驱动的个性化服务、智能化客户互动、线上业务办理体验的强化，以及网格化能源管理与可再生能源整合，都标志着电力行业朝着更智能、高效、环保的方向不断前行。这一转型为用户提供了更便捷、个性化的服务，同时也提升了电力企业的运营效率和可持续发展能力。

参考文献

- [1] 原著. 提高电力服务质量推进电力营销工作[J]. 商场现代化. 2011, (5). 38.
- [2] 张俊湖, 张文成, 郭文军. 开拓电力市场中电力营销的主要问题及对策[J]. 电力需求侧管理. 2007, (3). 70-71.
- [3] 谭丹. 电力市场营销优质服务的思考和探讨[J]. 智富时代. 2018, (3). 26.