

电力营销服务新管理体系的研究与探讨

李景 崔佳

北京朝阳电力实业开发有限公司, 北京 100024

[摘要]为进一步贯彻落实国网公司“五个不动摇”、“四个统筹好”等决策部署,认真落实“三首理念”和高质量争先发展工作方案,结合国网公司提出的“阳光业扩”服务工作要求,以“高质量发展”为核心,以“精益化管理”为抓手,以优化客户体验为努力方向,以提升服务质效为重点任务,依托公司智能电网建设成果,电力企业率先提出了“一核三辅一延伸”阳光服务管理体系的构建。从变革服务模式、创新服务技术、优化服务流程、完善服务手段等多个方面入手,在实践中探索出一条以客户需求为导向,适应市场环境的高质量发展的服务管理之路,使电力营销服务更加优质便捷、精益高效。“一核三辅一延伸”阳光服务管理体系在提升服务质量,公司形象,客户感知等方面取得了一定的成绩,是深入贯彻国家相关工作要求的创新之举。

[关键词] 电力营销; 服务创新; 提升服务

DOI: 10.33142/hst.v5i4.6607

中图分类号: F273.2

文献标识码: A

Research and Exploration on the New Management System of Electric Power Marketing Service

LI Jing, CUI Jia

Beijing Chaoyang Electric Power Industry Development Co., Ltd., Beijing, 100024, China

Abstract: In order to further implement the "five unswervingly" and "four well coordinated" decisions and arrangements of State Grid Corporation, seriously implement the "three first ideas" and the high-quality development work plan, and in combination with the "sunshine industry expansion" service requirements put forward by State Grid Corporation, with "high-quality development" as the core, with "lean management" as the starting point, with optimizing customer experience as the direction, and with improving service quality and efficiency as the key task, relying on the company's achievements in smart grid construction, power enterprises took the lead in putting forward the construction of "one core, three auxiliary and one extension" sunshine service management system. From the aspects of changing the service mode, innovating the service technology, optimizing the service process, improving the service means and so on, we have explored a high-quality development service management road based on customer demand and adapting to the market environment in practice, so as to make the power marketing service more high-quality, convenient, lean and efficient. The "one core, three auxiliary and one extension" sunshine service management system has made certain achievements in improving service quality, corporate image and customer perception, which is an innovative move to thoroughly implement the relevant national work requirements.

Keywords: power marketing; service innovation; improving service

1 实施背景

1.1 适应国家数字经济发展的需要

当前国内国际双循环的发展格局加速构建,推动国际格局加速演变。2021年是十四五的开局之年,做好新能源的规模布局的规划,构建以新能源为主体的新型电力系统,是国家电网公司高质量发展的前进方向,具有深远意义。构建新型电力系统是数字技术加速与电力系统深度融合的过程,是数字新基建与电力基础设施融合发展形成智慧电力系统的过程,是传统电力网向能源互联网演进的过程。电力营销服务面向更加个性化、高质量、多元化的客户需求,亟需转变营销业务发展方式,充分利用数字化手段为营销业务赋能,提升客户感知能力和服务效率,更好地满足人民美好生活用能需求。

1.2 推动国网公司“碳达峰、碳中和”战略目标落地的需要

当前,全球能源供需格局正逐渐进入深刻调整和重构

阶段,加快发展新能源已成为国际社会应对全球气候变化的普遍共识和一致行动。国家电网公司以“能源转型、绿色发展”为理念,加快电网发展,加大技术创新,加快形成绿色生产和消费方式,确保“碳达峰、碳中和”愿景早日实现。李克强总理在政府报告中提出,扎实做好碳达峰、碳中和各项工作。实现碳达峰、碳中和的愿景,是推动疫情后的“绿色复苏”的重要途径,是汇聚可持续发展的强大合力,是保障国家安全能源的重要举措。通过大力实施电能替代,加强电力技术创新,推动社会节能提效、节能减排等措施,与电力营销新型服务模式相结合,建立“全环节、全贯通、全覆盖、全生态、全场景”的开放服务体系,打造业扩报装、智慧能源服务、碳交易等提供高价值的增值服务,带动产业链上下游共同发展,为广大客户提供一站式线上服务。

1.3 提升电力营销服务能力的需要

国家电网公司在2021年工作会明确提出“高品质服

务、高质量发展、高效能管理、高水平创新、高素质队伍”等重要工作部署,为电力企业今后的电力营销工作提供了遵循、划出了重点。随着地区城乡一体发展不断推进,高精尖经济结构逐步构建,国际交流日趋频繁,都对供电服务的效率和质量提出了更高的要求,也提供了新的发展机遇。加快报装接电速度,加强供电保障力度,保持优质服务温度,成为适应地区客户需求的必然要求。电力营销新的服务管理体系,是以提高发展质量和效率效益为中心,强化经营意识、细化经营分析,在安全上精益求精,在管理上精雕细刻,发展上精耕细作,主动优化资源配置、改善经营活动,纵深推进多维精益管理体系的重大变革。因此,依据客户需求不断完善电力营销服务模式,优化服务流程,是支撑电力企业稳健经营的形势需求,也是促进电力企业内部业务水平提升的核心动力。

2 基本内涵和主要做法

紧抓国家数字化发展机遇,以国网公司战略为指引,以践行卓越服务为目标,立足电力企业营销渠道运营管理现状,按照“深度融合、快速响应、智慧赋能、价值共创”的总体思路,构建“一核三辅一延伸”阳光服务管理体系,电力企业通过从变革服务模式、创新服务技术、优化服务流程、集约服务管理等多个方面开展工作,探索出一条以客户需求为导向,适应市场的高质量发展之路,使电力营销服务更加优质便捷、精益高效。

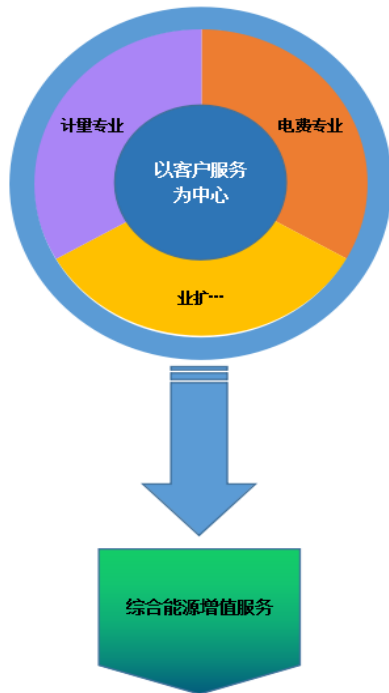


图1 “一核三辅一延伸”阳光服务管理体系内涵示意图

一核:即以客户服务为核心,不断提升客户服务品质,优化客户办电、用电体验。将客户群体进行细分归类,并针对不同类型的客户群体,分层次的提供专项定制服务。

对外实现营销业务办理“一口对外”,对内打通专业壁垒,缩短业务链条,切实提升客户电力获得感。这是阳光服务管理体系的核心要求。

三辅:即业扩专业、计量专业、电费专业深度融合联动管理。在坚持业务驱动原则的基础上,找准各专业业务间的融合点,使各专业融合后业务协同更加顺畅、高效,同时加强内部专业协同和供电信息共享,使各专业同一方向发力,同频共振,提高客户服务工作效率。这是阳光服务管理体系的有效支撑。

一延伸:加强与社会多方合作,通过共商共建共享,构建各方参与、互利共赢的综合能源协同体系。大力开展增供扩销,提前谋划“能效账单”,主动向客户提供“一站式”用能增值服务,提高电能终端能源占比,科学布局充电网络,不断增强客户粘性。这是阳光服务管理体系的增值体现。

以“三首理念”为契机,以“高质量发展”为核心,以“持续优化营商环境”为抓手,以提升客户感知为努力方向,以提升服务质效为重点任务,依托公司智能电网建设成果,主动适应市场、贴近客户、接受监督、积极构建“便利化、透明化、标准化、规范化”的管理服务模式,有效提升客户电力便利度和获得感。“一核三辅一延伸”阳光服务管理体系是深入贯彻国网公司相关工作要求的重要举措。主要做法如下:

通过优化组织结构,进一步强化营配资源融合与业务协调,结合服务资源整合与组织变革,全面梳理优化业务流程,再造服务流程,完善保障机制,构建以客户为中心、以市场为导向、具有高适应性的现代化供电服务管理体系。推行高压业扩项目“三公开”和“两强化”等服务举措,充分发挥大客户经理全流程服务职能,加强用电报装项目精细化、精益化管理,实现业扩报装双循环管控,形成数据闭环;依托PDA易作业终端,增加数据联网共享、指挥库房联动和全流程管控功能,并积极探索差异化客户服务举措;深入挖掘能效服务市场,深化“供电+能效服务”,推动“双方案”有效落地,深入开展“供电方案”与“综合能源方案”深度融合的业务模式,提高综合能效;深入挖掘充电服务市场,推动政府优化充电桩运营补贴政策,使传统电力营销服务与综合能源、充电业务、客户侧分布式能源并网等新兴产业结合,促进营销业务创新发展。使业扩报装实现多维度管控,延伸服务触角,形成阳光服务管理新模式,通过该服务管理体系,实现对客户的全方位、定制化服务,全面提升客户体验,增强客户粘性。

2.1 重组服务团队, 缩短服务半径

整合客户服务专业、电费专业、计量专业现有业务与人员,成立客户服务中心。通过各专业的合并,将原有三个专业整合为一个业务服务机构,使整体服务体系更加精干,统一领导下的融合型业务机构协同沟通更加顺畅高效;

同时利用结合改革发展新形势,不断深化组织体系和运行机制的创新与探索,动态优化内设机构,为满足自身服务机构的发展新要求提供坚强的组织保障。

2.1.1 成立客户服务中心

整合客户服务专业、电费专业、计量专业现有业务与人员,成立客户服务中心。一是基于客户服务需要。为提升客户电力获得感,优化客户用电体验,将客户服务、计量、电费专业合并,充分发挥计量专业的纽带作用,更加紧密地将客户服务、计量、电费专业结合在一起,打通专业壁垒,减少中间环节,缩短业务链条,实施客户业扩报装、计量、收费等业务的全流程管理,实现一口对外。二是基于“量价费”全链条管理需要。通过开展电费业务与计量业务深度融合,一方面,计量现场不仅校核电量,同时校核电价,增强了电费职能管理与计量现场管理的纵向贯通性,进一步提升了电价使用的规范性与标准化;另一方面,通过“量价费”深度融合联动管理,核算出的电量异动能够第一时间反馈至计量现场,及时纠正计量失准,提高电费稽查水平,确保电量计量不缺不漏。业务集约融合,提升了电费与计量管控的协同性,实现“量价费”全方位监控和闭环管理,从而提升“电量计量、电价执行、电费收费”的精准性,减少“跑冒滴漏”,使企业进一步“降损”增效。

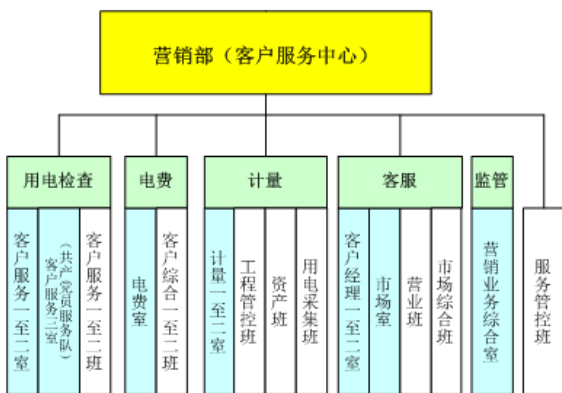


图2 调整前组织机构图

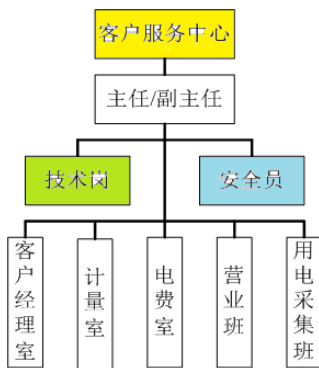


图3 调整后组织机构图

2.1.2 重组全能型客户服务团队,定制专属服务

依据客户不同的办电、用电性质和规模、用电的需求和期望,将客户群体进行细分归类,分为普通客户、集团要客、充电设施专项客户。客户服务中心针对不同类型的客户群体,实行客户服务分级制度。根据业务范围与工作能力不同,组建多支相应的客户服务实施团队。为不同的客户群体提供分类型、分层次的专项定制服务,做到“现场勘查、工程实施、计划排定、装表接电、电费核算、能源拓展”不出团队。为客户提供业扩报装、计量核算、电费查询、能源拓展的“用电全流程服务”。客户服务实施团队包括1名客户经理,主要负责项目整体协调推进、主动对接客户,沟通答疑;1名装表接电专责工,主要负责计量点、计量方式的确定,电能计量装置的安装、计量验收;1名电能表检验检测辅助工,主要负责计量装置现场检验,采集调试工作;1名电费专业的电费核算专责工,主要负责客户的电费电价的维护和审核工作,抄表现场检查工作;1名智能用电专责工,主要负责对客户的用电设备提出优化用电方案,帮助客户优化用能结构、提高能源利用水平。全能型客户服务团队,实现“一条龙”服务,从“以内部计划为中心”向“以客户需求为中心”转变,切实提升工作效率及客户满意度。

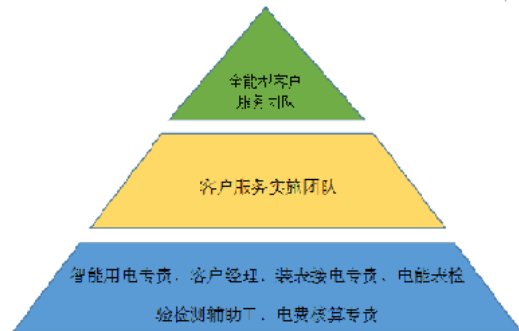


图4 全能型客户经理团队重组划分示意图

2.1.3 创建“双管控”工作小组,双重监管保障

针对客户工程,从工程实施进度和优质服务进行双重管控,保证工程进度和优质服务两手都要硬,一是成立优质服务管控小组。依托营销业务管理平台,结合稽查工作,开展定期、定量抽查客户工程资料。主要通过线上核查和检查的方式,调取客户服务实施团队的服务视频,发现问题第一时间通过微信群进行通报,并编入服务管控周报,持续监督整改落实情况。同时通过线下回访报装客户,从业务执行、系统流程、标准制度、优质服务等方面,逐级逐项检查各服务实施团队的服务规范、制度落实情况。二是成立客户工程现场管控小组。依托移动作业应用,结合日常工作有序合理编制普查计划。主要通过现场核查和检查的方式,搜集现场和取证必要资料,来补充完善缺失客户的数据。同时通过现场调研,收集客户的电能替代、综

合能源服务意向、用户能源消费信息,用户可调节负荷资源潜力信息,调研分布式电源等信息,前置客户用电需求对接,纳入客户项目储备库。通过优质服务和现场的“双管控”,加强客户工程整体管控,实时掌握客户用电需求和工程实施进展、过程中存在的问题;实行常态对接机制,主动发声、主动防控,防范日常工程管控安全风险;及时协调公司内部各部门专业,规范调拨工程物资,确保按时完成送电。

2.2 创新服务举措,提升客户感知

2.2.1 深化业务流程“三公开”

“三公开”即供电方案制定公开、工程进度节点公开、验收送电计划公开。一是供电方案制定公开。客户经理在拟定供电方案时,遵循“安全可靠、经济合理”原则,同时结合用电客户需求,使用移动作业终端,辅助生成可视化供电方案,为客户提供比选供电方案,并推荐最优方案。同时客户经理就客户关心的供电方案上级电源点、供电路由、供电方案可实施性、经济性等问题为客户进行答疑解惑,进一步提升方案透明度。二是工程进度节点公开。通过网上国网APP进行报装用电的客户,可在网上国网APP中查询申请受理、供电方案答复、工程实施、装表接电4个环节的具体办理时间及流程时限。同时,营销部提高内部协同效率,加强发展、运检、调控等相关部门信息沟通,及时公开新建外电源建设进度,分享站室空余间隔、电缆通道断面批复、电气设备技术标准、站室及线路可开放容量等信息,便于客户经理及时掌握工程进度,配合客户推进工程的送电工作,进一步压缩流程时限。三是验收送电计划公开。客户经理每周与客户进行对接,详细掌握客户用电需求、工程进展及存在的问题,及时沟通协调解决公司内各部门问题,合理安排停送电计划,公开送电流程、节点时限及所需资料,便于客户及时准备相关资料,合理安排施工力量,有效衔接施工进度。客户经理每周参加运检部组织客户服务日商会,同时邀请客户参会。客户可自主选择参加客户服务日商会,由散点式审核转变为集中会审,由多方先后确认计划转变为集体确认计划,实现客户需求和服务信息的双向交互。

2.2.2 加强服务规范“两强化”

“两强化”即强化客户经理制、强化客户服务日。一是强化客户经理制。充分发挥客户经理核心作用,试行重要客户报装接电“零跑腿、全代办”新模式,针对重点区域、重要工程,客户经理主动对接服务客户,精准对接,推行国家重点项目工程“精准对接”制度,做好项目设计、施工、监理等重要环节管控;针对工期紧,用电需求急的重点项目,实行业扩分级决策调度,对仍需要公司决策的,及时上报协调解决。营销部组织召开临时协调会,推动各部门协同办理,力行“绿色通道”服务模式,提高绿色增值服务比例。二是强化客户经理服务日。客户经理与客户

建立定期联络、现场走访等常态服务沟通服务机制,负责日常调度业扩工程,实时开展协调处理。同时客户经理对各自的存量在途项目的工程实施进展情况、存在问题和用电需求进行定期梳理,针对于长期停滞工程、有舆情风险工程、跨部门受阻工程,定期开展结存工作分析会,及时沟通协调解决,各部门协同推进;营销工程管控小组加强对结存项目的监管力度,定期监控并每月对存量在途项目进行筛查汇总,强化业扩服务过程全景监控,整体提升业扩服务水平。

2.2.3 推出综合能源“大管家”

突破传统单一供电服务市场领域,将综合能源服务、数字智能化产品服务纳入客户服务实施团队的业务范畴,嵌入式供电服务流程,试点“双方案”业务模式,重点针对园区、商业综合体、学校、医院等新报装客户,提前掌握客户对能源服务的需求,在向客户提供供电方案的同时,一并出具综合能源服务方案,形成“供电方案+综合能源方案”深度融合的业务模式,满足客户用电多元化需求。推动能源互联互通“行商”式营销服务,积极开展市场研究和客户需求分析、针对用户现状,通过大量现场勘探及各项数据分析,为客户定制个性化节能改造方案,解决设备改造、选型、采购等难题,提高工作效率,降低用户能耗及各项成本,主动提升客户服务水平。同时,充分发挥综合能源服务平台作用,为传统设备加装智能采集装置,使传统设备升级为智能设备,全面实现高效能源管理,实现用户侧电力基础数据的实时采集,推动客户侧数据感知与共享,全面提升综合能源服务质量和效益。推进能源服务平台功能完善,探索面向政府、能源企业、能源客户、能源服务市场四方对象的更多服务功能,不断迭代完善提升;丰富新型能源服务的盈利模式,根据运行情况进行优化完善和版本更新,不断提高用户体验。加快拓展综合能源服务市场,逐步构建以电为中心,清洁低碳、安全高效、多能互补的现代能源消费新格局。能源网络互联互通、互济互动是能源转型发展的大趋势。新能源迅猛发展并且转化为电能利用,推动多种能源互联互通、互济互动,实现供给侧与需求侧的精准契合与动态匹配,以绿色方式保障电力充足供应和国家能源安全。使数据跨专业、部门共享共用,并在核心技术、绿色能源、服务品质等诸多领域上处于领先,顺应能源革命与数字革命相融并进的大趋势。实现电力营销新型服务模式和管理方法的创新,促进电力营销高质量发展。

2.3 推进技术革新,深化科技应用

2.3.1 优化升级移动作业终端

电力企业依靠技术创新驱动,研发“易作业”(即PDA),利用互联网新技术、新应用,以客户经理为连接载体,实现业扩报装线上线下一体化管控,大幅缩短作业时间,提升客户服务体验。一是探索基于数据驱动的智能决

策技术研究。在原有 PDA 功能的基础上,不断优化完善和版本更新,不断提高用户体验。通过知识图谱技术对知识数据进行结构化处理,构建优化智能决策支撑模型,实现供电方案制定与评价、典型问题解答等功能,为客户经理提供有效监管决策手段。二是联通智慧库房规范物料管理。客户经理采用无线射频识别(RFID)和人脸识别技术,对智慧库房内的标准化工具及备品备件材料的信息采集、领用、实验、报废及检查记录进行智能化可视操作;实现客户需求、项目情况、系统信息、库房物资一网联动,大幅提高工作效率和规范性。三是逐步开发全流程管控功能。增加中间检查、竣工验收、安全巡视、到岗到位、飞行检查等功能模块,在竣工验收阶段,客户经理和施工人员经现场验收合格后,分别通过 PDA 进行签字确认,当日即可完成送电,并将送电完成信息推送至客户“网上国网”APP,实现 100%移动作业,数据闭环传输。以上功能中,智慧库房联动和全流程管控功能已开发完毕并搭建测试环境,数据驱动的智能决策功能正在开发当中,预计 2023 年投入应用。

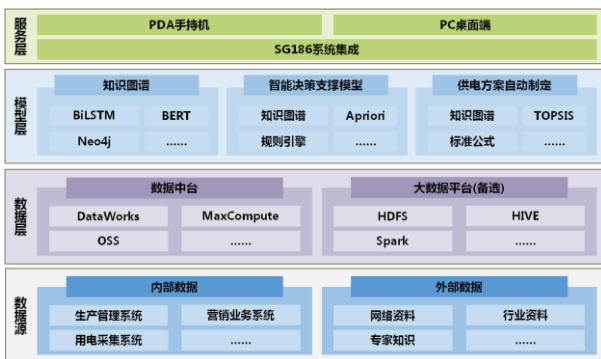


图 4 数据驱动的智能决策构架

2.3.2 完善服务支撑“立体化”

配合新型营业厅的建设理念,完成数字化全渠道平台赋能营业厅营销业务数字化转型。在营业厅设置应用智能化设备,嵌入系统平台和前端操作面板,以虚拟高科技吸引客户进行互动体验。采用虚实结合的新型智能展示方案,展现未来绿色智能生活方式,方便客户直观了解工程进度情况、智能家居等综合能源服务新产品,让客户全方位体验智能互动化服务,提升客户对电能替代、综合能源服务等新型业务的感知度;并在营业厅设置综合能源服务展柜,展示综合能源服务典型案例,使不同类别客户,都有可复制推广的综合能源典型方案,引导客户了解绿色节能、便捷高效的新型用电理念;推进分布式光伏设备销售等业务下沉营业厅,确保实体营业厅、自助终端服务功能一致,加快推进“网上国网”APP 光伏报装、电动汽车、全电厨房、电商服务等新兴服务功能的应用。同时对营业厅柜台人员完善内部导向制,迅速响应客户的诉求,实现对客户

服务的立体化支撑,确保客户需求一站式满足;建立“破除专业壁垒、促进末端融合”的综合服务制,开展临柜业务线上化汇聚,将营业厅原有业务统一汇聚至国网公司客户服务中台,全部临柜办电业务 100%线上化,缩短窗口业务平均办理时长,大幅度提高工作效率。

2.4 建立多维评估,持续提升服务

2.4.1 完善相关制度、规范技术体系

加强客户工程报装的管理制度、服务标准、业务流程、绩效考核标准化建设,从营销服务、配网建设技术标准、投资管理、客户满意保障与物资保障等方面制定相应制度。明确了新管理体系的管理责任、各个岗位业务优化调整和职责、考核评分等要求。按照新管理体系的建设要求,梳理业务流程、岗位职责、培训制度及管理规范,汇编成《高压客户用电报装业务服务规范(试行)》和《高压业扩报装业务 PDA 应用作业指导书》等规范,《客户服务工作考核评价细则》、《客户服务中心各岗位职责及绩效合约书》及《综合能源服务指导手册》、《营业厅业务指南》等管理制度、服务标准和绩效考核办法,共计 43 项。执行全过程服务责任制,明确各上下游环节、前端与后台的服务交付标准,形成全专业、全流程、全监控的立体闭环服务管控机制。

2.4.2 强化人才培养,构建激励机制

新成立的客户服务中心从人才选聘、培训、激励机制等方面强化新型人才、复合型人才的建设,激发人才创新活力,打造人才队伍“金字塔”。首先将工作人员按照学历与职称、业务知识、工作能力等方面进行分级定岗,实行一线班组浮动岗级管理制度,同时为提升工作人员实战能力和综合素质,实现一线班组从末端“作业执行单元”向前端“价值创造单元”转变。其次编制各专业、各岗位的“知识矩阵”,通过“互联网+微讲堂”,为员工提供多种学习渠道,搭建服务经验分享平台,并将新政策新法规和营销服务技能的学习植入到日常工作中,为复合型人才培养中所涉及的传统业务融合夯实基础,为新业务、新能力预留发展空间。再次通过开展跨部门经验交流,帮助员工掌握岗位业务知识、其他业务领域及技术领域相关技能,加强工作人员沟通协调能力和风险防范意识。打造一支适应新型服务管理体系的复合型人才队伍。

2.4.3 开展多维监督,提升管控质效

通过服务管控组强化营销服务和现场服务监督,从客户工程的数量、质量、工期三个维度和优质服务的客户诉求响应率、履约服务、客户投诉、接电效率、规范服务、技能水平等多维度对工作人员进行综合绩效考核和监督。及时发现工作中的服务短板,提炼典型问题,穿透调查分析,发现问题第一时间通报,并编入服务管控周报,持续监督整改落实。切实做到“业务规律抓得住、服务差距找得准、改进建议提得实”。并主动接受第三方评价机

构及社会、上级监管部门监督,确保服务标准有效落实。同时加大考核结果在薪酬分配、职务晋升、人才选拔等方面的应用,发挥考核激励约束作用。实现“工程+服务”的双管控闭环管理,全面提升管理质效,有效提高客户服务满意度。

3 结语

(1) 构建完整服务体系,企业管理成效显著提升

通过运行新的服务管理体系,编制技术标准、管理制度、服务标准和绩效考核办法等共计 43 项,开展“一专多能”人员培养,打造多维立体奖惩激励机制,截止 2021 年 8 月,共计营销稽查五千余户,专题培训约 320 人次,实现基层工作人员向全能型人才转型升级,工作效率和服务能力不断提升,显著提升劳动生产率和工作人员营销服务技能和服务水平。有效整合 SG186 营销业务应用系统、易作业系统、网上电网系统、PMS2.0 系统、电费系统、客户电子档案、OMS、SCADA 数据等 8 大平台资源,推行线上线下一体化服务,开展全线上办电、推动服务体系从单一渠道到多种渠道、从被动服务到主动服务、从固定式服务到灵活服务、从普遍服务到个性化服务全面转变。依托 PDA、综合能源智能展示等技术手段,及开展“三公开”、“两强化”等新的服务举措,实现了客户工程移动作业和工单电子化,全程跟踪服务,拓展综合能源服务延伸,缩短了办电流程,加强工程质量管控,为客户提供多层次服务,有效避免客户业务人员多次往返,降低了客户接电成本,提升了办电质效。2021 年上半年,电力企业通过实行新的管理体系,预计降低客户业务人员成本约 121 万元。压缩客户用电投资,有效实现社会公共资源充分共享。

(2) 市场开拓更加有力,企业经济效益稳中有进

自新服务管理体系创新与实践以来,取得了显著的经济效益,实现了客户、电力企业以及全社会的三赢局面。一是在节约成本方面。通过线上办电渠道的应用及精准推送各类信息,有效降低了与客户的沟通环节和沟通成本,按照每个项目平均节约工作人员工时费 400 元,交通成本

70 元进行计算,截至 2021 年 8 月,合计可节约 237 万元;通过合理规划客户电源、资助投资建设配电网设备、提供设备维修服务等,远远低于客户用电工程自行采购施工产生的费用,大幅降低了社会总成本。二是在增效创收方面。获得电力服务能力的提升使客户大幅缩短接电时间,提前完成送电,使得售电业务超前盈利;在综合能源延伸服务,与教委、卫健委等多家企业进行调研并初步建立合作。显著提升了电力企业市场开拓进度,大大提升公司服务经济发展的社会时效。

(3) 赢得各界多方认可,企业社会效益逐步凸显

通过全面应用新的管理体系,电力企业显著提升客户电力获得感,助力地区营商环境持续优化,促进地区经济加速发展,实现客户、电力企业以及社会三赢的良好局面。特别是在疫情期间,大幅缩减企业复工复产办电周期,有力支撑疫情防控和经济社会发展。通过成功实践新管理体系,公司响应客户个性化需求,不断推出人性化服务产品,推动公司服务由简单服务向贴心服务转变,由被动坐商服务向主动增值服务转变,由传统供电服务向综合业务服务延伸,从“好用电”的基础满足型向“用电好”的高质量卓越型发展,为客户提供灵活定制、友好互动、高效便捷的线上服务和全方位体验,切实提升客户感知。以客户为中心的现代服务管理体系不断完善,从而为国家吸引资本,更好地发展实体经济、提高国际竞争力做出贡献。

[参考文献]

- [1] 杨俊. 基于电力企业营销项目管理的探究[J]. 通讯世界, 2019(23): 84-85.
 - [2] 魏庆海. 电网企业现代营销理论与应用[M]. 北京: 中国电力出版社, 2010.
 - [3] 田丽莉. “互联网+电力营销”提升客户优质服务感知度[J]. 山东工业技术, 2019(7): 213.
- 作者简介: 李景(1980-)女,北京朝阳电力实业开发有限公司,本科毕业,电力工程及自动化专业,从事工程送电及工程管理工作。