

供电营业厅电力营销业扩报装水平的提升策略研究

孙瑜 田原

国网西安供电公司

摘要：随着社会经济的发展和人民生活水平的提高，对电力需求的不断增长，供电营业厅的电力营销业扩报装水平成为提高用户满意度和促进电力行业可持续发展的重要环节。本论文通过对供电营业厅电力营销业扩报装水平的现状进行调研与分析，结合市场需求和竞争情况，提出一系列提升策略，旨在帮助供电营业厅提高电力营销业务的扩报装水平，并最终实现用户满意度和经济效益的双赢。

关键词：供电营业厅；电力营销；业扩报装；提升策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.05.189

引言

电力作为现代社会不可或缺的基础能源之一，供电营业厅作为电力行业的重要组成部分，在满足用户用电需求的同时，也承担着促进电力行业发展的重要任务。随着社会经济的快速发展，用户对电力资源的需求也日益增加，电力营销业务的扩报装水平成为衡量供电营业厅服务质量和管理水平的重要指标。本文通过分析供电营业厅电力营销业扩报装现状，并针对这些因素提出相应的策略和建议。通过引入先进的运营管理理念和技术手段，结合市场需求和用户体验，旨在提高供电营业厅电力营销业务的品质和效率，实现业扩报装水平的持续提升。

一、供电营业厅电力营销业扩报装现状分析

（一）市场竞争激烈

随着电力市场的开放和竞争，供电营业厅面临着来自其他电力供应企业的竞争压力。在进行电力营销业扩报装时，供电营业厅需要与其他竞争对手争夺用户资源，提供更具竞争力的电力产品和服务。

（二）用户需求多样化

随着社会经济的发展和科技的进步，用户的用电需求愈发多样化。供电营业厅需要根据不同用户的需求，提供个性化、定制化的电力产品和服务，但这也增加了供电营业厅的运营难度和成本压力。

（三）难以预测用电容量

在进行电力营销业扩报装时，供电营业厅往往难以准确预测用户的用电容量。如果供电营业厅低估了用户的用电需求，可能导致供电不足；反之，如果高估了用户的用电需求，可能导致资源浪费和成本增加。

（四）缺乏市场营销能力

供电营业厅在电力营销业扩报装方面缺乏市场营销能力和经验。他们往往更侧重于业务办理和运维工作，对于市场推广和营销策略了解不足，难以有效吸引用户和扩大市场份额。

（五）信息不对称

在进行电力营销业扩报装时，供电营业厅与用户之间存在信息不对称的问题。用户对于电力产品和服务的

了解有限，供电营业厅需要加强与用户的沟通和交流，提供准确、及时的信息，帮助用户做出明智的决策。

（六）运营成本高

电力营销业扩报装过程中，供电营业厅需要投入大量的人力、物力和财力资源。这些资源的投入会增加营业厅的运营成本，对供电企业的盈利能力造成一定影响。

二、供电营业厅电力营销业扩报装水平的提升策略

（一）培养专业化人才

1. 加强对员工的培训和技能提升

加强对员工的培训和技能提升，培养专业化的电力营销团队。通过组织内部培训和外部学习，使员工了解电力市场运作规则、市场营销策略和客户服务技巧等，并提供实际操作的机会进行实践。这样可以提高员工的专业素养和解决问题的能力，为客户提供更好的服务。

2. 引进行业专家及顾问

可以邀请电力行业的专家或顾问为供电营业厅提供指导和支持。这些专家可以分享最新的市场趋势和经验，为营业厅制定战略规划和发展方向提供意见建议。同时，在关键决策时提供技术咨询和技术支持，帮助解决问题并提升服务水平。

（二）完善业务流程和信息系统

1. 流程优化和标准化

分析并优化电力营销业扩报装的各项业务流程，确保流程简单、高效，并符合相关法规和标准。制定标准操作流程手册，明确各环节的职责和操作步骤，降低人为错误和疏漏的发生，提升办事效率和准确性。

2. 引入自助服务设备

在供电营业厅中引入自助服务设备，如自助报装机、自助查询终端等。用户可以通过自助设备完成报装申请、查询用电信息等常见操作，减少人工干预，缩短等待时间，提升用户体验。

3. 建立信息系统

建立健全的电力营销业扩报装信息系统，实现信息的集中管理和共享。该系统可包括用户资料、报装申请记录、用电计量数据等信息，方便员工查询和处理用户需求。通过信息系统，提高工作效率、降低成本，同时

为后续数据分析和决策提供支持。

4. 强化数据管理和安全保障

加强数据管理能力，确保用户信息和用电数据的安全、完整性和可靠性。建立备份机制，定期进行数据备份和恢复测试，防止数据丢失或损坏。同时，加强网络安全措施，保护用户隐私和敏感信息，提升用户对系统的信任度。

5. 推广在线办理和电子支付

推广在线办理服务，用户可以通过供电营业厅的官方网站或手机应用程序进行报装申请、变更手续等操作，提高办事便利性和效率。同时，支持电子支付方式，如支付宝、微信支付等，简化缴费流程，进一步提升用户体验。

6. 数据分析和预测应用

利用信息系统中积累的数据，采用数据分析和预测技术，为电力营销业扩报装提供决策支持。通过分析用户需求、市场趋势等数据，优化资源配置、调整营销策略，提前预测用电需求，提高供电运营的效率和准确性。

（三）提高服务质量和效率

1. 培训员工

加强员工培训，提升他们的专业知识和技能水平。培训内容可以包括电力知识、报装流程、服务技巧等方面，使员工能够熟练处理各类报装需求，提升服务能力和态度。

2. 建立服务标准

制定明确的服务标准和指南，包括对于用户接待、咨询解答、办理手续、投诉处理等方面的要求。服务标准可以涵盖时间、流程、语言沟通、礼仪等方面，确保服务一致性和质量。

3. 引入客户关系管理系统

建立客户关系管理系统，对用户信息进行整合和管理。通过该系统，能够及时记录用户需求、服务历史等信息，提升服务的个性化和针对性，增加用户黏性和满意度。

4. 提供多渠道服务

除了传统的现场服务，提供多渠道的服务方式，如电话咨询、短信回复、在线客服等。用户可以选择适合自己的交流方式，提高服务的便捷性和灵活性。

5. 加强沟通与反馈

建立用户意见反馈渠道，鼓励用户提出建议和意见。同时，建立快速响应机制，及时回复用户反馈，解决问题或提供解决方案，增强用户体验和满意度。

6. 提升办事效率

优化工作流程，采用科技手段提升办事效率。使用电子数据处理、自助终端设备等技术手段，简化报装手续、减少排队等待时间，提高办理效率。

7. 实施质量评估和监控

定期进行服务质量评估和监控，通过客户满意度调查、投诉处理情况等指标，了解服务状况并进行改进。及时发现问题，及时采取措施，不断提升服务质量和效率。

（四）加强市场营销和宣传

1. 建立品牌形象

打造统一的品牌形象，确立供电营业厅作为可信赖的电力服务提供者的形象。通过统一的标识、形象设计和口号等，提升用户对品牌的认知度和信任感。

2. 定位目标市场

明确目标市场，针对不同的用户群体制定差异化的营销策略。根据用户需求和特点，开展精准的市场定位和细分，提供个性化的服务和方案。

3. 多渠道宣传

通过多种渠道进行广告和宣传，如电视、广播、报纸、互联网等。利用社交媒体平台和手机应用程序等新媒体手段，增加宣传的覆盖范围和影响力。

4. 举办宣传活动

组织各类宣传活动，如开展电力知识讲座、举办用户培训班、参加地方展览会等。通过这些活动，增强用户对供电营业厅的关注和认知，提升品牌影响力。

5. 提供增值服务

除了基本的报装业务外，提供一些增值服务，如能源管理咨询、节能方案设计等。通过提供有针对性的增值服务，增加用户对供电营业厅的需求和忠诚度。

6. 加强合作与联盟

与相关企业或政府部门建立合作关系，共同进行宣传推广。例如与房地产开发商合作，在新楼盘开售时宣传供电营业厅的优势和服务，提高用户的选择意识。

7. 关注用户反馈

关注用户的反馈和评价，及时调整营销策略和宣传方式。通过积极回应用户关切和要求，不断改进服务质量和满足用户需求。

（五）创新电力产品和服务

1. 开发智能电力产品

结合新技术和智能化手段，开发智能电力产品，如智能电表、智能家居能源管理系统等。这些产品可以提供用户用电数据实时监测、远程控制等功能，提高用户对电力使用的便捷性和效率。

2. 推广绿色能源产品

积极推广绿色能源产品，如太阳能发电系统、风力发电系统等。为用户提供清洁能源选择，减少对传统能源的依赖，以满足用户对环保和可持续发展的需求。

3. 提供能源管理咨询服务

设立能源管理部门或团队，为用户提供能源管理咨询和服务。通过分析用户用电情况和需求，提供节能减排方案和优化能源消费的建议，帮助用户降低能源成本。

4. 引入互联网+思维

运用互联网+思维，将电力与信息技术相结合，提供更多在线服务。例如，开发移动应用程序，用户可以通过手机App办理报装手续、查询用电情况等，提供便捷的自助服务。

5. 推动能源多元化

引入多种能源供应方式，如分布式能源、储能技术等。通过多元化的能源供应方式，提高供电可靠性和灵活性，满足用户对稳定供电的需求。

6. 优化用电方案

针对不同用户群体，量身定制用电方案。例如，针对工业企业，提供优化的生产用电方案；针对居民用户，提供家庭用电管理方案。帮助用户合理规划用电，降低能源浪费。

7. 鼓励用户参与

开展用户参与型的活动和项目，鼓励用户积极参与能源管理和节能减排行动。通过用户参与，增强用户对电力产品和服务的认同感和满意度。

三、实施路径和效果评估

（一）实施路径设计

1. 确定目标和指标

明确提升电力营销业扩报装水平的具体目标和指标，如增加报装率、提高用户满意度等。设立可衡量的指标，以便后续评估效果。

2. 制定详细计划

制定详细的实施计划，明确任务、时间节点、责任人等。将目标拆解为具体的行动计划，并确保每个阶段都有明确的工作内容和要求。

3. 组建专业团队

组建专业团队负责实施路径的执行。团队成员应具备相关的电力营销和市场推广知识，能够有效地推动营销策略的实施。

4. 分阶段推进

根据实际情况，将实施路径分为不同的阶段，并逐步推进。每个阶段都应有明确的目标和任务，确保实施过程有序进行。

5. 配置资源

确保所需资源的充分配置，包括人力、物力和财力等方面。为实施路径提供必要的支持和保障，以确保计划的顺利推进。

6. 强化沟通与协调

加强内部沟通和协调，确保各部门之间的配合和合作。建立信息共享机制，及时交流进展和问题，以便及时调整实施策略。

（二）效果评估方法和指标体系

1. 数据分析

通过收集、整理和分析相关的数据，如报装率、用户满意度调查结果、电力销售额等，对实施路径的效果

进行评估。可以比较不同时间段或不同区域的数据变化情况，以客观反映提升水平的效果。

2. 用户调研

开展用户调研，通过问卷调查、访谈等方式，获取用户对电力营销业务的评价和反馈。了解用户的需求、满意度、投诉情况等，以评估实施路径对用户的影响和改善程度。

3. 市场竞争力评估

对供电营业厅在市场竞争中的竞争力进行评估，包括市场份额、竞争对手分析、品牌知名度等。通过比较实施路径前后的竞争态势和市场表现，评估提升水平对市场竞争力的影响。

4. 成本效益分析

对实施路径所产生的成本与效益进行分析，评估投入产出比。比较实施路径前后的成本和效益变化，评估提升水平对整体经济效益的影响。

结语

加强对供电营业厅电力营销业扩报装水平的研究，提出有效的策略有助于推动电力业务的发展，提高供电营业厅服务质量和管理水平，满足用户对电力资源的需求。然而，需要指出的是，每个供电营业厅在实施策略和方法时需要根据自身的具体情况进行调整和优化，以取得最佳的效果。希望本文的研究成果能对相关研究和实践工作提供参考和借鉴，为提升供电营业厅电力营销业扩报装水平提供有益的启示。

参考文献

- [1] 邓冰. 电力营销业扩报装的问题及对策探讨[J]. 工程技术(全文版), 2021(2016-36): 203-203.
- [2] 陈燕川, 李杨炼. 关于电力营销业扩报装的问题分析及对策探讨[J]. 轻松学电脑, 2020, 000(008): P. 1-1.
- [3] 郑毅. 探讨电力营销业扩报装流程规范化管理[J]. 百科论坛电子杂志, 2020, 000(013): 1601.
- [4] 马静波, 吴明贤. 电力营销业扩报装管理之方略探究[J]. 百科论坛电子杂志, 2020, 000(011): 1816.
- [5] 张鑫月, 魏鑫, 黑鼎贺. 电力营销业扩报装流程的规范化管理[J]. 精品, 2019(5): 1.
- [6] 刘智宇, 吴倩. 分析电力营销业扩报装流程的规范化管理[J]. 科技创新导报, 2019, 16(23): 2.
- [7] 岳佳. 关于电力营销业扩报装的问题分析及对策研究[J]. 华东科技: 综合, 2019(12): 1.
- [8] 王光华. 电力业扩报装工作存在的问题及对策分析[J]. 科技资讯, 2019, 17(5): 2.
- [9] 王峰. 新形势下电力营销管理与提高供电优质服务的策略[J]. 中国科技投资, 2019, 000(025): 109.
- [10] 马静波, 吴明贤. 电力营销业扩报装管理之方略探究[J]. 百科论坛电子杂志, 2020, 000(011): 1816.