

# 电力业扩和优质服务

王涛

国网河南省电力公司周口供电公司

DOI:10.32629/hwr.v3i12.2608

**[摘要]** 我国电力市场正在有条不紊地开展市场化改革,电力企业因此面临巨大机遇和挑战,特别是在市场营销方面。作为卖方就不得不创新自身的营销方式,提高客户的满意度,增强自身的核心竞争力。只有在大家共同努力之下,才能够更好地开拓市场,并为电力企业树立更良好的形象,为电力企业创造出更高价值,只要做到这些就一定能够获得更好的经济效益,更好地为社会、群众进行服务,真正做到使客户满意,让政府放心。基于此,本文主要通过电力营销优质服务现状及优化策略进行分析,希望能够有一定的借鉴意义。

**[关键词]** 电力; 营销; 服务

## 1 加强电力营销优质服务的意义

1.1 优质服务是企业承担经济和社会责任的客观要求。电力企业跟人们的生活息息相关,不仅要维护电网稳定,保证人们的正常生产生活,更要注重服务,要参与社会经济建设。企业不能一味地追求利益的最大化,更多的是要考虑社会责任,企业需要增大服务成本来适应激烈的社会竞争环境,而优质服务则是电力企业承担责任的保证。

1.2 优质服务有助于树立良好企业形象。对于电力企业而言,通过提升自身营销的服务质量和水平,为客户提供优质的服务,使得客户对电力企业的认同感不断提升,这样电力企业也将在客户心中树立良好的企业形象。

1.3 优质服务可以提高企业竞争力。随着社会的发展,人们对服务质量的要求越来越高,而企业也越来越重视自身的服务质量与水平。对于电力企业而言,若是想提升企业的竞争力,那么在激烈的市场竞争中首先就应做好电力营销工作,使得用户用电的满意度提升,这样企业的竞争力也将得到提升。

1.4 优质服务有利于提高电力企业的工作执行能力。在电力服务的过程中要以用户为主体来解决实际存在的电力问题,提高企业的高质量服务,目前,提高电力企业员工的服务意识不仅可以提高电力企业员工的工作执行能力,还可以在工作的过程中规范企业的运作模式,明确企业的管理目标,精细化管理企业营销流程,为用户实时提供服务,提高企业在社会的影响力。

## 2 供电企业电力营销服务现状

供电企业提供的电能产品对于社会发展和人们生活有着重要作用,电能作为一种较为特殊的产品,其服务水平也很重要。因此就要求供电企业在优化电能产品质量的同时,还要不断地提升营销服务质量。而目前很多供电企业在电力营销策略上还是存在很多问题,其中传统经营理念没有及时进行转变,对服务水平也产生了一些不好的影响。而且供电企业受到传统管理体制的制约,使得一些电力营销模式已经不能满足当前时代发展需求。其中电力营销手段传统且营销管理水平不够等,都在影响着供电企业营销服务水平的提升。这些问题直接阻碍了供电企业的发展,也会给企业经济效益带来一定的损失。甚至在很多时候,由于服务水平低下,客户资源会直接流失。因此供电企业需要及时发现并进行解决,并不断提升电力营销服务水平,为客户提供最为优质的服务。

## 3 电力营销优质服务改进措施

3.1 建立科学的营销管理制度。建立健全科学、合理的营销制度势在必行,由此一来,能够提高电力企业的管理,将其竞争力提升一个新的档次。其一,电力企业应该将企业员工的责任制度及时的完善起来。将电力企业营销中各个环节的职责与权限落实到人,这样一来,不管在今后的经营当中哪个环节出了问题,都可以将其责任进行很快的落实,及时的解决问题,提高工作效率。其二,电力企业要想不断进步与发展,奖罚分明的管理思想是必须要培养的。因此,也要相应的建立员工工作奖励制度,以此来调动员工的工作积极性,提高服务质量。

3.2 增强营销服务的宣传,提升服务质量。想要进一步提高电力企业的营销服务水平,需要企业对相关的营销服务重要性进行宣传,加强员工对服务的重视程度,提升服务质量。首先,企业相关部门需要加强对服务质量的重要性进行宣传,对企业文化进行宣贯,定期或者不定期组织相关的宣传培训活动,加深电力企业对服务的重视程度,将企业文化、服务理念渗透到企业日常经营之中,为服务质量的提高提供意识保障。其次,完善相关的奖惩制度。根据企业实际情况,制定完善相关的工作流程、标准、奖惩制度,通过奖励与惩罚的正向引导与反向引导作用,促进企业服务质量的提高。再次,打造高质量的服务团队。想要提高服务质量,需要提高相关工作人员的服务水平,才能保障相关的服务质量。企业在日常经营中,适当增加投入,注重相关人员的培训,让员工在学习交流中不断提升服务水平,促进企业发展。在员工的培训方面,可以通过多种多样的培训形式,采取定期形式进行培训提升服务质量。

3.3 提供个性化服务。只有为强大的客户提供个性化、多样化的服务,才能充分体现营销管理理念。通过设置客户经理来实现个性化服务,因为这项服务的全过程都是由客户经理全权负责,建立和完善应急响应体系。同时,为了提高业务处理的效率,特为客户开辟绿色通道;为了方便客户查询与电力业务有关的事项,营业厅设立了专门的服务区。

3.4 供电企业要制定科学的营销策略。供电企业要真正的提升电力营销优质服务水平,就必须制定科学合理的营销策略。首先,电力营销工作要转变营销理念,建立以客户为中心的营销观念,不断的优化客户服务方式,围绕客户的需求来制定相应的营销策略。其次,供电企业要注重电力营销策略的战略性意义,使其具有长期的指导性,逐步分阶段的将优质服务深入到电力营销工作的每个环节,用制度的方法约束和规范电力营销优质服务工作。

3.5 定期走访用户。人与人面对面的沟通是最好的交流感情的方式,对于新的政策出台时,企业要组织人员进行用户走访,了解用户最真实的需求,消除用户在用电方面的疑虑。

## 3 结语

综上所述,当前我国电力企业在营销服务上仍然存在严重的问题,制约着我国电力企业的进一步发展,因此,必须要加强对供电企业电力营销优质服务的研究,通过良好的服务手段以及服务策略提高客户的满意度,促进供电企业核心竞争力的提升,使得供电企业能够持续稳定地发展。

## [参考文献]

[1]曹辉.关于供电企业电力营销优质服务提升途径研究[J].现代国企研究,2018(22):68.

[2]杨芳,王芳.供电企业电力营销优质服务提升途径探讨[J].建材与装饰,2018(46):230-231.

[3]曾钰.探究供电企业营销优质服务提升途径[J].科技风,2017(22):170.