

优质服务与应急抢修作业存在的问题及对策

闫慧鑫 黄婧 赵媛 李朋

国网唐山供电公司

摘要：提供优质服务和进行高效的应急抢修作业都对于新能源配电网的可持续运行和用户满意度至关重要。在提供优质服务与应急抢修作业的过程中，常常会遇到一些问题，通过不断提升服务水平和加强应急响应能力，可以更好地推动清洁能源的发展，提高电网的可靠性和安全性。本文将从以下几个方面对优质服务与应急抢修作业存在的问题进行分析，并提出相应的对策。

关键词：电力营销；精细化管理；问题；解决措施

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.12.100

引言

在新能源配电网中，优质服务和应急抢修作业是相辅相成的。优质服务为应急抢修提供了良好的基础，而应急抢修作业则是优质服务的重要保障。通过加强人员培训、完善工作流程、优化资源配置等措施，可以提高服务质量和抢修效率，为用户提供更加可靠和稳定的电力供应。

一、新形势下电力市场化发展存在的问题和挑战

在电力安全作为国家安全的重要组成和保障，对于保障能源安全、社会稳定、人民幸福关系重大。当前社会对电力安全可靠供应的关注度日益提高，对电网企业安全生产提出了更高标准、更严格要求。在电力市场化改革的进程中，必须面对国家政策的制约和规范，同时，电力企业和政府之间的关系错综复杂，因此如何协调两者之间的关系将成为一个极为重要的挑战。其次，电力市场化的推进需要不断优化电力运营经营的效率，提升电力企业的竞争力，但同时也需要对电力企业自身的体制机制、管理模式等进行持续的更新和改进，以适应市场化发展的需求。再次，电力市场化还存在一些不稳定因素，比如电价波动大等，这些都会影响到企业的经济效益。此外，实现电力市场化需要为民营企业 and 外资企业提供更多进入和发展的机遇，但如何在国有企业、民营企业和外资企业之间实现利益平衡，是一个亟须解决的难题^[1]。

二、优质服务对电力营销的作用

电力营销是现代社会中不可或缺的一项服务，它对于推动经济发展和提供便利的生活方式起着重要作用。优质服务作为电力营销的附加价值，更是能够提升用户体验和满意度的关键因素。

首先，优质服务能够提高用户对电力产品的信任度和认可度。在竞争激烈的市场中，用户对于电力产品的选择更加注重品质和服务。通过提供专业、高效、可靠的服务，电力企业能够树立良好的企业形象，增强用户对企业的信任感，进而提高用户的忠诚度。

其次，优质服务有助于解决用户在使用电力产品中遇到的问题。电力使用过程中可能会出现各种各样的问题，比如停电、电表故障等等。通过提供及时的技术支持和解决方案，电力企业能够迅速响应用户需求，解决用户问题，提升用户体验。

另外，优质服务还能够为用户提供个性化的需求满足。不同用户对于电力的需求和使用习惯各不相同，通过了解用户需求并提供个性化的服务，电力企业能够更好地满足用户的需求，提供更加贴心的服务体验。

此外，优质服务还可以通过增加附加值的方式提高用户对电力产品的满意度。比如，提供在线缴费、电费查询、用电量分析等便捷服务，方便用户随时随地获取电力信息，提高用户的使用便利性和满意度^[2]。

三、优质服务与应急抢修作业存在的问题

（一）缺乏科学的营销管理制度

当前我国的电力企业在电力营销管理工作中，由于缺乏对管理工作的重视，仍旧缺乏完善的电力营销管理制度。在电力营销工作中出现的问题无法界定责任人，管理工作分工不明确；营销人员在营销过程中缺乏一定的营销标准，在营销过程中呈现出的专业性不强，部分电力企业的营销人员缺乏服务意识，在服务过程中缺乏耐心，服务态度不好等，严重影响企业的整体形象。

（二）缺乏市场认知

当前营销管理现代化进程中存在的缺乏市场认知的问题，导致营销管理活动产生了较为严重的欠缺。一部分企业并没有认识到电力营销对企业发展的作用，缺乏对市场发展形势的客观认识，最终导致电力营销方案市场定位非常的模糊，管理水平持续的下降，很难和预期管理模式进行相互的协调，影响各个营销管理活动的科学进行。在这一背景下并没有按照市场的发展方向来健全对应的营销管理机制，各个部门之间缺乏密切的沟通以及互动，再加上内部机制的不健全，很难全方位的调动员工了解营销市场的积极性，无法起到一定的激励效果。

（三）服务响应速度不够快

在提供优质服务的过程中，服务质量的稳定性是一个重要的考量因素。有时候，由于工作量的变化、人员调整等原因，服务质量可能会出现波动，这给客户带来了不便和困扰。对于用户的用电需求或问题反馈，如果服务响应速度较慢，会影响用户的体验和满意度。

（四）电力服务以及市场风险

电力行业由于具有一定的市场垄断性质，相关工作人员在对客户进行服务时往往存在着服务态度散漫，对于客户的意见建议以及反馈不重视的状况。这也使得用电客户以及供电企业的冲突不断提升，客户的投诉案例不断增加。这些因素，为电力公司的营销造成了一定的困难。特别是在信息化大数据时代，公众以及电力的消费者可以通过网络以及舆论的力量造成对电力企业不利的社会影响^[3]。

（五）应急抢修作业效率低下

应急抢修作业可能需要使用各种备件和设备来修复故障，如果备件和设备不足，可能延长抢修时间。在应急抢修作业中，可能会遇到各种复杂的故障情况，要求抢修人员具备专业的技能和丰富的经验。应急抢修作业需要在有限的时间内完成，对于效率的要求较高。然而，在实际操作中，可能会出现效率低下的情况，导致延误客户的时间和产生额外的损失。在应急抢修作业中，沟通和指挥是关键环节，需要确保信息的及时传递和准确共享。

（六）缺乏专业营销团队

随着“供电+电力能效服务”业务体系的优化升级，电力能效服务业务的专业性越来越强，其中就包括公共辅能系统、余能利用、建筑节能等业务方向，这对业务人员的能力带来了新的挑战。一是由于电力产品在市场上几乎没有竞争者，存在着一定的垄断性。因此，相关从业人员不具备是与市场需求适配的服务意识，没有将客户放在首位，往往存在着被动服务的现象；其次，电力企业缺乏团队建设意识，相关从业人员的专业性还有待提升，缺乏营销的理论和实践能力。电力企业亟须打造一支专业的技术人才队伍、管理人才队伍以及服务销售队伍。

四、优质服务与应急抢修作业问题解决对策

（一）建立正确的服务意识

服务意识是促进企业发展的前提，尤其是在当前市场竞争日益激烈的情况下，必须更新营销理念、强化服务意识，厘清企业与客户的关系，以尊重客户主体性为核心，努力为客户提供高质量的服务。企业的管理人员还应该强化工作人员的服务意识，提高工作人员的信息化服务效率。这要求电力企业首先要根据区域有针对

性地加大对电力营销管理的资金或技术投入，建立完善的信息技术管理体制，进而有针对性服务用户。其次，工作人员还应该从客户的角度出发，按照规范完成工作任务，树立服务意识，有效为用户解决用电过程中的难题，从用户的实际用电需求出发，为用户提供有个性化的信息技术用电服务流程。为了适应不断变化的市场环境和消费者需求多样化的趋势，需要对现有的营销手段做出相应的调整与优化。对于较少到营业厅的客户来说，可以采用拨打电话或使用社交媒体的方式了解客户的具体要求，给予便利的服务体验。

（二）强化市场调研和预测

电力市场调研中，即在科学方法的应用下，在市场上有目的、有计划以及系统化地对相关市场营销信息和资料，进行搜集和整理。不断分析电力企业与电力市场的关系，分析影响电力营销活动的宏观、微观环境。预测电力需求的发展趋势，分析用户市场的电力需求和购买习惯，研究企业面对市场变化所带来的机会和挑战；在市场调研后，制定适当、可行的营销策略，这样才能详细了解客户对于电力产品服务要求以及满足度情况，同时也能够有效了解电力市场发展现状^[4]。

（三）保障电能供给

向客户提供优质且稳定的电能是电力企业的首要任务，并且电力企业还应该保证电能的可靠性以及对电压的合格率做出保障，切实保障客户的用电需求。因为如果电力企业提供的电能无法保障电压，就极易损坏用户的电器。对使用电能的用户造成经济损失，甚至造成人身伤害。因此，电力企业服务的基本就是为客户提供具有稳定电压的可靠电能。为用户解决基本需求。以及为用户提供即时的事事故抢修信息查询及服务投诉等多项基本服务。

（四）丰富电力营销模式

当前，随着我国的用电需求不断提升，电力公司现阶段的电力营销模式难以满足市场需求，亟须改革创新。对安全风险问题进行全面排查。积极学习并引进国内外先进的管理经验，提升电力企业的产品质量，促进电力企业的可持续发展，降低资源损耗，提升能源的利用率。现代营销模式和传统营销模式相比，内涵更加丰富，且在策划设计现代企业营销方案时，可以加大对心理学、市场营销学等相关知识的应用，进而制定相应的电力企业营销模式。完善电力营销模式的具体措施应包括以下几个方面，首先，做好电力指标的管理工作，健全电力营销管理制度，完善硬件、软件系统配套设施。其次，创新传统的营销模式，完善服务方案。最后，培养强有力的营销队伍。培养一支懂技术、懂规则、会研判、服务优良的电力营销队伍，是电力企业未来高质量

发展的关键。

（五）完善服务流程

电力企业电力营销服务质量较差，不利于电力企业维护客户关系，因此电力企业需要完善服务流程，推出定制化服务策略，与工商业客户保持联络，并进行定期回访，以此来拉近电力企业与客户之间的关系，维护两者之间的信任。此外电力企业需要及时将国家相关电力信息传递至客户手中，帮助客户了解电力市场买卖规划。该服务策略不仅能够帮助电力企业更好维护与客户之间的关系，而且也有利于发掘潜在客户，进一步推动电力企业的发展。在传统电力营销模式中，存在业务流程过于繁琐的问题，要求营销人员按规定要求逐步开展各项操作，致使营销资源长期处于低效利用状态。同时，对营销部门和其他部门的协作交流水平提出了严格要求，如果部门协作不到位，则会进一步降低电力营销工作效率。因此，电力企业需要依托信息化系统，着手对原有业务流程进行再造设计，由线上办公方式取代线下办公方式，并由系统替代人工完成绝大多数的基础性工作^[5]。

（六）强化重要电力用户供电管理

第一，强化客户用电安全管理。有关电力管理部门可结合本地区实际，健全相关制度和标准，指导重要电力用户加强按标准配置自备应急电源，满足安保负荷正常运行，规范设置应急电源接口、多路供电电源配置。

第二，强化事件主体应对突发事件能力。重要电力用户应加快完善相关应急预案，适时组织拉动演练，全面提升自保、自救能力以及电力突发事件的应对能力。

第三，供电企业加强与客户沟通联系。应开展党政机关、交通枢纽、高危企业、人员密集场所等重要用户供电设施排查，细化完善重要客户应急保障“一户一案”，及时开展恶劣天气、电网检修情况下的供电风险预警，指导客户落实预控措施，防范供电中断风险。

（七）精细化用户服务

精细化用户服务是电力营销信息化关注的核心目标，旨在提升用户体验和满意度。然而，在实践中，实现精细化用户服务面临一些问题，如用户需求预测不准确、服务个性化程度不高等。为解决这些问题，首先，电力企业需要加强用户需求分析和市场调研，利用数据分析等技术手段，预测用户需求的变化和趋势，并相应地调整供应策略和产品定价。其次，提供个性化的服务和定制化的产品，充分考虑用户的特殊需求和偏好，满足不同用户群体的需求。最后，加强与用户的沟通和互动，及时反馈用户意见和建议，持续改进和优化用户服务。

（八）强化综合应急能力建设

第一，健全应急指挥体系。推进应急指挥的“一张

图”建设，提高指挥决策支撑保障能力。提升公众通信网络防灾抗毁能力和应急服务能力，严格落实24h执勤战备、领导带班和全勤指挥遂行出动机制，持续完善预警接警程序，健全运力调用调配和应急绿色通道机制，提高应急物资和救援力量快速调运能力，确保快速准确的应急响应。第二，强化预案演练。健全预案体系，完善巨灾情景应对相关内容，与政府部门的应急预案有机衔接，强化实战演练，针对常发灾害和重大风险，制定年度计划，重点组织开展大面积、大范围停电等实战演练，不断提高协同应对能力^[6]。

（九）提升从业人员的素质

电力行业的特殊性决定了营销人员需要掌握的专业知识相对深入，他们不仅要了解电力的基本知识，如发电、输电、配电等，还要对新能源技术、电网升级、峰谷电价等新兴领域有所涉猎。这需要企业组织系统性的培训，如邀请技术专家进行授课，组织实地考察等，确保营销人员在与客户沟通时能够准确传达电力技术的最新进展。对于员工的行为进行合理的规范，提升整个企业以及行业的服务水平，增强本企业在市场中的竞争力，增强员工的纪律性。要提升从业人员的素质可以从以下几个方面着手：一是对员工进行定期的培训，增强员工的企业认同感和归属感；二是规范工作流程，确保工作可追溯、可追责；三是建立健全事故报修制度，为客户高效率解决电力问题。

结束语

优质服务与应急抢修作业在新能源配电网中扮演着至关重要的角色。新能源配电网是指利用可再生能源进行发电，并将电能输送到用户端的电力系统。在这个日益重要的领域中，提供优质服务和高效率的应急抢修作业对于保障电力供应的可靠性和稳定性至关重要。

参考文献

- [1] 虎凡. 优质服务水平提升对电力营销工作的影响论述[J]. 电力系统装备, 2022(9): 175-177.
- [2] 杨荣霞, 冯鸿怀, 邓丽娟, 等. 新形势下做好电力企业电力营销及优质服务的措施分析[J]. 电力设备管理, 2022(11): 233-235.
- [3] 张婷. 提升电力营销优质服务, 助力优化营商环境[J]. 消费电子, 2022(7): 57-59.
- [4] 张海波, 童星. 中国应急管理效能的生成机制[J]. 中国社会科学, 2022(4): 64-82, 205-206.
- [5] 李松霞, 吴福象. 重大公共突发事件下我国城市防控能力空间分异及应对机制研究[J]. 软科学, 2021, 35(7): 45-50.
- [6] 游志斌. 中国应急指挥部体系建设的战略方向探讨[J]. 中国行政管理, 2022(9): 140-145.