

电力企业电力营销中的客户服务管理现状问题及其措施

房媛

国网山东省电力公司栖霞市供电公司

DOI:10.18282/hwr.v2i5.1303

摘要:随着我国社会经济的快速发展,对于电力系统供电服务水平也提出了更高的要求,因此电力企业要优化服务管理水平,并且为了促进电力企业的长远发展,必须提升客户服务管理水平,从客户角度出发,制定合理的客户服务管理方案,丰富服务手段,做好服务管理工作。基于此,本文概述了电力企业电力营销中的客户服务管理,对电力企业电力营销中的客户服务管理现状问题及其措施进行了探讨分析,旨在促进电力企业的可持续发展。

关键词:电力企业;电力营销;客户服务管理;现状问题;措施

电力客户服务管理对电力企业发展具有重要意义,但是基于各种因素的影响,我国电力客户服务管理还存在诸多问题,因此需要采取相应的措施,制定科学的客户服务管理方案,丰富服务手段,从根本上提升服务管理水平,以下就电力企业电力营销中的客户服务管理现状问题及其措施进行了探讨分析。

1 电力企业电力营销中的客户服务管理概述

电力企业电力营销中的客户服务管理是电力企业发展的必然趋势,同时也是社会发展的必然需要。电能不同于传统商品,其具有特殊性,在传统的销售中,用户通常以用电为目标,但是随着生活质量的提升,人们逐渐转变了理念,追求更高质量的电能,这就需要电力企业提供相应的客户服务管理,同时也是人们追求更高质量服务的必然要求。随着电力行业发展,良好的客户服务管理能够有效的打破行业垄断、引入合理的竞争,同时其能够降低电价,改善客户服务,促使电力行业形成新的发展格局。从某种程度上讲,为了让电力企业在激烈的市场竞争中处于有利的地位,电力企业就必须做好客户服务管理工作。

2 电力企业电力营销中的客户服务管理现状问题分析

2.1 电力企业电力营销中的客户服务现状分析。现阶段我国电力企业的客户服务水平比之以往有了极大地提升,然而基于市场经济的背景下其服务质量仍然存在很多不足。例如电力企业的经营效益、员工利益以及客户服务质量这三者之间的联系并不紧密,很多电力员工的服务观念还比较停滞,并未转变到市场经济下“以客户满意为中心”的服务理念中来,无法满足客户的服务需求。还有些电力企业管理部门认为供电企业服务只是接洽联系客户部门与员工的工作,认为服务是属于营销部门的事,其工作主要是行使职权,并不存在为客户提供服务。由于客户服务工作一直以来都没有受到相关职能部门的重视,导致一线营销部门客户服务难以得到发挥,客户往往会对服务失去信心。所以,全面整合当前电力企业各部门的资源,创设以服务客户为中心的营销措施是电力企业的工作重点。随着我国社会经济的快速发展以及电网公司体制的深化改革的持续进行对电

力电力营销中的客户服务工作也提出了更高水平的要求。各个层级的电网公司都提出了全面提升“供电服务水平”延伸服务内容,丰富服务渠道力图给客户更为优质的服务。

2.2 电力企业电力营销中的客户服务问题分析。主要表现为:(1)服务理念问题。近年来,虽然电力行业得到了较快的发展,但是在客户服务中还存在一些问题,最主要的就是服务理念落后,多数电力营销员工没有树立良好的服务理念,重视生产,轻视管理的思想普遍存在,正是由于这种理念的存在,极大程度上限制了电力企业客户服务管理的发展,使其管理水平难以提升,此外在部分偏远山区,电力企业对客户服务重视不够,更加使服务质量难以保障了。(2)服务意识问题。基于计划经济体制的影响,导致服务基础差,在很多电力企业中,客户服务和电力营销人员不足,或工作人员素质问题,无法提升客户服务管理水平,同时一些设备较为落后,严重的影响了供电质量和服务水平,也削弱了客户服务的优质基础。(3)服务手段问题。电力企业客户服务手段直接影响到了服务质量,在当前的服务管理中,多数电力企业的服务手段较为单一,缺乏创新性,不能够满足广大用户的需求,同时资金投入较少,严重的制约了服务形式的多样化发展,因此电力企业要重视当前的服务管理模式,利用多样的服务手段来提升客户服务质量。

3 电力企业电力营销加强客户服务管理的措施分析

3.1 健全完善客户服务制度。例如某些地区的电力客户缴费过程繁琐、工程服务不规范等等。电力企业可以全面采用和网上银行、电子转账等的信息技术,让一些繁琐的问题简明化。其中电费代收点与自营收费网点,就非常具有针对地有效措施。另外,电力营销中的客户服务制度还需创设一套行之有效的监督制约机制,通过举报电话、热线、微博、微信等手段,彻底杜绝服务过程中出现的不规范的服务现象,确保服务水平的优质性。过去的电力企业体制其根本目的就是安全生产,提高发电量为运营核心,其重点任务就是确保企业可以实现安全生产、大量生产,而至于怎样去疏导电力的流向、客户怎样去使用电力资源,以及营销客服后期

的跟踪服务完全忽视。所以电力行业非常有必要引入电力行业价格竞争机制,以此杜绝电力的垄断,并健全完善相关服务制度。

3.2 树立正确的客户服务观念。为了提高客户服务水平,电力企业首先要树立正确的服务观念,提升员工的服务意识,利用服务为企业创造更多的价值和利益。在具体的实施中,企业要根据实际的情况,在传统的服务基础上,树立全新的服务理念,逐渐建立创新的服务模式,尽可能的满足客户需求,其次在员工方面,企业要将服务理念渗透到生产和营销当中,使所有员工都怀有服务人民的意识,并将意识认真的贯彻到具体的工作中,改善服务环境和服务过程,实现服务管理水平的全面提升。

3.3 不断加强电网改造建设。为了让客户真正的感受到服务水平的提升,电力企业必须加大电网改造建设力度,以优质的电力更好的服务于客户。电网改造建设能够为客户提供服务管理提供重要的基础保障。在提升服务管理的同时优化了物质质量。电力企业要加大电网改造建设,提升电网自动化运行水平,推动电网朝着智能化发展,同时要制定科学的电网监督管理措施,合理的安排检修路线,确保电网运行的安全性和稳定性,进而为优化客户服务质量提供保障。

3.4 合理采取多样的服务手段提升客户服务水平。服务手段单一是影响服务质量的重要原因,因此电力企业在营销领域中,要丰富服务手段,从而提升服务质量。随着近年来互联网的发展,其逐渐的渗透到各个行业之中,电力企业的服务管理可以结合互联网技术,进行网络信息服务,首先电力企业可以采用信息化服务,利用先进的计算机技术,建立面向客户的服务平台,方便客户的咨询,同时建立网络缴费、自动化电费管理等服务,切实的推出方便客户的服务政策。此外电力企业还可以建立快速服务平台,通过卫星定位技术,提升电网检修的速度和质量,从而实现自动化一体的服务管理,提升供电质量,满足不同客户的不同需求。电力企业除了再用信息化服务外,还可以继续沿用标准化服务,在原有的基础上要建立更加健全的标准化服务制度,在制定制度的同时要结合实际情况,确保制度能够有效的约束服务人员的而行为,同时要加大服务力度,确保使每名服务人员

都能够明确电力优质服务标准,在具体的实行中,电力企业可以制定营业服务标准细则、窗口硬件环境标准和业务标准等,从而为规范服务打下坚实的基础。

3.5 不断提升客户服务人员素质。提升客户服务人员的业务素质是电力企业优化服务管理的有效途径,服务人员是服务的执行者,只有其具备良好的综合素质才能保证提供优质的服务,因此电力企业要加强员工培训,丰富服务人员的服务手段和技巧。在电力企业中定期开展有针对性业务交流会和专业培训班,利用供电公司内部人才优势,统一培训资源,多角度拓宽业扩人员服务能力,重点侧重于电力设计、运维检修、服务规范专业。通过培训,努力提高业扩工作人员综合业务能力,培养出具有生产、营销、建造、规划设计能力的复合型人才。同时需要树立起项目全面管理的意识,切实对客户业扩项目负责,主动为客户提供优质的服务,利用掌握到的市场信息,有效结合专业技能,促进业扩项目工作的顺利推进。

4 结束语

综上所述,电力企业营销管理中的客户服务对于电力企业的长久发展非常重要。但是由于电能具有特殊性,在传统销售中,用户通常以用电为目标,但是随着生活质量的提升,人们逐渐追求更高质量的电能,这就需要电力企业提供相应的客户服务。因此对电力营销管理中的客户服务现状问题及其措施进行分析具有重要意义。

参考文献:

- [1] 王琛. 基于项目管理的电力大客户业扩工程管理[J]. 山东工业技术, 2017, (08): 189.
- [2] 戴向东. 电力大客户业扩工程项目管理分析[J]. 科技资讯, 2017, 15(30): 147+149.
- [3] 苏剑桦. 供电企业客户关系管理系统优化问题研究[D]. 吉林大学, 2016, (10): 71
- [4] 欧宝华. 新时期电力企业客户服务的现状及发展方向探究[J]. 科技创新与应用, 2017, (28): 161-162.
- [5] 涂安. 新时期电力营销领域的客户服务管理策略[J]. 低碳世界, 2017, (29): 126-127.