

# 关于供电营销服务风险管理的若干思考

宓鸿英

国网吉林省电力有限公司通化供电公司

DOI:10.32629/hwr.v2i11.1644

**[摘要]** 电力企业在发展的过程中需要面对较大的营销服务风险以及电力风险,同时其也对电力企业的经济效益产生了较大的影响。所以电力企业应正确认识电力营销服务,以及电费风险控制的积极意义,并采取有效措施加大控制力度,从而促进电力企业的平稳发展。

**[关键词]** 电力企业; 电力风险; 营销服务风险

如今在社会生产和生活中对电力的需求明显增大,在电力企业的日常经营与发展期间,采取多种措施不断提高供电营销服务的质量,保证电能供应的安全也成为了电力企业关注的焦点。但在供电企业发展中,供电服务存在着一定的风险,对此,应加强风险管理,为企业营造更为有利的发展环境。

## 1 供电营销服务的积极作用

### 1.1 利于树立良好的社会形象

供电营销通常是指供电企业的工作人员向客户推销电力产品的经营模式,由于电力主要由国家控制,所以电力企业不需参与市场竞争,最后导致电力行业在日常工作中不重视自身的社会形象。故而很多用户对电力企业服务态度并不满意,但是在社会不断发展的今天,人们的思想意识也发生了较大的变化。电力企业在发展的过程中开始重视自身社会形象的建设。而高质量的供电营销服务有利于企业树立良好的社会形象,良好的企业形象也能够增强企业对客户的吸引力。为了更好地巩固电力企业在市场中的地位,应建立并完善供电营销服务体系,以营销服务提高客户的依赖度,从而为企业的发展创造有利条件。

### 1.2 提高企业的经济效益

现如今,我国已经突破了传统的电力市场格局,电力行业也加入到了市场竞争当中。现阶段,市场竞争十分激烈,若要从众多电力企业的相互竞争中获得更多的市场份额,不断提高企业的盈利能力,就需要不断完善供电营销服务。高质量的供电营销服务可为企业吸引更多的客户,客户在享受到高质量的服务后会提升对企业的信任度和依赖度。另外,在为用户开展维修检查工作的过程中,可收取相应的报酬,这一服务一方面为客户提供了更多的便利,另一方面也提高了企业的经济效益。使得供电营销服务为企业提供更多用户的同时,也可有效提高了企业的经济效益,促进了企业的健康发展。

## 2 供电营销服务中的问题

### 2.1 配电网结构缺乏合理性

目前社会的发展和进步增加了人们的用电需求,但是我国的配电网结构不够完善,很多地区的配电网结构无法满足当前的发展需要,在输配电的过程中会损耗大量的电能,该

现象不仅影响了企业的经济效益,也浪费了大量的电力资源。又由于我国很多地区比较偏远,虽然经过几轮农村电网改造,但仍有部分地区还存在电压偏低的情况,进而降低了用户用电质量,损害了供电企业的社会形象。

### 2.2 服务无法满足用户需求

当前,我国的很多电力企业在发展的过程中都十分重视供电营销服务,同时在这一过程中也采取了多种营销服务措施。但是供电营销服务是一个全新的理念,其在落实的过程中也存在着较为明显的问题。且在构建服务体系时没有能够参考的经验,必须要独自探索,而这种情况并不能很好地满足用户的个性化需求。

### 2.3 农民缺乏营销服务意识

当前,我国的城市化发展水平逐渐提高,城市人口数量越来越多,但是在新增城市人口之中,大部分人口均为外来进城务工人员 and 读大学的学生,老年人多半留守农村。老年人的思想比较守旧,无法在短时间之内接受新鲜事物,因此其也无法接受全新的供电服务。其受传统思维模式的影响较深,无法配合电力企业的供电营销服务工作。此外,农村地区的老年人文化水平有限,其不能全面地了解并掌握智能供电服务方式,所以这也为新型供电服务方式的推广造成了一定的障碍。

### 2.4 缴费以及故障报修方式需不断完善

互联网技术在社会发展的诸多领域均得以广泛应用,且互联网第三方支付方式也逐渐兴起,其在人们的生活中占据了十分重要的位置。人们可采用微信支付、支付宝支付、电e宝等多种第三方支付方式完成交易活动,新型的自助缴费方式具有多样性,如银行转账、网银转账、支付宝、微信和95598网站等。但是很多供电企业在缴费环节依然采用传统的缴费方式,故障报修方式依然采用以往的模式,对此必须采取有效措施改善这一现状。

### 2.5 服务人员专业素质参差不齐

人是供电服务的主体。电力营销人员的行为对企业的发展有着十分显著的影响。若在工作中出现明显的失误,则可能会给企业带来较为明显的负面影响,所以供电服务人员应不断提升自身的思想意识。电力企业在发展中也需更加积极

地对服务人员开展培训活动,树立良好的服务意识,突破旧观念的束缚,使服务人员为用户服务的过程中给予更多的耐心,以更热情和更主动的态度为用户提供营销服务,进而为用户提供相对较为舒适的消费环境,提高营销服务的质量。

### 3 预防供电营销服务风险的策略

#### 3.1 创新营销管理制度

电费风险管理中要认真思考预防和解决电力风险的主要措施,这就要求我们建立科学完善的制度,严格按照规范的要求严格控制工作流程。若不能建立完善的制度,管理中不能按照规范的要求来执行,则电力企业营销工作也会受到极大的影响。在这一过程中也会产生十分明显的电力风险问题。所以,电力企业有必要制定科学有效的应对措施应对这一风险,这也需要规范化及制度化的管理作为保障。

#### 3.2 提高营销人员的综合素质

在选拔电力营销稽查人员的过程中,要适度提高入职标准,同时高度关注岗前培训对企业营销人员的作用。很多营销人员在从事电力稽查工作之前对电力营销的了解不够深入,而营销涵盖了多个方面的内容,且不同地区营销的重点也存在着非常明显的差异。对其进行岗前培训可使电力稽查人员能够更加深入和全面地了解行业发展的重点,避免业务处理中出现失误或违规操作问题。在对稽查人员进行技能培训的过程中,注意先让其掌握营销稽查的基本流程和制度要求,从而不断改善工作效率,充分利用人力资源的优势。

#### 3.3 采取阶梯式收费标准

阶梯式的电价收费标准通常以本地区的经济水平以及用户用电的差别来制定不同的电价政策,在规定时间内,若用户的用电量超出正常范围,则采取相应的计价策略收取电费。这种计费方式一方面提高了电费收缴的科学性及合理性,另一方面也促进了电力企业持续、稳定地发展。但是在这一过程中我们必须要注意的一点是,该缴费模式需考虑当地经济发展的实际情况以及用户的用电量等多方面因素,进而确保电价策略的合理性。

#### 3.4 完善内部控制机制

明确风险控制的责任归属,确保管理人员的责任与义务具有较强的统一性。管理者可采用有效的激励制度和激励政策,调动操作人员的工作热情,使其以更加积极和自觉的态度履行自身的职责。并且还要赋予管理人员一定的空间,使其发挥自身的价值,探索出一种全新的满足实际要求的高

效管理方式。再者,企业应高度重视电费风险可能带来的不良后果,采取有效措施增强管理人员的风险防范意识。且企业还要不断改进和完善内部控制制度,并对电费指标采取有效的量化处理方式,明确责任人的职责范围,尽量完善职工考核制度,尤其要重视电费回收职工的考核,需以业绩为基础对其进行工作评估。

#### 3.5 加大供电营销的稽查力度

首先要合理选择在线稽查的主题,以量、价和费等主题为核心内容,逐渐增加监控点。如对功率因数和峰谷电价执行指数模型进行升级改造等。在线稽查工作中,应始终坚持在线稽查常态化工作的正常开展,全面了解稽查人力资源配置的基本情况,按照不同的阶段定期开展主题分析以及稽查工作。在专项稽查工作的过程中,需采取分阶段稽查的方式,在稽查中将上一年度发生的主要营销风险以及本年度的风险规划作为重点,加强稽查的有效性。其次,现场稽查对营销廉政以及企业经营的风险必须要进行严格的现场验证,按照要求开展现场稽查工作,如电费补退不合理,欠费销户等。最后,在核查工作中要将重点放在退补金额以及销户用户方面,明确退补原因和退补审批环节,避免在这一过程中发生违规操作的问题。在欠费销户环节,要将欠费金额超过1万元的用户予以销户处理,同时在这一过程中明确用户销户的主要原因,如拖欠电费始终未缴的原因和具体审批情况等。

### 4 结束语

供电营销服务是电力营销工作中十分重要的环节,供电服务风险管理是保证供电服务水平的关键。在供电营销服务中应结合多种风险的实际情况,对其进行妥善的管理和控制,从而不断优化供电营销服务的综合水平,推进供电企业的平稳发展,加强供电企业的综合实力和市场竞争力。另外,供电企业在发展中不仅要积极落实国家的相关政策,也需采取多种措施应对供电营销服务中的多种风险,这样才能高效带动我国电力产业的不断前进。

#### [参考文献]

- [1]李杰.电费风险管理在电力营销全过程中的有效运用分析[J].科技风,2018,(20):38.
- [2]郑洪.电力营销管理中安全风险问题及解决措施[J].数字通信世界,2018,(4):28.
- [3]陈海燕.供电营销服务风险管理及规避措施[J].低碳世界,2016,(19):27+36.