

电力营销工作中的客户关系管理要点探讨

师俊杰

(国网武安市供电公司)

[摘要]对于电力企业来说,客户不仅是服务的对象,更是改进产品的动力。将客户关系管理融入电力营销具有重要意义。阐述了客户关系管理的定义,明确了电力营销中客户关系管理的内容,最后分析了客户关系管理系统的实际应用,以便与同行交流。

[关键词]电力营销工作;客户管理;要点

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.05.103

近年来,客户关系管理在电力营销中得到了广泛的重视。通过管理企业与客户之间的活动,可以有效挖掘企业的发展潜力。同时,基于先进的计算机技术的应用,客户关系管理系统的建设和推广大大简化了管理流程,提高了管理效果,为电力企业的发展打下了坚实的基础。

1. 供电公司客户关系管理现状

1.1 不够重视市场调研与客户分析

目前,我国还没有一套稳定的市场调研和客户分析体系。客户信息的收集存在一定的被动性。收集到的信息大多是公开的、肤浅的,信息价值较低。目前,对于客户服务,跟踪明显不到位,对于客户反馈重视不够,导致客户结构本身存在一些问题。对于供电企业的客户来说,由于层级的不同,在营销过程中需要差异化。但长期以来,供电企业通常对客户一视同仁,导致服务品种和功能没有差异,无法满足不同客户群体的差异化需求。

1.2 客户服务停留在客服中心

目前,我国大部分供电公司的客户服务,还停留在客户服务中心,客户服务停留在被动接受客户需求,然后再处理客户服务的阶段。虽然我们已经意识到自己是一家服务型企业,但管理模式仍然是服务解决客户问题,设立客户服务中心解答客户反馈问题,转工单后处理反馈问题。服务模式简单被动。如果线路故障导致地区停电,数以百计的客户拨打电话询问原因和通话时间。客服中心代理无法了解现场维修人员的信息,无法回复准确的电话时间,无法反馈维修进度。这会导致客户投诉,回电后没有部门会分析故障原因并提出有效的解决方案。即使提出整改措施,也不能监督落实。这不能从根本上解决停电原因,仍有再次停电的可能。客户仍然抱怨,影响客户满意度,这意味着供电公司还没有形成服务文化,服务理念的实现也不理想。

1.3 客户服务业务能力待提升

目前,供电公司在与客户沟通的过程中,过于依赖供电公司的经理,因此整个客户关系的建立和维护与供电公司的经理有着直接的关系。再加上客户群体的差异化,工作本身对供电公司经理的综合素质要求非常高。特别是沟通协调的能力,我们还需要根据客户的需求定制相应的服务。但就目前供电公司管理者而言,存在道德失配现象,导致服务质量缺乏有效保障。

1.4 公司电价政策灵活性不足

在实际运行过程中,供电公司必须严格执行国家电价政策,自身的价格优势和竞争手段不灵活。特别是目前光伏发电、风电等的推广,对传统电价构成了威胁。固定电价政策直接导致公司缺乏市场竞争力,甚至导致部分大客户流失。

2. 电力营销中客户关系管理的应用策略

2.1 完善工作流程

电力营销中的客户关系管理需要电力企业积极改进工作流程。因此,电力企业应按照现代管理理念制定工作流程图,明确企业各部门的客户关系管理职责,全面梳理客户关系管理工作。同时,电力企业要明确市场营销部客户关系管理的主体责任,设立专门的客户关系管理机构 and 岗位,制定并实施客户关系管理规章制度。此外,电力企业还应设立监督部门对客户关系管理进行监督,促进客户关系管理的改进,进而优化电力营

销客户关系管理的效果。

2.2 改进管理系统

为了提高电力营销中的客户关系管理水平,电力企业应积极完善客户关系管理体系。因此,电力企业要根据国家电网公司的目标,制定营销和发展目标,在党和政府的政策指导下,对企业各项工作进行战略部署。同时,电力企业要加快信息营销,加强信息营销管理,不断提高电力营销信息化水平。此外,电力企业应积极优化客户关系管理体系,制定相关的客户管理规章制度,规范客户关系管理,树立以客户为中心的理念,开展以客户为中心的电力营销服务,为客户提供优质、个性化的电力服务,满足客户对电力服务的个性化需求。同时,电力营销客户关系管理应根据用户需求调整电力营销策略,积极为客户提供优质服务,扩大电力企业的市场份额。此外,电力营销客户关系管理应积极关注客户对电力企业服务和产品的反馈,及时收集整理客户对电力企业服务的反馈和建议,根据客户反馈和建议改进电力营销。

2.3 优化服务

优化客户服务体验是实施客户关系管理的重要途径。因此,电力企业在电力营销客户关系管理过程中应积极优化客户服务。因此,电力企业应加强对客户信息的收集,根据客户的消费特点对客户群体进行分类,明确各客户群体的服务需求和消费倾向,然后根据客户的服务需求和消费倾向与客户进行沟通,积极向客户介绍电力产品,增强电力营销的针对性。同时,电力企业要保证电力服务和产品质量,优化客户服务体验,用优质的服务和产品吸引客户,增强客户对电力企业的忠诚度。

2.4 提高电力营销人员素质

电力营销人员的素质直接影响到电力营销客户关系管理,因为客户关系管理需要电力营销人员结合营销工作来进行。因此,电力企业应不断提高电力营销人员的素质。因此,电力企业应积极增强营销人员的客户意识,使其充分认识到客户关系管理对电力营销的重要性,鼓励其在营销过程中积极开展客户关系管理。此外,电力企业应加强对营销人员的客户关系管理培训,提高其客户关系管理能力。

2.5 重视对供电公司客户的信息分析

在构建客户信息管理平台时,需要选择合适的技术,可以引入一定的智能手段来构建合适的管理平台。利用管理平台做好数据分析,有效发挥数据信息的作用。另外,及时处理客户反馈上来的信息,这种信息不能局限于客户群体,还可以延伸到客户周围的人群中,收集更多的相关信息。

结束语

在市场经济条件下,客户关系管理在电力营销中占有重要地位。在运营过程中,电力企业必须更加重视客户关系管理,不仅要做好日常工作中的客户关系管理,还要建立完善的客户关系管理体系,以占领市场主动权,实现电力企业的稳定发展。

参考文献

- [1]唐勇,伍润泽.电力营销工作中的客户关系管理探讨[J].区域治理,2019,000(013):100.
- [2]邹寒君.电力营销工作中的客户关系管理措施研究[J].中国战略新兴产业,2019,000(048):240.