

提高电力服务营销与电力优质服务策略

刘鑫 罗翔

国网西咸新区泾河新城供电公司

摘要：电力服务行业作为一个关键的公共服务领域，不仅需要满足用户的基本需求，更需要不断创新和提高服务水平。本文将深入探讨电力服务行业在理念、方式和策略上的创新，以适应市场的快速变化和满足用户多样化的需求。本文分为三个部分，首先关注电力服务营销理念上的创新，强调以客户为中心、注重可持续发展和社会责任的基本理念。其次，探讨电力服务营销方式上的创新，包括了解用户需求、合理利用电价中的杠杆作用，以及完善整个服务步骤。最后，提出提高电力服务营销和服务质量的策略，包括改变传统观念、建立营销服务管理系统、进行全面宣传和透明化服务内容。

关键词：电力服务；策略；创新

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2023.06.115

一、电力服务营销理念上的创新

服务创造利润，而出色的服务不仅能够树立企业形象，赢得大部分顾客信任，还能够激发顾客的潜意识，提高购买力，满足顾客的消费需求，从而在电力产品市场上扩大企业的份额，实现企业利润的最大化。任何行业，机制创新始终以理念为先导，这有助于拓宽思路，寻求与时俱进且独特的新思路。对于电力企业而言，营销管理的基本理念是以客户为中心，将客户的利益置于核心位置。这不仅要充分考虑当前利益，还需充分考虑长远利益。同时，企业必须以自身利益为重，同时兼顾社会利益。

在电力行业的机制创新中，首要任务是重新审视和重新定义服务。这需要深入了解客户的需求和期望，以确保所提供的服务真正满足市场需求。定期进行市场调研和客户反馈分析，有助于企业更好地了解市场动态，从而更灵活地调整服务策略。在产品设计和创新方面，电力企业应当注重提高产品的可持续性和效能。引入先进的技术和绿色能源，以降低对环境的影响，符合当代社会对可持续发展的迫切需求。此外，产品设计还应考虑到用户友好性，以提升用户体验。

营销管理方面，电力企业需要将客户利益置于首位。这涉及建立良好的客户关系管理系统，以确保及时响应客户的需求和投诉。积极倡导透明度和诚信，建立可靠的品牌形象，使顾客更愿意选择并信任企业。另一方面，企业还需注重社会责任，积极参与社会公益事业，为社会创造更多价值。这不仅有助于提升企业形象，还能获得社会的认可和支持，从而建立起更为稳固的市场地位。电力企业应当积极采纳先进的管理理念和技术手段。建立灵活而高效的管理体系，以适应市场的快速变化。倡导员工创新和学习，培养团队的创新意识，为企业持续发展注入源源不断的动力。

二、电力服务营销方式上的创新

1. 充分了解用户在服务中的要求

作为一家从事生产、供电及输配的企业，我们必须清晰地了解客户在服务方面对我们的要求。不论是企事业单位、政府机关还是商业用户，这些电力服务的终端用户通常缺乏电力领域的专业素质，因此需要专业的机构和人员来提供服务。这其中包括故障受理、供电方案提供以及咨询等服务。对于发电市场而言，服务项目应在输配电公司、发电厂以及电网公司之间的契约中得到详细记录。这有助于明确各方在服务提供和接受过程中的责任和权利，建立起合作的基础。而在输配电的市场服务中，服务项目的细节应体现在输配电企业之间的契约中，确保在输电和配电的各个环节都有清晰的服务规范。在发电市场中，服务项目的具体内容可能涉及电力的生产、输送、储存等多个环节。契约中应当明确服务的范围、质量标准、交付时间等关键要素，以确保服务的可靠性和高效性。同时，需要明确责任方在服务中的权责，为合作提供明确的指导方针。对于输配电企业而言，市场服务的项目也需要在企业间的契约中体现。这可能包括输电设备的维护、电网的建设和改进等服务内容。契约的明确可以为企业提供一个稳定的合作基础，确保双方在服务合作中达成共识。在供电市场上，企业对用户提供的服务项目同样应该进行详细列明。这可能包括供电方案的定制、用电设备的检修和维护等服务。通过明确服务项目，可以更好地满足用户的个性化需求，提高用户满意度，同时也有助于建立企业在市场上的竞争优势。为了提高服务的水平和效率，企业可以考虑引入先进的信息技术和管理系统，以提升服务的响应速度和质量。在服务的过程中，及时采集和分析客户的反馈信息，不断改进服务策略，以适应市场的变化和客户需求的变化。

2. 合理利用电价中杠杆的作用

在我国经济不断发展的背景下，电力企业应积极借助市场的灵活性，灵活调整价格策略，以更好地适应市场需求和推动企业的可持续发展。其中，对于大型工业

用户，实施峰谷分时段定价的策略是一种有效的手段。

峰谷分时段定价是指在不同时间段内对电力价格进行灵活调整，以反映电力需求的波动情况。在低谷时段，电力企业可以采取让利的方式，鼓励用户在这个时间段使用电力。这不仅有助于平衡电力供需，降低峰值负荷，还能够实行薄利多销的策略，发挥电价杠杆的作用，从而在一定程度上增加电力的销售，实现企业利益的最大化。实施峰谷分时段定价策略的同时，电力企业还应当服务和价格上寻求差异化，以满足不同用户的需求。在当今相对完善的电力市场中，用户拥有多种选择的机会。尤其是对于一些较大的企业而言，它们可以根据价格、服务等因素选择适合自身的电力供应商。因此，电力企业若在价格和服务方面具备一定的优势，就能在市场中占有主导地位。在执行差异化服务时，价格成为一个较为核心的部分。电力企业在制定价格策略时，需要综合考虑市场需求、成本结构、竞争对手的价格水平以及自身的经营状况。通过灵活定价，不仅能够吸引更多用户，还能够提高市场份额。另一方面，电力企业在进行项目时，应当明确表示项目是否收费。透明的收费机制有助于建立信任关系，减少后续纠纷，并提高企业的声誉。这对于企业长期与客户保持良好关系以及吸引新客户都具有积极作用。

在制定项目定价时，电力企业应该基于市场营销策略，充分考虑竞争环境和客户需求。了解目标客户群体的价值观、偏好和购买能力，有针对性地进行定价，以提高市场竞争力。同时，与客户建立紧密的沟通渠道，及时了解市场动态，灵活调整定价策略以适应不断变化的市场需求。综合而言，电力企业在价格策略上的灵活调整，结合差异化的服务，将有助于在竞争激烈的市场中占得一席之地。通过深入了解客户需求，适时调整价格策略，并不断提升服务水平，电力企业可以在市场中取得主导地位，实现经济效益和社会效益的双赢。

3. 要不断完善整个服务步骤

随着社会的不断发展，信息化已经成为趋势，电力服务也采取了网络化的手段。通过网络化服务，电力企业能够更迅速、更高效地响应用户需求，实现服务的及时性和便捷性。电力企业可以通过建立在线平台、应用智能化技术等手段，提升服务的自动化水平，减轻服务人员的负担，同时提高服务的效率和准确性。

在电力服务的促销活动中，企业可以采取多种手段涉及多个方面。电力促销不仅可以在一定程度上激发用户增加用电，同时也能够为用户带来用电成本的节约。这种双赢的促销策略既能够削峰，又能够填谷，实现了电力企业的销售和用户节约电量的双重目标。通过巧妙设计促销活动，电力企业能够既销售产品，又实现了企业的利润最大化，实现了一举两得的目标。在电力促销

活动中，企业还应考虑合理规划检修时间，以提高用户用电的安全性。电力设备的定期检修对于确保设备运行的稳定性和安全性至关重要。通过合理安排检修时间，避免在用户用电高峰期进行检修，可以有效减少对用户用电的影响，提高服务的稳定性和可靠性。服务的自动化也是电力企业在服务中需要着力发展的方向。通过引入先进的信息技术，如人工智能、大数据等，电力企业可以实现对用户需求的智能识别和响应。这不仅提高了服务的效率，还为用户提供了更个性化、更智能化的服务体验。

三、提高电力服务营销和电力优质服务的策略

1. 改变传统观念，增强服务意识

为了确保服务的质量和效率，电力企业应定期对员工进行教育和培训。员工是企业服务的直接执行者，他们的专业水平和服务态度直接关系到客户的满意度。通过不定期的培训，可以使员工不断提升专业技能，了解市场动态，更好地应对客户需求的多样化。培养员工具有主动服务的意识，使其在服务过程中能够积极主动地解决问题，提高客户体验。此外，电力企业还应鼓励员工自动去努力建立优势的企业资源。通过深入了解企业内部资源的优势和特长，员工可以更有针对性地为客户提供服务。培养员工关注客户的需求，并主动寻找满足这些需求的内部资源，有助于提升服务的灵活性和个性化，从而更好地满足客户的期望。

推动电力企业向主动服务转变需要整体的组织文化的变革。企业应树立服务至上的理念，将服务作为企业的核心价值。通过建立完善的服务体系和流程，确保服务在企业的各个环节都能够得到充分体现。这种变革不仅需要高层领导的倡导，还需要全员的共同努力，确保每个员工都能够在自己的工作中积极贯彻服务理念。在市场营销方面，电力企业通过提升服务质量，可以占据市场竞争中的优势地位。客户对服务的满意度不仅直接影响企业的市场份额，还会影响社会效益和社会满意度。通过提升服务水平，电力企业能够更好地满足客户需求，提高客户忠诚度，从而巩固企业在市场上的地位。最终，电力企业通过强化服务意识，调整与客户的关系，加强员工教育和培训，建立起主动服务的理念，可以在市场竞争中脱颖而出。通过不断提升服务水平，实现企业的可持续发展，树立企业良好的社会形象。这不仅有助于提高电力企业在市场上的竞争力，还能够促进电力行业整体的进步和发展。

2. 建立营销服务管理系统，迅速提供反馈

首先，电力企业在客户服务方面应当充分认识并充分利用先进的客户服务系统。这种系统可以通过自动化的方式，迅速收集、分析客户的咨询和问题，并提供相应的解答。通过电子邮件、在线聊天、电话热线等多

种渠道，客户可以方便地获取所需信息，提高了客户体验。这一方面是提高服务效率的手段，另一方面也是为了让客户感受到更快捷、更便利的服务。其次，电力企业在提供服务时应以客户需求为出发点，全面了解客户的服务要求。不同客户有着不同的特点，对于服务的需求和选择也各异。因此，企业需要建立专业的组织结构、配备专业人员，以确保提供专业化、个性化的服务。通过深入调研，了解客户的需求、习惯和偏好，企业可以更准确地定制服务，从而提高客户满意度。

在实施客户服务时，电力企业可以通过建立项目负责制和首问负责制度，加强对电力项目的建设和管理和控制。项目负责制可以确保项目有专人负责，提高项目的执行效率和质量。首问负责制度则可以在客户有问题或需求时，确保能够迅速找到负责人解决问题，提高服务的响应速度和解决效率。这些措施有助于提升电力企业在项目建设中的管理水平，确保项目的顺利进行。另外，电力企业还应该注重建立科学合理的电力防盗系统，以减少电量的流失。电力防盗系统的建设可以从多个层面入手，包括在日常工作中做好智能电表的出厂抽检、出入库管理等安装运行前的各环节的过程管控。同时，在用电采集系统运行过程中，需要进行正常的巡视维护，加快智能表故障的调查处理，缩短故障处理时间，努力减少客户投诉。通过这些手段，电力企业可以提高电力供应的可靠性，降低电量的损失，进一步提升服务的质量。

在日常工作中，电力企业还应当加强对智能电表的管理和维护。通过对电表的出厂抽检、出入库管理等安装运行前的各环节的过程管控，确保电表的质量和安全性。在用电采集系统运行过程中，进行正常的巡视维护，及时发现并解决问题，加快智能表故障的调查处理，缩短故障处理时间，从而减少客户投诉。通过这些措施，电力企业可以更好地保障用电系统的安全运行，提高用户对服务的信任感。

3. 进行全面的宣传，重视服务承诺，透明化电力服务内容

电力企业可以通过网络平台，及时发布电力供应和电力服务营销的信息。通过建立官方网站和社交媒体账号，企业可以实现信息的快速传递和广泛传播。在这些平台上，可以发布有关电力供应状况、服务优惠政策、新技术应用等方面的信息，让广大用户了解企业的最新动态。通过在线渠道，企业还可以与用户建立更加直接、互动性更强的联系，了解用户的反馈和需求。通过报纸和电视等传统媒体，电力企业可以覆盖更广泛的受众群体。在报纸上发布有关电力企业运行情况、服务承诺等方面的文章，可以让更多人了解企业的运作模式和服务理念。电视媒体具有直观、生动的特点，适合展示

企业的形象和服务特色。通过电视广告、新闻报道等形式，电力企业可以将信息传递给更多的用户，树立企业良好的社会形象。

电力企业可以通过定期发布电力调度情况，包括用电高峰时段、电力供应稳定性等方面的信息，向社会公众提供关于电力运行的透明度。这有助于用户更好地了解电力供应情况，增强用户对企业的信任感，提高企业的社会形象。在特殊状况需要中断供电的情况下，电力企业应当通过多样的宣传方法进行宣传和解释。通过新闻发布会、社交媒体、企业网站等渠道，及时向社会公众通报中断供电的原因、预计恢复时间等信息。这有助于减少用户的不满和误解，保持企业的透明度，树立公开、负责任的企业形象。在日常工作的过程中，电力企业还需要注重营业窗口的宣传和服务作用。通过在窗口设立信息展示区域，展示企业的服务政策、新技术应用、用电知识等内容，可以让用户更全面地了解企业的服务特色。此外，营业窗口也是与用户直接接触的重要场所，通过培训窗口工作人员，使其能够更专业地解答用户的问题，提高用户满意度。除了上述措施，电力企业还可以通过举办公开活动、参与社区服务等方式，积极融入社会，提高企业的社会形象。例如，可以组织电力知识讲座、义工活动等，加强与社区居民的互动，增进社会对企业的了解和认同。

四、结束语

电力服务行业在激烈的市场竞争中需要持续创新，从理念到方式再到具体策略，都需要企业全方位的努力。通过以客户为中心的理念、了解用户需求的创新方式，以及提高服务质量的策略，电力企业可以在市场中脱颖而出，实现经济效益和社会效益的双赢。电力服务不仅是为用户提供电力，更是为用户提供一种全方位的体验，通过不断创新和提高服务水平，电力企业可以在市场竞争中占得一席之地，取得可持续发展。

参考文献

- [1] 郑东琰. 电力企业提升优质服务的策略[J]. 企业科技与发展, 2021(18).
- [2] 王彦奎. 谈谈提高电力优质服务水平的对策与措施[J]. 科技创新与应用, 2022(31): 84.
- [3] 吴娟. 现代供电企业电力营销优质服务策略提升探讨[J]. 电源, 2021(61): 74.

作者简介：刘鑫，性别：男，出生年月：1996.04，民族：汉，籍贯（精确到省市）：陕西省渭南市合阳县，学历：本科，职称：助理工程师，研究方向：提高电力服务营销与电力优质服务策略，毕业院校：西安电子科技大学，单位：国网西咸新区泾河新城供电公司。