

大营销体系下电力营销稽查管理

邓铎

广东电网有限责任公司潮州供电局 广东 潮州 521000

[摘要]营销稽查作为电力营销管理工作的主要内容,此项工作开展的效果,直接影响着电力营销管理水平。因此,为促进电力营销管理水平的全面提升,本文将对大营销体系下电力营销稽查管理展开探究。

[关键词]大营销体系; 电力营销; 稽查管理

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.03.075

1 大营销体系的概述

大营销体系建设的总体目标是:适应营销发展新形势,以客户和市场为导向,以集约化、扁平化、专业化为主线,进一步创新管理模式,变革组织架构,优化业务流程,利用3年左右时间,建成“客户导向型、业务集约化、机构扁平化、管理专业化、管控实时化、服务协同化”的“一型五化”新型营镇运营模式构建结构完整、专业全面、衔接有效的营销标准化体系,建立24小时面向客户的统供电服务平台,形成业务在线监控、服务实时响应的高效运作机制,持续提升市场拓展能力、供电服务能力、运营管控能力,提高营销经营业绩和客户服务水平。其中“一型五化”新型营销模式的具体定义为:“客户导向型”——营销组织机构、业务流程按照细分客户群体设计,差异化服务、市场拓展功能凸显,实现由“业务导向”向“客户导向”转变。“机构扁平化”——网省、地市、县公司营销组织设置规范、功能统一、层级简约,实现指挥通畅、运作高效。“业务集约化”——同质性强、技术标准程度高的业务分层向上集约,实现业务跨区域整合,资源大范围配置。“管理专业化”——全网不同区域,城市、农村营销管理模式、标准制度、业务流程全面统一,实现作业规范、执行一致“管控实时化”——营销关键业务在线监控,用电信息实时采集分析,工作管控由事后向全过程转变,实现管理精益高效、风险可控在控。“服务协同化”——营销与规划、建设、生产、调度等部门之间信息共享,分工协作,市场和服务导向作用充分发挥,实现客户服务“一口对外”响应迅速。

大营销体系建设的主要任务,主要有以下三点。1. 创新管理模式:推进“四强化”;实施“四集中”;推行“三运作”。(1)推进强化营销政策技术研究功能,强化全过程稽查监控功能,强化市场拓展及大客户服务功能,强化营销新型业务运营管理功能的“四强化”管理模式。(2)实施集中计量器具检定配送,集中95598电话服务,集中电费账务处理,集中营销自动化系统建设及业务应用管理的“四集中”管理模式。(3)推行“大中心”运作,城乡一体运作,内部协同运作的“三.运作”制度。2. 变革组织架构:(1)在功能定位上,按照上下协同、指挥通畅、运作高效的原则,确立公司总部为管理决策主体,省、直辖市公司(地市公司)为管理执行主体,地市、县(区)公司为业务执行单位。(2)在组织架构上,依据分层功能定位,建成公司总部“一部”(国网公司营销部),省(直辖市)公司“一部二中心”(省营销部、省供电服务中心、省计量中心),地市公司“一部一中心”(市营销部,市客户服务中心),

县(区)公司“一中心”(县客户服务中心)的营销组织架构。3. 优化业务流程:结合管理模式创新及组织架构变革,对业务省级集中、新型业务发展、大客户差异服务、智能用电服务、用电信息采集系统应用、城乡一体运作、协同服务机制建设等方面所涉及的流程进行全面梳理和优化,重点优化客户关注度高的核心业务流程。

2 电力营销稽查的含义

2.1 外查

在电力营销稽查过程中,企业也需要开展一系列的外查管控,该项工作主要是针对外部人员、设备进行定向化管理的一种方式,在该过程中,电力企业需要对人员存在的违规用电行为进行查处、纠正,减少线损,降低电力营销损失,比如电力企业需要对私接电网的行为进行及时管控,消除电力隐患,同时减少相应的电力负荷。同时,在电力营销管理过程中,电力企业也需要开展高质量、高效率的外查工作,及时将损坏电缆线材以及电力设备的行为进行有效监督防范,保障供电安全,对于盗窃电缆损坏电力设备的行为绝不姑息,采取相应的法律手段对其进行严格管控。电力企业在电力营销稽查过程中开展一系列的外查工作需要设备的运行状态、运行环境进行及时监管,保障供电安全,同时也需要对电表计量标准进行统一,维护客户的利益,因此电力企业需要在外查过程中对设备用电行为进行及时监管,保障供电安全。

2.2 内稽

内稽主要是对电力企业内部工作人员在电力营销工作中所使用到的操作手法所开展的一类检查作业,内稽的主要目的在于规范工作人员的工作行为,使其保持良好的工作态度,对电力营销管理过程中存在着人员操作异常、操作违规的现象及时纠正、改善,在该过程中,企业需要分析每一位工作人员的工作开展情况,对电力营销人员的服务态度、服务表现以及思想道德行为进行考核,将客服在电力营销工作中存在的服务态度恶劣以及态度不端正的状况进行有效改善,并且根据相关管理条例给予不达标的电力客服人员相应的处罚,比如当相关工作人员在电力营销工作中被群众或客户举报之后,相关部门、机构应当开展高质量、高效率的内部稽查,及时了解现况,解决问题,进一步将电力营销工作落实到位。同时,电力营销操作应当符合相应的规范要求,电力企业以及电力营销工作人员应当严格参照执业标准,开展一系列的操作管理,避免出现违规违章操作的行为和现象,比如在电力营销过程中,企业需要对数据进行定向化管控,消除数据误差,同时也需要对阶梯电价制定标准进行评

估考量,尽可能确保电价与市场需求保持相应的协调性,并且工作人员还需要对电力营销产业链进行评估、分析,严格参照电力营销合同款项,给予社会更加高效的供电服务。比如客服需要在该环节快速回答客户的疑问,并且及时对破旧设备、破损设备进行保修维护,完成相应的数据复核。总体来说,在电力营销稽查过程中,开展内部稽查管控是一种常见的自查手段,其主要实现对工作人员操作行为以及服务态度进行内部管控,使其能够更加高效地开展电力营销工作,对其中的复核、登记、售卖进行定向化管控。

3 大营销体系下的电力营销稽查管理问题

3.1 电力营销稽查入手点不明确

制度不健全,使得稽查中数据分析的切入点不够明确,难以获得有效的稽查线索,影响着电力营销稽查工作的顺利开展。大营销体系下,电力稽查人员需要具备较强的专业技能,掌握计算机基础技术。电力稽查工作中部分遗漏问题,多是由于人员业务素质不够,对于操作流程不明确,使得数据出现异常或者造成业务盲点。

3.2 电力营销稽查管理水平低下

电力营销集约化管理,需要电力稽查人员做好基础工作,做好业务勘察工作,做好电力营销问题整改跟踪,以确保各项整改工作全部落实。但是部分工作人员未能将此项工作具体落实,使得问题不断滋长,影响着电力营销的发展。

3.3 数据异常问题严重

营销数据是电力营销各项工作开展的重要支撑,数据的准确性直接影响着电力营销稽查工作的质量与效率。造成异常数据的原因,具体包括数据不规范填写、相关业务素质缺乏等,部分异常由于系统缺陷无法满足相关参数信息的录入、无平台技术支撑,无法精确定位异常数量、范围,造成异常数据堆积。

4 大营销体系下的电力营销稽查管理策略

4.1 明确电力营销稽查切入点

电力营销稽查管理水平的全面提升,需要明确电力营销稽查工作的切入点,除了要把握好大的工作方向外,还需要精细化管理,将电力营销稽查工作常态化,做好日常稽查、专项稽查、专题稽查工作,以强化电力营销风险防范力度,借助电力营销业务应用系统的作用,发挥稽查人员力量,做好电力营销工作监督控制,以提高电力营销管理水平。除此之外,还需要做好电力营销稽查系统培训,以提升集成工作人员的业务水平,使其能够掌握线损管理与业扩管理的方法,能够熟练的利用营销稽查系统,提升电力营销专业化管理水平。组织基层电力人员集中学习,使其能够熟悉用电稽查与线损管理等业务流程,全面提升基层人员的业务能力,以确保电力营销系统数据的准确性,以实现降损增效。总体而言,开展电力营销稽查管理工作,需要完善稽查体系,形成以领导带队、交叉检查的工作形式,全面落实稽查管理工作,加强稽查人员队伍建设,注重稽查人员的思想政治教育工作,全面提升稽查人员的思想意识与水平,使其能够认识到工作的重要性,更好的完成本职工作。

4.2 做好电力营销业务诊断工作

基于大营销体系,开展电力营销业务诊断工作,以全面

提升电力营销稽查管理水平。主要分为以下内容:(1)远程诊断分析。利用电力营销信息系统,从经营管理指标完成情况、企业效益流失情况、客户投诉与舆论焦点、营销工作质量方面入手,开展远程监控分析,定位诊断单位重点指标完成情况与营销管理问题,通过搜集相关信息,进行异常线索整理,对于具体存在的问题,采取针对性措施。(2)现场考察。对诊断单位相关负责人进行考察,从业务能力与态度等方面进行评价,同时考察业务管理情况。(3)营销业务诊断。主要针对线损管理、电费管理、计量管理等环节,做全面诊断与分析。电力企业组织考察人员,深入到电力营销现场,对供电所电力营销人员的业务完成情况进行考察,提出电力营销存在的问题,采取限期整改的方式,进行整改情况跟踪评价,以确保各项整改工作得以全面落实。

4.3 做好异常数据整改工作

对自身存在的异常数据问题进行整改,能够提升电力营销稽查管理的效率,可以从以下方面入手:(1)强化基础数据管理。(2)开发营销数据监控查询,编写SQL语句提供数据查询。(3)细化数据整改工作,落实到具体部门与人员身上。(4)跟踪整改项目。监控中心对口专业人员对整改工作结果进行校验数据整改抽查与进度跟踪,有效督导数据整改质量提升与闭环管理。(5)明确SG186营销信息系统信息数据考核标准。除此之外,按照普查工作要点(如图1所示),重点对电价执行、违章窃电、台区降损等,从以下方面入手:(1)电价执行普查。销售电价的分类及执行范围是否正确;基本电费是否按规定周期核定并签订协议执行,业务变更后执行标准是否正确;功率因数调整电费的执行范围及标准是否正确;分时电价的执行范围及标准是否正确等。(2)窃电行为与违规用电普查。检查是否存在高价设备低接的行为;检查是否存在私自增容或超合同容量用电的行为等。(3)台区降损。检查台区降损目标责任体系是否建立健全,目标分解是否到台区,责任分解是否到人;台区线损管理考核激励机制是否健全,是否以供电所、台区为管理单元,按月考核到位等。

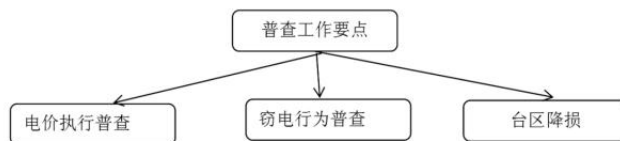


图1 普查工作要点

5 结束语

在大营销体系之下,营销稽查的管理工作力求规范、高效、协同,从多个方面入手,克服营销稽查管理工作过程中的问题,最大程度上确保营销管控全面化的实现,促进稽查工作顺利开展的同时,也有利于我国电力行业的全面发展。

参考文献

[1]田中.电力营销稽查管理体系建设研究[J].环球市场,2017,0(24):161-161.
 [2]许长乐.电力营销稽查管理体系建设研究[J].低碳世界,2017,0(6):113-114.