

# 电力营销业扩报装存在的问题与策略研究

范悦 郭洋 崔晓静

国网太原供电公司

**摘要：**电力营销业扩报装作为供电企业与客户之间的桥梁，是电力企业营销工作的重要环节。业扩报装工作的质量对供电企业的经济效益以及客户满意度有着直接的影响，但是在实际的工作过程中，业扩报装存在着诸多问题，严重影响着供电企业的正常工作，影响客户的正常用电。基于此，为了提升电力营销业扩报装工作质量，本文从强化电力营销业扩报装业务能力的必要性入手，对当前电力营销业扩报装存在的问题进行分析，并采取相应策略对其进行解决，以期对相关工作提供一定参考和借鉴。

**关键词：**电力营销；业扩报装工作；存在问题；解决策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.09.084

## 引言

电力营销业扩报装服务质量，作为衡量能源供应商业务能力的重要指标，关系着用户的直接体验和电力企业的核心竞争力。在市场经济的大潮中，电力营销业的服务模式与业务流程正面临着前所未有的挑战。服务响应时效性不足、报装流程繁琐复杂、营销策略执行力弱等问题，已成为制约电力营销业进一步发展的关键因素。这些问题不仅降低了用户的满意度，也影响了企业在激烈竞争中的市场地位和品牌形象。在此背景下，探索和实施有效的策略，对于推动电力营销业务的持续改进和提升，具有重要的实践价值和理论意义。

### 一、强化电力营销业扩报装业务能力的必要性

#### （一）有助于增强市场竞争力和品牌影响

电力营销业作为能源行业的重要一环，其服务质量和效率直接关联到企业形象及客户的直接感受。业务能力的增强，意味着可以更快速、更准确地响应市场需求，这直接提升了客户对电力供应商的信任度和满意度，进而转化为品牌忠诚度的提升。一个稳定且专业的品牌形象在竞争中尤为突出，能够有效吸引新客户同时保持老客户，这对于任何希望在中长期发展的企业来说都是至关重要的。随着业务能力的提升，企业能更好地采集市场信息，根据数据分析调整营销策略，使之更加贴合市场动态，有效预见和引导消费趋势，从而在竞争中抢占先机。在此基础上，企业的市场份额和品牌影响力将得到进一步的扩大，形成良性循环，不断巩固和提升企业在市场中的领导地位。因此，强化电力营销业扩报装业务能力是推动企业市场竞争力和品牌影响力提升的关键所在。

#### （二）有助于促进内部管理与服务创新

在当今电力营销业的发展过程中，加强电力营销业扩报装业务能力，能有效地促进组织结构的优化，实现流程再造，通过提高作业效率和服务质量，实现管理模

式的革新和服务手段的升级。管理层面，通过引入现代化信息技术，如大数据分析和云计算等，可实现对业务流程的精细化管理，提高决策的科学性，优化资源配置，降低运营成本，提升管理效益。在服务创新方面，增强业务能力可以推动企业从传统的服务模式转向更加个性化、智能化的服务，通过构建在线服务平台，不断改善用户体验，满足客户多样化的需求。同时，强化业务能力还有助于企业快速响应市场变化，灵活调整服务策略，为客户提供更为高效、便捷的服务，这在提升客户满意度的同时，也为企业赢得了更多的发展机会和市场份额。通过内部管理与服务创新的不断推进，企业将在激烈的市场竞争中占据有利地位，实现持续健康发展。

### 二、当前电力营销业扩报装存在的问题

#### （一）服务响应时效性不足

业扩报装业务作为电力营销的重要组成部分，其响应时效性直接关系到客户的即时需求是否能得到满足。当前，电力营销业在服务响应时效性方面普遍存在不足，这种不足体现在客户在申请业扩报装业务时，从提交需求到业务处理、现场勘查、设计方案提供、施工完成到最终通电使用，整个流程耗时较长，且在各个环节中信息反馈不及时，客户难以获得业务进展的实时更新，导致等待时间过长，不仅增加了客户的不确定感，也影响了客户对电力公司服务效率的整体印象。服务响应时效性不足还可能由内部协调机制不畅、信息传递效率低下、业务处理流程过于繁琐等多种因素造成，这些因素往往相互作用，导致企业在快速变化的市场环境中无法及时调整服务策略，满足客户紧急及多变的需求。长此以往，将影响电力企业的市场竞争力，削弱客户基础，降低企业的整体业务发展潜力。

#### （二）报装流程繁琐复杂

电力营销业扩报装业务的流程涉及多个部门、多项

审核和多阶段操作，从申请提交、资料审核、方案设计到费用预算、施工安排和最终验收，每一步都需要大量的文件准备和时间投入。在这些环节中，用户往往需要反复确认信息、补充资料、等待审批，这不仅延长了整个报装周期，也大幅度增加了用户的时间成本和经济负担。因为流程的繁琐，一旦某个环节出现错误或延误，整个流程便会受阻，导致用户等待时间无限延长。尤其是在跨部门的协作中，由于缺乏有效的协调和信息共享机制，容易造成信息孤岛，进一步增加流程的不确定性。这些繁琐复杂的流程设置，在没有明确的指引和帮助下，用户很难独立完成所有步骤，使得报装体验大打折扣。这不仅直接影响了用户对电力企业服务效率的评价，也在潜移默化中损害了电力企业的形象，影响了其在激烈市场竞争中的地位。

### （三）客户沟通渠道单一

在电力营销业的扩报装服务中，客户沟通渠道的设置关系到服务的可及性和效率。目前，一个突出的问题是客户沟通渠道过于单一，这一状况在信息时代背景下尤显不足。当服务渠道受限，客户的咨询、反馈及投诉等需求无法得到及时响应，不仅增加了客户的沟通成本，也降低了服务的满意度。单一沟通渠道往往意味着客户在寻求服务或解决问题时的选择有限，这直接影响了用户体验。特别是在高峰期，电话线路等传统沟通方式可能会出现拥堵，客户难以及时联系到服务人员，从而延误了问题的解决。同时，单一渠道也限制了电力企业对市场反馈的接收和分析，难以全面准确地把握客户需求和市场变化，从而无法做出及时有效的业务调整。因此，当前电力营销业扩报装服务中客户沟通渠道的单一化，已成为制约企业服务品质提升和市场竞争力增强的一大障碍。

### （四）营销策略执行力弱

营销策略作为企业与市场互动的重要桥梁，其效果直接关系到企业业务的扩展与客户满意度的提升。然而，在实际执行过程中，策略的制定虽然考虑周全，但在落地时却频繁出现执行不到位的情况。这种执行力的缺失，往往源于内部沟通协调机制的不健全，使得策略传达不明确，执行层面的员工对策略理解存在偏差，导致在具体操作时无法做到精准施策。同时，执行力弱还体现在对市场变化的反应迟缓，无法及时调整营销策略以适应市场的实际需求，导致企业机会成本的增加。策略执行的不到位还可能引起内外部资源的浪费，如人力资源的不合理配置、营销预算的低效利用等，这些都将直接影响企业经营效益和市场竞争力。此外，策略执行力弱还会导致企业无法建立起有效的客户反馈机制，影响客户关系的管理和维护，进而影响到客户的长期忠诚

度。

## 三、电力营销业扩报装存在问题的解决策略

### （一）提升服务响应速度与效率

快速有效的响应客户需求是提高电力企业服务品质和市场竞争力的重要环节。应对现行服务流程进行彻底的审查与优化，确保每一环节都能精准高效地为客户服务。为了达到这一目标，可以采用流程自动化工具，将手动操作转变为自动化流程，减少人工介入的环节，从而缩短整个流程的时间。同时，建立一个跨部门的快速响应机制，确保在收到客户报装申请后，相关部门能够迅速协作，形成合力，缩短整体响应时间。电力企业还需要加强员工的专业培训，尤其是前线服务人员的应急处理能力和业务流程知识，让他们能够在遇到特殊情况时迅速做出判断，并采取有效措施。通过定期的模拟演练和案例分析，提高员工对复杂问题的处理能力，确保在关键时刻能够保持服务质量。为进一步提升响应速度与效率，还需加强信息化建设，通过移动应用程序等平台，实现服务流程的透明化，让客户可以实时跟踪报装进度，提供更多自助服务选项，让客户在需要时能够自主处理一些基本问题，减轻客服中心的压力，同时提高客户的满意度。通过这样一系列综合措施，电力营销业的扩报装服务响应速度与效率将得到显著提升。这不仅能够提高客户的满意度，构建良好的企业形象，还能够通过优质服务吸引更多的客户，提高市场份额，为企业的长期发展奠定坚实的基础。

### （二）简化报装流程，优化用户体验

在电力营销业的扩报装服务中，简化流程并优化用户体验是提升服务品质、提高客户满意度的重要途径。首先，对现有的报装流程进行细致梳理，识别并剔除不必要的审批环节，使得报装流程更加直观和易于操作。针对流程中的每一步，都应进行标准化设计，确保操作简洁明了，让客户能够轻松理解所需提交的资料和完成的步骤，有效减少因不清晰的流程指引而导致的反复沟通和时间浪费。其次，建立一个一站式服务平台，集成所有报装相关的服务，包括在线填写申请表、上传必要文件、实时查看审批状态等功能，使客户能在一个界面内完成所有操作。通过这个平台，还可以提供预约服务，让客户可以根据自己的时间安排选择勘查和施工时间，大大提高了服务的灵活性。再者，对于报装过程中必要的现场服务，如勘查和安装，采用专业的项目管理方法，确保服务团队按时到达，高效完成任务。对于服务团队，不仅要提供专业技能培训，还要加强服务意识教育，确保在与客户的互动中能够展现出专业和友好的企业形象。最后，加强后续服务的跟进，建立完善的客户反馈机制，对于客户在报装过程中提出的问题和建

议，应及时响应并积极处理。通过定期分析客户反馈，对服务流程进行调整和优化，确保服务流程始终符合客户需求的演变，从而增强客户对电力企业服务的整体满意度，为企业在激烈的市场竞争中赢得更多的认可和信任。

### （三）增强多渠道客户沟通与反馈机制

构建一个高效、多元的客户沟通与反馈机制，对于提升客户满意度和优化服务流程至关重要。电力企业需要通过整合线上线下资源，建立一个全方位的沟通平台。在这个平台上，客户可以方便地进行咨询、报装申请、问题反馈和服务评价。线上服务包括官方网站、移动应用、社交媒体平台和在线客服系统，这些渠道能够为客户提供24小时不间断的信息和支持。通过这些渠道，企业可以收集客户的实时反馈，及时调整服务策略，同时也可以发布最新的服务信息和营销活动，保持与客户的持续互动。另外，定期的客户满意度调查和市场研究可以帮助企业更深入地了解客户需求，识别服务中的不足，从而进行针对性的改进。通过数据分析工具，企业可以从大量的客户互动中提取有价值的信息，用于指导产品改进和服务创新。同时，建立一个有效的投诉处理流程，确保客户的每一个问题都能被迅速且妥善地解决，增强客户的信任感。加强内部信息共享机制也是提高沟通效率的关键，确保各个部门之间能够实现信息的快速流通，形成合力，以统一且高效的方式响应客户的需求。通过这样的多渠道沟通与反馈机制，电力企业可以提供更加个性化和及时的服务，提升客户体验，最终为企业带来更好的市场表现和品牌形象。

### （四）优化营销策略的灵活性与创新

营销策略的优化是推动电力营销业扩报装服务发展的关键一步。营销策略需具备足够的灵活性，以适应不断变化的市场环境和客户需求。策略的灵活性体现在能够根据市场动态和客户反馈迅速调整服务内容和营销手段，比如在电力需求高峰期提供特别优惠，或者对于大型工业用户设计个性化的扩报装解决方案。同时，创新是提升营销策略效果的驱动力，引入新技术和新模式，例如利用物联网技术实现远程监测和诊断，提供基于数据分析的能耗管理咨询，可以提升客户体验，增加服务附加值。为了实现这些目标，企业应当建立一个跨部门的策略协调小组，专门负责收集市场情报，分析竞争对手动态，定期评估和修订营销策略。同时，通过市场调研获取第一手的客户需求信息，定制更贴合市场的服务方案。此外，还应利用数字化工具，比如CRM系统，对客户数据进行深入分析，以此为基础设计差异化的营销策略，精准定位不同客户群体，实现精细化管理。在推广策略的过程中，积极采用线上线下相结合的方式，

通过社交媒体、专业论坛等线上渠道宣传服务特点，同时组织线下活动，如客户见面会，增加与客户的互动和沟通。这样的多渠道营销方式可以扩大企业服务的影响力，提高客户的参与度和忠诚度。创新还应体现在服务模式上，比如开发自助服务系统，让客户能够在网上直接申请报装服务，选择合适的服务时间，减少人工介入，提高服务效率。通过上述方法，企业可以不断优化营销策略，提高其适应市场变化的能力，促进创新思维，从而在激烈的市场竞争中保持优势，实现可持续发展。

### 结语

综上所述，本研究对电力营销业扩报装服务中存在的问题进行了系统的梳理，并提出了针对性的策略。通过提升服务响应速度与效率、简化报装流程、增强营销策略的灵活性与创新，以及加强多渠道客户沟通与反馈机制，可以有效地解决现有问题，提升用户满意度。因此，未来电力企业应秉持开放和进取的态度，结合市场趋势和技术发展，不断探索适合自身发展的营销策略，为用户提供更为高效、便捷、个性化的服务，从而在激烈的市场竞争中稳固自身的地位，实现可持续发展。

### 参考文献

- [1] 廖涛, 曹晓璐, 张小晓, 等. 典型业扩报装意见工单分析研究及措施建议[J]. 农电管理, 2023(7): 48-51.
  - [2] 崔萌, 梁晓辉, 姚晓亮, 等. 电力营销业扩报装的问题及对策研究[J]. 电力系统装备, 2023(6): 173-175.
  - [3] 曹玲. 供电营业厅电力营销业扩报装水平的提升对策[J]. 现代工业经济和信息化, 2022, 12(6): 225-226.
  - [4] 岳阳. 加强电力营销业扩报装管理工作方法分析[J]. 数字化用户, 2022, 28(41): 198-200.
  - [5] 张彤, 顾超. 供电营业厅电力营销业扩报装水平的提升对策[J]. 科海故事博览, 2022(32): 70-72.
  - [6] 冀敏. 关于电力营销业扩报装的问题分析及对策探讨[J]. 科海故事博览, 2022(18): 73-75.
- 作者简介: 范悦, 女, 1991年12月, 汉族, 山西太原, 本科, 中级工程师, 研究方向: 业扩报装、用电检查。
- 郭洋, 女, 1992年5月, 汉族, 山西河津, 研究生, 中级工程师, 研究方向: 电费电价, 营业管理, 用电检查。
- 崔晓静, 女, 1991年5月, 汉族, 山西太原, 研究生, 中级工程师, 研究方向: 供电所管理。