

智能电网形势下的供电服务策略

周飞杨, 上官贝贝

(国网江苏省电力有限公司泗洪县供电分公司, 江苏 宿迁 223800)

摘要 智能电网的建设和应用给电力企业改革转型提供了动力, 电力营销服务的优化和创新是电力企业发展和壮大的根基, 有利于促进电力企业改革和创新, 帮助电力企业树立良好形象。为此, 本文探讨了智能电网的特点, 指出智能电网形势下电力营销优质服务的重要性, 通过对电力营销服务现状进行分析, 发现存在服务模式过于单一化、设备维修管理不到位、电力营销服务意识有待加强等问题, 对此提出了改进和优化的策略, 旨在为全面提高电力营销服务质量提供借鉴, 从而推进电力企业持续健康发展。

关键词 智能电网; 电力营销; 优质服务

中图分类号: F425

文献标志码: A

文章编号: 2097-3365(2024)10-0055-03

电力营销是电力企业生产经营的重要环节, 电力营销服务质量会对电力企业经济效益、社会形象、发展前景产生巨大影响。在智能电网形势下, 电力营销服务面临着新的机遇和挑战, 在开放有序、公平竞争的电力市场环境下, 唯有不断提高电力营销服务质量, 才能得到广大用户的认可和肯定, 扩大电力企业的社会效益, 增强电力企业的市场竞争力。电力企业需要明确智能电网给发电、输配电、变电、调度、通信带来的一系列影响, 探索与智能电网应用相契合的电力营销服务模式, 为广大用户提供优质的电力营销服务, 助力电力企业高质量发展。基于此, 加强对智能电网形势下电力营销优质服务的相关研究具有较强的现实意义。

1 智能电网概述

智能电网是在电网中应用多种先进技术设备构建的绿色、经济、安全、可靠系统, 包括智能传感设备、智能测量设备、自动化控制技术、通信技术、决策支持技术等, 赋予了发电、输配电、变电、调度、通信等业务活动智能化、数字化的特征, 显著提高了电力企业的生产、管理、服务效能^[1]。一般来说, 智能电网具有自愈、抵御攻击、兼容性强、市场化成熟的特征, 具体表现为以下几个方面: 一是智能电网的电价信息透明化, 给用户提供了多种价格方案可供选择; 二是深化了智能电网与资产管理的融合, 强化了对资产的精细化管理; 三是智能电网的自愈力极强, 可以降低断电事故发生率; 四是智能电网能够抵御自然灾害和人为袭击, 迅速恢复正常供电; 五是智能电网集成和

优化了电力营销市场, 对市场深度开发。由此可见, 智能电网的应用推动了传统电网转型升级。

2 智能电网形势下电力营销优质服务的重要性

2.1 优质服务是电力企业发展和壮大的根基

近些年来, 越来越多的电力企业认识到了智能电网给电力市场带来的影响, 电力企业置身于激烈的市场竞争中, 拥有较强的核心竞争力是立足市场的关键所在。而电力营销服务发挥的作用不容小觑, 树立为用户提供优质服务的新型管理思想, 不断研发新产品, 拓展新业务, 致力于满足不同用户的用电需求, 提高用户的满意度, 有利于塑造良好的社会形象, 不断扩大用户群体数量, 在市场竞争中处于优势地位, 这是电力企业发展和壮大的根本保证。

2.2 优质服务促进电力企业改革和创新

随着智能电网的不断完善和升级, 智能发电、智能输配电、智能变电、智能调度等流程得到了优化。电力企业本着给用户提供优质的服务体验, 让用户享受到智能电网带来的便捷生活的宗旨, 在各个住宅小区建设统一的网管系统、电力光纤到户通信网络, 实现了互联网、移动通信网络、有线电视网络的三网合一, 还能在线监控电力设备的运行情况, 迅速定位故障设备, 安排设备维修和更换, 并支持用户在线自助缴纳电费和购买电力产品, 有利于促进电力企业改革和创新^[2]。

2.3 优质服务帮助电力企业树立良好形象

在智能电网形势下, 面向广大用户提供优质的电力营销服务, 展示了电力企业强大的技术创新能力和管理服务能力。通过加强与用户之间的沟通, 了解用

户的实际需求，以此为导向不断推出新型电力产品，提高电能质量，提供多种价格方案，让用户感受到了电力企业的尊重和理解，有利于提高用户对电力营销服务的满意度，由衷地信任电力企业，促使电力企业树立良好形象，在市场竞争中占据优势。

3 智能电网形势下电力营销服务现状

3.1 服务模式过于单一化

目前，不少电力企业在电力营销活动中仍然采用人工服务模式，对人力资源的需求量较大，投入成本较高，而且电力营销人员往往要在同一时段服务多名用户，响应速度较慢，无法及时解决用户的个性化问题，导致用户对电力营销服务并不满意。同时，电力产品的数量较少，不能满足用户的多元化需求，严重影响了用户的体验感，制约了智能电网形势下电力企业的发展脚步。

3.2 设备维修管理不到位

智能电网的安全稳定运行需要依靠多种多样的先进设备，有些设备的运行环境比较复杂和恶劣，运行一段时间后可能会出现异常和故障问题，需要及时维护，可是部分电力企业对电力设备的维修管理不到位，缺少预防性养护意识，没有严格落实设备的监管和检查工作，通常是在电力设备受损严重时维修和更换，不仅会增加断电事故发生率，还会引发重大经济损失，危害电力企业的利益。

3.3 电力营销服务意识有待加强

有些电力企业没有及时转换电力营销服务思维，对电力营销服务的重视程度较低，将生产经营重点放在电力分配、电费收取方面，与用户之间的沟通不及时，没有对用户需求进行深入分析和准确把握，电力企业的改革和创新缺乏针对性，推出的电力产品和服务与用户的实际需求有差距，充分表明电力营销服务意识有待加强，导致电力营销服务的功能无法有效发挥出来，电力企业的市场竞争力遭到了极大的削弱。

4 智能电网形势下电力营销服务改进和优化的策略

4.1 采用差异化的服务模式

电力营销服务是一个长期性、持续性的过程，在售前、售中、售后要为用户提供差异化的服务，这是智能电网形势下提高电力营销服务质量的重要举措。

首先，在售前服务阶段，电力营销人员要运用大数据技术对用户的用电行为和用电需求进行深度分析和挖掘，构建电力营销服务模型，在传统媒体和新媒

体平台上广泛宣传电力企业的新产品、新服务，增加用户的了解度和信赖感，并要不断优化电力营销服务，为不同用户提供差异化服务。

其次，在售中服务阶段，电力企业要加强与用户的沟通，利用网络信息交流工具，随时随地为用户服务，展现价格和服务的优势，了解用户的真实想法，打消用户的顾虑，开通绿色通道，使用户可以从多个渠道购买电力产品，实现电力企业与用户双方的互利共赢^[3]。

最后，在售后服务阶段，电力企业要支持用户使用电话、网络或到服务窗口报修，收集用户报修信息，包括故障位置、故障描述、联系方式，生成派工单，安排维修人员迅速到达报修地点进行处理，与用户协商维修事宜，故障修复后及时获得用户反馈，展现专业的服务态度和服务能力，维系与用户的长期合作关系，使电力企业的市场地位更为稳固，建立良好的品牌形象。

4.2 加大电力设备管理力度

先进的电力设备是智能电网的重要组成部分，电力营销服务的重要内容就是做好电力设备的管理工作，保持电力设备高效、安全运行，这是保证电能质量、抵御外界攻击、促进智能电网自愈及优化资产管理的必要策略。

首先，电力企业要制定科学严谨的电力设备检修计划，将预防性检修和状态检修相结合，不但要加强对电力设备的日常巡查和定期检查，还要对设备运行参数进行分析，判断设备运行状态，不能忽视任何一点异常，争取第一时间修复电力设备的故障问题，创造安全的供配电环境，促进电力营销服务工作顺利开展。

其次，加大先进设备和技术的投资力度，不断更新电力设备，自主研发设计数字化平台，打造电力营销服务2.0系统，部门之间共享资源和信息，提高响应速度，致力于精准识别用户需求，加强与用户之间的互动，提供令用户满意的产品和服务。

最后，电力企业要长期性、常态化地开展电力营销人员培训工作，根据不同岗位员工的职责，科学设计培训计划，提高电力营销人员的职业道德、业务能力和专业素质，使之充分胜任智能电网形势下电力营销服务岗位，为用户提供优质服务，为电力企业创造丰厚的效益。

4.3 加强需求侧管理

需求侧管理是利用多种方法，激励用户节约用电，提高用户终端的用电效率，是智能电网形势下降低电

力企业成本和扩大经济效益的有效策略,给电力营销服务创新提供了可行方向。一是运用技术手段,电力企业应用先进技术和设备优化智能电网的结构和功能,提高电能质量,降低供配电过程中电能的损耗,在满足用户用电需求的同时达到节能目标。二是运用经济手段,推出多种电价方案或是提供免费安装、借贷优惠、节能设备租赁、节电特别奖励等措施,激发用户的节电意识和积极性,使用户在日常生产生活中主动节约用电。三是引导手段,通过利用传统媒体和新媒体平台,如广播、电视、微博、官网、抖音等,广泛宣传节能环保的重大意义,增强节电宣传的感染力和辐射力,潜移默化地转变用户思想,引导用户规范用电行为,为国家能源安全和可持续发展贡献力量。四是行政手段,相关职能部门根据我国法律法规对电力市场进行监督和宏观调控,将节约用电与产业结构调整、生态环境保护、公益活动相结合,鼓励社会公众踊跃参与到相关活动中,提出新观念、新措施、新方法,形成全社会节约用电的良好氛围^[4]。

4.4 树立用户至上的服务理念

为了给广大用户提供优质的电力营销服务,电力企业要明确智能电网形势下用户的新需求,树立用户至上的服务理念,提升电力营销服务质量和精细化水平,以加大市场开发力度,促使电力企业在市场竞争中脱颖而出。

首先,借助智能电网开展客户需求调研工作,包括对电力产品和电力服务的具体需求,结合电力企业的战略发展规划,推出多元化的产品和服务,以获得用户的认可,帮助电力企业树立品牌形象,拓展市场空间。

其次,运用互联网和信息化技术,摆脱时间和空间的限制,24 h 不间断地为不同区域的用户服务,及时将用户的问题反馈给上级领导,与其他部门共同解决。

再次,完善电力营销服务制度,细化和量化工作标准,将用户的满意度作为评估电力营销服务质量的重要参考指标,以此来强化员工的细心、耐心、同理心,面对用户要热情,认真倾听用户的想法,站在用户的角度考虑问题,设身处地地提出解决问题的建议,与用户达成共识,不断优化电力营销服务。

最后,将用户至上的理念融入电力企业文化建设中,利用奖惩和激励机制深化所有部门和员工的服务意识,提高员工服务的主动性和精准性,与用户建立和谐、互信的关系,为电力企业增加创收。

4.5 建立新型电力营销稽查体系

电力营销服务质量的提升与电力营销稽查工作密切相关,开展电力营销稽查工作,要依据国家有关政策、法律、法规和电力企业相关规章制度,对电力企业电力营销制度建设与执行、电力营销行为规范和电力营销服务质量等进行内部专业稽查监督,可以促进电力企业电力营销制度逐步完善,提高电力企业的内部管控能力,优化电力营销服务质量。有些电力企业在生产经营过程中暴露出了管理无序、多口对外、有章不循、缺少监督等问题,其形象和利益都大受影响,究其原因在于电力营销稽查体系不够健全,对电力营销人员的监管缺位。在智能电网形势下,电力企业需建立新型电力营销稽查体系,采用线上走工单、线下定位拍照的方式记录作业轨迹,实现全过程的闭环控制,加强对电力营销服务质量的全面管控^[5]。将日常稽查和专项稽查、定期稽查与突击稽查相结合,增强电力营销人员的责任感和危机感,减少电力营销人员服务时的疏漏,尤其要重点防范业扩报装、抄核收管理、电能计量和用电检查等方面的问题,提高电力营销服务的规范性、精准性,有助于降低电力企业经营风险,提高电力企业电力营销服务水平和经济效益。

5 结束语

智能电网形势下电力营销服务质量的优化和提升极为必要,这关系到电力企业的经济效益、市场竞争力和未来发展前景。因此,电力企业要明确智能电网的应用对电力营销服务的影响,采用差异化的服务模式,加大电力设备管理力度,采用多种手段加强需求侧管理,树立用户至上的服务理念,建立新型电力营销稽查体系,强化电力企业内部控制,从而不断提高电力营销服务水平和用户的满意度,为电力企业可持续发展增添助力。

参考文献:

- [1] 刘泽蓉.分析智能电网形势下的电力营销优质服务策略[J].内蒙古煤炭经济,2021(18):94-95.
- [2] 熊郁芬,杨银.智能电网背景下的电力营销服务优化策略[J].大众用电,2019,34(09):14-15.
- [3] 赵雨.电力市场化背景下电力营销管理与优质服务措施研究[J].电气技术与经济,2023(09):240-242.
- [4] 蔡莉丽.电力企业市场营销及优质服务策略探讨[J].现代企业文化,2024(10):46-48.
- [5] 傅盈.新时代服务理念在提高电力营销服务管理水平中的应用探讨[J].营销界,2023(21):110-112.