

智能电力营销环境下提高供电优质服务的对策

苏千勇

广东电网有限责任公司湛江供电局

[摘要]随着智慧城市的建设,基于“智能电力营销”环境,要想保证智慧城市的优质供电,应不断创新,与时俱进,保证优质的供电服务,加强互联网技术的广泛应用,致力于电力营销水平的提升,促进智能营销工作的顺利进行,从而为智慧城市的电力提供更广阔的发展空间,更好地顺应电力体制改革的发展趋势。同时还应完善电力企业的内部监督机制和创新电费核算管理模式,因为只有这样才能为现代化电力企业营销提供参考和帮助,进而促进我国电力企业在可持续发展道路上越走越远,同时也促使电力企业为用户提供更为优质的电力服务,推动电力行业的优化升级,同时也实现我国社会的快速发展和不断的进步。

[关键词]“智能电力营销”; 供电优质服务; 措施

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.03.544

一、电力企业营销服务的现状与提供优质电力营销服务的意义

供电行业是一个国家的民生行业。为了更好地服务百姓,抓住机遇寻求发展,电网企业需要有效的利用电力营销来发挥自己的竞争优势,利用当前拥有的资源不断地挖掘和开拓市场。一直以来,电力营销都是电网企业的重要命脉。随着社会的发展,生活节奏不断地加快,传统的电网企业的发展和管理模式已经不再适用。近年来,各种高新技术的出现有力的推动了电力企业内部管理的改革。电力体制改革也在同步的进行中。在新的社会环境下,我国的能源布局在不断地产生变化,给电力营销企业带来了不小的挑战。面对新的挑战。电力企业将互联网技术有机地融入到日常的工作中,促使我国电力营销逐渐地向智能化的方向发展。近年来,由于我国电力企业长期在错误经营理念的引导下,导致供电企业在营销服务方面的发展显得比较悲观,再加上供电企业缺乏一定的市场竞争意识和忧患意识,使他们在进行商品交易时,对许多交易细节不以为然。电力企业的这种不敬业态度,导致他们很难提供令人满意的营销服务质量。随着电力企业的深化改革,使企业在营销工作方面发生了巨大的变化,但同时也给企业带来了巨大的挑战,为了能够在如此激烈的市场竞争中生存下来,企业必须采用优质服务营销管理这一措施。随着社会经济的不断发展,广大用户对电力方面的需求越来越多,与此同时,要求也不断增高,因此电力企业作为供电的主体,成为了人们生活当中不可缺少的一部分。目前,电力企业的营销工作变得十分频繁与普遍,为了给广大居民用户提供优质、舒心的用电环境,提高电力营销服务质量势在必行,企业所提供的良好服务不仅会给企业带来可观的经济利润,而且也是促进电力企业长久发展的必要保证。目前激烈的市场竞争中,同样也存在着机遇,因此电力企业需要把握机会大显身手,不断提高企业营销服务质量,让更多的人看到电力企业的进步与发展。

二、智能电力营销环境下供电服务中存在的问题

1、社会发展服务意识薄弱,效率低。当下,供电企业

的电力营销人员对新业务的熟悉程度不够,新技术的掌握程度有限,在电力服务的理解层面较为浅薄,还停留在基础阶段,社会发展服务意识不足。各种增值服务不到位的情况屡见不鲜。例如,国家大力提倡合理利用资源,降低环境污染,在电力行业也得到了应有的体现,但依然存在节能减排服务项目有限、绿色环保技术推广力度不足、相关产品的创新研发落后等问题。此外,电力企业在营销服务方式上不够科学合理,也不够人性化,不能结合社会需求及行业发展变化进行营销,战略决策受到传统思想的制约,理念守旧,缺乏创新性,服务平台数量及类型有限,内容推送不完整,系统稳定性差,需要加大投入力度。例如,手机客户端APP及微信公众号等时下流行的电子服务渠道应用范围狭窄,推广不力,严重影响了营销服务的效率。

2、基础服务设施不健全。人们生活水平的提高,电力用户的综合素质也在大幅度提升,从某种角度上而言,这也提高了社会对服务质量的要求,人们更加倾向于自己选择和主动参与供电服务的过程。对此,供电的质量成为客户广泛关注的焦点,并同时也对供电的安全稳定性也提出了更高的要求。但是,当下电力企业的营销服务无法从根本上满足电力用户的实际需求,造成这种现象的主要原因是我国的电力企业基础服务设施不健全,资金投入力度不足,缺乏对于客户智能用电终端装置的推广。

3、智能供电营销服务水平不高。我国电网企业的服务局限于国家电网营业厅和电话服务热线等方式。一般来说,电网企业有较为庞大且广阔的涵盖范围,然而各渠道的服务工作效率与智慧城市预期的目标仍然存在较大差距,而且各渠道的服务标准并不统一。此外,各类渠道服务工作的互通性未得以充分体现,不利于智能电力营销供电服务质量的提升,不利于智慧城市的发展。

4、电网企业技术水平有限。由于当下我国的电网企业技术支持系统集成应用不足,并不能达到实时互联互通的效果,无法实现关联数据的更新和补充同步进行,进而严重降低了电力企业营销服务的工作效率。此外,在进行供电服务

时,当用户具有分布式电源接入等需求时,客户要在供电营业厅和接入现场间多次往返,且主要依靠传统的通讯设备进行交流,或者直接到营业厅与技术人员面对面沟通,非常繁琐,电子邮件等应用较少,短信形式效率又太慢,所以线上平台的实时互动交流相当匮乏,服务于技术人员无法深入地了解客户问题。

三、智能电力营销环境下提高供电优质服务措施

1、构建网上服务平台。在智能电力营销背景下,供电企业的管理人员需要转变服务理念和服务方式,站在用户的角度考虑供电服务问题,切实为用户谋取福利。在这方面,供电企业可以借助智能设备和大数据信息构建网上服务平台,将传统的电力营销服务转移至网上服务平台中办理。例如,供电企业可以建立供电服务网站,在供电服务网站中设置网上缴费、网上信息查询等多项功能,为客户提供完整的电子服务账单。这不仅可以相应“无纸化办公”的绿色要求,还可以为客户提供更加便捷的供电服务,使得用户在享受供电公司的产品的同时,获得更大的满足感和幸福感,根据客户需求合理整改供电服务网站,真正做到为客户服务好。

2、建立用户体验专区。在当前的营销环境中,用户体验逐渐成为企业提高服务质量的重要参考依据,因此,供电企业需要在智能电力营销环境下建立完善的用户体验专区。例如,供电企业可以建立用户线下体验服务专区,为用户展示依据智能设备和大数据信息构建的智能服务平台,引导和鼓励用户使用智能服务平台,使得更多的新老用户满意供电公司的电力产品,供电企业还可以在智能设备终端为用户提供体验服务,例如,可以设置智能服务机器人为用户提供智能服务,引导用户办理相关的供电服务,减掉不必要的业务流程。

3、优化用户实时高效业务办理体验。在传统的供电服务中能够,用户无法实现实时高效的供电业务办理,这给用户带来了较大的困扰,造成了用户时间资源的浪费。借助智能设备,供电企业可以为用户提供实时高效的供电业务办理服务,在节约用户时间成本的基础上,争取为用户提供最佳的服务,使得用户的满意度和信赖度有所提高。在这方面,供电公司可以设计研发多种智能设备,为供电服务人员提供培训教学,提高供电服务人员的服务质量,让他们可以为更多的用户提供高效实时的供电服务。这样一来,客户的用电使用问题可以被随时随地的解决,使得用户不再需要受到时间和空间的限制和束缚。

4、建立新型营销策略,发展品牌形象。对于供电企业来说,良好的社会形象是打开智能电力营销环境下企业大门的重要基础,供电企业需要做好战略措施,还需要建立新型的智能营销策略,迎合智能电力营销环境的大市场方向。可以说,良好的企业品牌形象是供电企业发展的重要基石,它可

以帮助供电企业赢得更多的社会关注度,吸引更多用电客户的眼光,从而大大提高供电企业的营业收入。在智能电力市场中,供电企业需要转换原有的营销服务理念,结合智能设备和大数据信息制定全新的营销服务方案,实现供电技术和供电服务的双重改革,以大幅度提高供电企业的服务质量,提高供电企业的综合实力。

5、构建科学合理的供电服务体系。在智能电力营销环境下,供电公司为了给用户提供更好的服务体验,可以根据供电市场的发展情况构建更加科学合理的供电服务体系,改变原有的供电服务模式,真正提高供电服务的质量和水平。一方面,供电公司可以在业务办理工作方面着手改进,提出更加高效的业务办理方式,让用户可以在最短的时间内办理好各项业务。另一方面,供电公司可以为用户开通专属服务通道,方便紧急客户办理相关的供电业务,切实为用户考虑,方便用户操作,使得用户对供电公司的服务更加满意。因此,供电公司需要与智能设备公司合作,充分利用智能设备及大数据信息。

6、提升智能供电服务的业务技能。对于供电公司的服务人员来说,自身的供电服务水平和业务能力是极其重要的,在智能电力营销环境中,供电公司的管理人员需要为服务人员提供更多的培训学习机会,最大程度地提高他们的业务能力和服务水平,为客户提供优质电力服务。在这方面,供电公司可以专门聘请智能电力营销管理人员对公司的服务人员进行培训指导,使他们掌握了解更多的智能电力营销服务理论,并将这些理论有效的应用在日常供电服务工作中,让用户在供电服务中可以快速解决问题,提高工作效率,减少时间浪费。

总的来说,智能电力营销环境下的供电服务模式已经有了翻天覆地的变化,供电公司的相关工作人员需要及时转变工作理念,适应智能电力营销市场,提高自身的专业能力和服务水平,避免出现不必要的服务问题,给客户带来困扰。本文重点讨论智能电力营销环境下的供电优质服务策略,试图提高供电企业的服务水平,为客户提供更为优质的供电服务。

参考文献

[1]郭媛,冷英俊.电力市场环境下供电企业基于业务流程管理的客户关系管理系统研究[D].南京:东南大学,2018.

[2]李惠红.“智能电力营销”环境下供电优质服务创新研究[J].财经界(学术版),2019(21):81.

[3]简海英.浅析电力营销服务中的主要问题及应对策略[J].科技创业家,2018(24):222-223.

[4]戴仪天.“智能电力营销”环境下供电优质服务创新研究[J].应用能源技术,2018(7):8-11.