

信息技术在全方位电力服务优化中的应用探讨

吴世杰

国网民勤县供电公司 甘肃 武威 733000

[摘要]目前信息技术已经在行业发展中广泛运用,其中以互联网技术为核心的现代技术形式,在各行各业的发展中起到了重要作用。电力作为国民经济的主要构成,电力企业要站在客户的角度上,为客户提供更加优质的电力服务,不断提升电力供应质量。下面本文就信息技术在全方位电力服务优化中的应用进行简要探讨。

[关键词]信息技术;全方位;电力服务优化;应用

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2020.02.1445

当前,在社会经济全面发展的时代背景下,不管是哪一时期的发展行业,都需要深化服务体验感,消费者对自身的服务需求也在不断提升。因此,电力营销服务在实际的发展中,需要满足当下用户的体验感需求,积极依照全新的理念进行创新,将信息技术与电力服务进行整合,坚持以客户发展为主,更好地满足用户对电力公司的需求。

1 优化电力客户服务与全方位服务机制的特点

1.1 服务理念

站在电力服务的角度来讲,电力服务机构则是为用户提供电力服务的专业机构,而客户在其中是追求优质服务的主体,具有一定的个性思维和被服务的优越感。基于此,在为用户提供相应的服务时,要求服务机构做到敬畏客户、感恩客户,能够站在客户的角度上分析客户的需求,与客户之间构建和谐的合作关系,始终将客户放在首要位置。

1.2 服务品质

对于电力服务机构的职工而言,所有人都应从最基层做起,从尊重客户开始,以此构建以服务为核心的环境氛围。与此同时,还要对客户的人文关怀、心理指导方面给予一定的关注重视。服务的根本在于客户,服务后产生的成果应与客户共同分享,积极开发更多优质客户,以全方位的服务已经逐渐成为当前电力企业未来发展趋势。

1.3 服务需求

对于电力企业,应收集当前所在区域发展、建设项目对用电方面的需求信息,依赖于区域政府部门所颁发的相关政策,以此构建一套推动地区发展以及建设项目用电需求管理的机制;电力企业营销工作部门,在为客户提供电力服务的同时,要从中收集大客户对电力方面的需求信息,可采取咨询、检查、定期走访等方式来获取,并将获取到的客户用电需求信息录入到电力营销系统中,根据已获取到的数据信息,分析客户在未来三年内对用电方面的需求,然后以月为单位,将此传达给计划、生产以及调度三个工作部门;电力企业中的计划工作部门,应该统筹当前需求信息、大客户对用电的潜在需求信息,以月为单位,从中了解客户对用电方面提出的各项需求信息,以此开展针对性的电力客户服务工作。

2 电力服务现状

2.1 市场环境较为复杂

在当前互联网全面发展的背景下,信息的传播与流动更为迅速,不同的电力营销服务信息充斥着互联网,人们可以通过各式各样的渠道来获取信息。但是对于新时代的消费者来说,并没有学习过专业的电力消费知识,导致缺少一定的辨别能力,并且在大部分的情况下对真假信息难以辨别,极容易受到虚假信息的欺骗,由此造成金钱财物的损失,难以促进电力营销市场的健康发展,不能为公民提供更为优质的电力服务。

2.2 客户服务水平不高

在进行营销计划制定过程中,没有将客户交付价值考虑其中,仅仅依赖于提升电力产品本身的应用可靠性和提升客户服务质量,向社会大众树立良好的企业形象是远远不够的,不能只是通过减少客户以及能源所需要的成本支出来起到加强电力客户服务水平。客户服务的内容需要与时俱进,不断创新,但就当前服务现状来看,对于实质性的服务内容创新进程还是处于缓慢提升状态。从整体上来看,因电力企业中的资金、技术以及人员等多方面因素的影响,电力客户服务工作的实施存在一定的困难度,这就在一定程度上对企业形象造成影响,不利于企业健康发展。

2.3 监管力度不够

互联网的运用为不法分子带来了可乘之机,其冒充电力管理人员,欺骗公民的钱财。这些现象不仅严重扰乱了市场的正常运行,而且导致较多的公民遭受到钱财的损失。但是面对这样混乱的情况,部分监管部门依然没有认识到问题的严重性,无法承担相关的责任,不仅没有切实的实际行动与应对措施,而且在自身意识上也没有给予高度的重视。监管责任缺失导致市场上所面临的这种情况在不断恶化,市场中的虚假信息需要全面整治,必须加大对市场的监管力度。

2.4 营销观念相对滞后

随着互联网的出现,迅速发展的互联网时代为其工作带来了较多的挑战,并且导致短时间之间不能适应互联网的发展。不仅是因为工作人员自身运用的技术不够先进,存在较多的问题,而且互联网营销模式处于上升的发展阶段,不够稳定,并且发展升级十分迅速,由此存在的较多问题导致工作人员畏惧全新的营销模式,难以积极创新,同时市场上的

营销观念都较为落后，大部分以传统的形式为主，由此导致互联网营销不能打破这一局面，获得一席之地。

3 信息技术在全方位电力服务优化中的应用措施

3.1 重视电网建设和改造

电能本身所呈现出来的价值应是不言而喻的，但要想真正将当前电力客户对电能产品提出的使用需求和性能体现出来，还需要在原有的客户服务基础上进一步提升服务质量。首先要做的就是针对客户对电力的使用需求，为其提供更高质量的产品，其中主要有电压、谐波等等。但就当前实际来看，还是存在一些电网的基础建设不够完善，自动化程度不高。

3.2 电网内部的服务质量

应从提高内部服务质量做起，建立服务品牌的整个过程，也就是服务劳动以及对劳动质量进行识别的过程。因此在构建电力服务质量品牌，进一步提升电力企业内部服务质量，这就要求管理积极采用培训教育、激励机制等策略。除以上之外，电力企业服务部门还要针对电网使用情况制定营销计划，从而更好地为客户提供优质的电力服务。

3.3 构建客户关系管理体系

从整体上来看电力营销系统，其中客户关系服务管理是比较重要的一部分组成，只有做好客户关系管理，才能从根本上为客户提供优质电力服务：（1）构建一套全方位的组织管理体系，对于客户关系上的管理工作，应将重心放在对客户的研究、跟踪、评估、忠诚以及服务等方面的管理问题上，对此，电力客户服务机构有必要建立针对客户信息收集和研究的部门，通过构建客户呼叫中心，借助当前比较先进的多媒体技术与客户建立联系，针对用户电力使用情况，为其提供备件、维修、困难解决等各项服务。（2）对于具备数据资源的电力企业，应积极应用现代化电子技术、通信技术等，构建针对客户服务管理、评估以及信息处理管理的体系，为用户提供其于客服中心联系的便捷方式，促使电力服务中心能够在第一时间内了解客户问题，及时采取措施解决问题。

3.4 促进人员素质的提升

坚持以人为本的发展导向，从营销服务角度来看，细致的问题讲解，周到的问题分析，智慧高明的产业组合，都是当前工作中人员需要具备良好服务的重要基础。想要保证人才具备更多的技能，就需要加强人员的素质教育，开展更为高效的培训工作，创建高质量的队伍，促进管理理念的落实。深化人员的培训，开展专业知识的教育活动，实现线上与线下之间的全面整合，在线上创建单位工作群、内部工作网，以及平台，方便随时随地进行知识的学习，促进高质量的业务知识的积累。线下可以开展知识课堂讲解、业务培训，促进业务人员的知识能力得到提升，开展不定期的考核，创建高效的队伍，培养出专业素质高的人才，树立健全

的思想意识，落实长效的发展。促进人员专业素质的提升，增强岗位人员的管理能力，从思想上进行素质培养，全面深化培训的实际意义，将员工的考核落实其中。

3.5 促进企业内部机制的完善

在移动互联网发展背景下的电力营销服务创新最为关键的是促进企业内部机制得到完善，需要从以下几方面出发：首先，全体工作人员树立正确的服务理念，全面考虑用户，促进企业的经济效益得到提升，形成双赢的发展局面。其次，供电企业需要对内部的信息沟通渠道进行积极优化，实现信息的快速共享，从而提供较好的数据支撑。再次，如果供电企业与用户之间存在问题，相关人员需要依照法律的要求，全面解决纠纷，制定出合理的预防措施，避免问题的不断出现，促进供电企业服务质量的提升。最后，供电企业需要完善管理机制，提高内部管理的竞争力，增强自身抗风险能力。供电企业需要坚持以自身的发展情况为基础，制定预警体系，针对性地进行调整，结合用户的实际需求，提高电力营销的服务水平。当前，部分供电企业为了促进自身的声誉得到提升，会全面提升供电销售水平，故意隐瞒工作中存在的问题，严重的还会扭转事实，导致企业的实际发展受到影响。由此，需要加强对供电企业问题的重视，学会承担责任，落实有效的解决措施，面向大众提供真实优质的服务。对供电企业来说，需要保证配置的科学性，提高营销、配网以及调度信息的贯通性，积极运用全新的信息技术，创建合理的服务平台，保证企业之间的各部门有效配合，加大对用户的影响力，针对用户提出的问题进行合理化的解决，真正实现提升供电企业营销服务质量的目标。由于互联网技术的飞速进步与发展，供电企业还要主动改进原有的信息传递模式，拓宽信息传递渠道，利用“电e宝”“网上国网”“95598网站”，线上通知用户，让用户能够第一时间了解停电信息，优化用户的用电体验。

结束语

综上所述，电力企业作为我国国民支柱性经济产业，应站在的民生的角度谈发展，服务于民生，转变以往传统模式下的服务方式和手段，进一步提升服务质量和层次，而当前最根本的方式就是优化电力客户服务质量，提高电力企业自身的服务质量，将服务的本质与电力供应实际结合起来，尽最大努力为电力客户提供更为安全的、满意的、及时的电力服务，促使供电服务工作更加迎合当前社会、市场、群众对服务需求，为全社会构建一套全方位的供电服务机制，塑造高效率、高质量的电网形象。

参考文献

- [1]熊良民. AH电力公司服务营销策略优化研究[D]. 安徽: 安徽大学, 2016.
- [2]向寿柏, 盛艳超. 电力企业“互联网+营销服务”体系分析[J]. 电子元器件与信息技术, 2018(11): 167-169.