

# 电网公司客户满意度提升策略研究

张郁颀, 韩 禹

(国家电网有限公司客户服务中心北方分中心, 天津 300309)

**摘要:**作为涉民的基础性公共服务行业,电网公司的服务质量不仅关乎用户体验和满意度,也直接影响企业形象和未来发展。因此,如何提高服务水平,提升客户满意度一直是电网公司客户服务管理的重心。本文对此进行了探讨,以期有所借鉴价值和意义。

**关键词:**电网公司;客户满意度;策略

## 1 前言

随着电力行业改革的不断推进,电力市场主体日益多元化,市场化程度不断加深,竞争也更加激烈,电力企业已经从传统的粗放型发展向精细型管理过渡,“如何提供优质服务,提升客户满意度”成为电力企业应对复杂多变的市场需求、提高核心竞争力的关键。所谓客户满意度是指客户对企业提供服务的评价与自己期望值的匹配程度。近年来,随着电力行业的发展以及人们维权意识的提高,消费者对电力服务的需求越来越高,包括更便捷的使用、更周到的服务以及更优质的电能,这些给电力企业带来一定的压力。电力企业关注客户的实际需求,提供更加优质的服务,不仅可以为消费者提供更加便宜、稳固和安全的电力服务。而且也可以帮助电力企业改善经营水平,提升运营效率,促进整个电力行业的发展。

## 2 电网公司提升客户满意度的对策

### 2.1 建立自助服务平台,实现智能化服务策略

随着大数据和信息技术的发展,智能化服务水平不断提高。然而,现实中很多电网公司依然依靠人工方式来提供服务。增加人工固然可以缓解客户对电力服务不断增加的需求,但也存在高峰期坐席数量不足、低谷时期人力闲置的难题。不仅增加了企业经营成本,而且也降低了服务水平和质量。而建立自主服务平台,大力发展智能化是缓解这一问题的“良药”。首先,创建自主服务交互平台。电网公司通过多年的经营,积累了大量的、宝贵的业务数据,通过对这些数据进行采集、分析,来进行用户行为分析以及服务渠道预测,建立电网客户服务平台,为客户提供智能化服务。包括微信平台、支付宝、网上营业厅以及手机APP等,客户可以在服务平台上进行故障报修、用电信息查询、欠费提醒、用电业务办理、停电信息查询等业务。其次,建立智能化客服体系。建立智能化服务体系是降低人力成本的重要举措。电网公司在电力服务热线中引入用户行为功能,开展自动语音播报,自动为用户提供用电信息等。除此之外,智能小客服业务也可以通过语音识别技术,为客户提供智能服务。

### 2.2 提供个性化、差异化的服务

随着电力行业的发展,电力用户的用电需求服务呈现出个性化、多元化和差异化的特点,传统的集中统一式服务已经不能满足客户的需求。为此,电网企业要为客户提供个性化和差异化的服务。电网企业可以根据用户用电量、用电需求、用电性质以及服务偏好等特征,将客户分成停电敏感型、价格敏感型、用电高风险型以及渠道活跃型等客户群体,对不同的客户群体需求采用不同策略的服务方式及措施。例如停电敏感性客户对停电行为比较反感,经常进行抱怨和投诉,不仅增加了电网企业的工作量,而且也容易引发不好的社会影响,甚至会招致诉讼。为此,电力企业要提供针对性的停电通知服务,让敏感型客户能够第一时间得到停电通知,提高满意度;再例如针对价格敏感型客户,电网企业要为客户量身订制合适的价格套餐,提升客户满意度;针对客户的渠道活跃型,电网企业选择微信、电话、短信、APP等线上线下结合的渠道,减少对客户的骚扰,提高客户满意度。

### 2.3 以人为本,加强用户诉求处理

应对客户诉求是提高客户满意度的重要一环。随着用户维权意识的不断提高,电网企业用户投诉率一直居高不下。从调查中我们

发现,用电客户投诉的理由十分宽泛,有的投诉客服人员出言不逊、态度不好;有的投诉流程复杂,让客户多次往返,浪费时间和精力;有的投诉电能质量差、停电信息发布不及时;有的投诉各部门相互推诿扯皮,不能解决问题等等。从某种意义上讲,电力用户投诉是不可避免的,如果投诉问题处理不好,将降低客户满意度,带来更加恶劣的影响。反之,则会增加客户的满意度和忠诚度。为此,电网企业要建立一套合理的、完善的诉求渠道。首先,耐心对待客户的投诉,第一时间平息客户的抱怨和不满。并及时了解客户的诉求,争取一次性解决。如果不能一次性解决的,要给与客户准确的回复并保持与客户的沟通,避免出现重复投诉和升级。其次,客户的投诉可能会有一些夸大和不实之处,电网企业要第一时间了解被投诉的部门和员工,了解事情的具体经过。根据问题严重性和紧迫性安排人员跟进,保证客户诉求得到全面解决,让客户得到满意的服务体验。

### 2.4 加强培训,提高客服人员素质和技能

在电力企业,客服人员与用电客户接触最紧密,客服人员的素质和能力代表电网企业的形象,也直接影响客户的满意度。对于电网企业而言,应该将提高客服人员素质当做首要任务。一是加强培训。提高客户满意度是一项系统工程,需要电力企业全体参与,因此培训要面向全员,包括窗口服务人员、电话客服人员、抢修服务人员、抄催人员、施工人员以及拓展人员等。培训方式要灵活多样化,企业可以请业务专家到企业进行现场培训;也可以组织员工参加行业举办的各种培训会和交流会;也可以现场教学,在实践中进行辅导;也可以组织员工学习相关网络课程等。总之,通过培训强化客服人员的服务理念,提高服务技能和水平,切实提高用户满意度。其次,加强制度管理。没有规矩不成方圆,电力企业要在公司内部建立起完善的培训管理和考核制度,既要能确保服务人员定期参加系统性、针对性培训的计划安排顺利实施,又要通过行之有效的管理手段,考核方式避免培训过程流于形式。可以将培训考核成绩与服务人员绩效考核挂钩,设立相应激励政策,鼓励服务人员积极参与内部充电。

## 3 结束语

总之,面对竞争形势日益复杂的内外部形势,电力企业只有坚持以客户为导向、以客户心为心的原则,保持努力超越、追求卓越的精神,给客户提供更好的服务体验,切实提高客户满意度,才能获得持续的发展和壮大。

## 参考文献

- [1] 欧宝华.新时期电力企业服务的现状及发展方向探究[J].科技创新与应用,2017,28:161-162.
- [2] 贾真.浅析新形势下电力客户服务管理及满意度的提升策略[J].技术与市场,2020,08:164-165.
- [3] 路小敏.探讨新形势下电力客户服务管理及满意度的提升策略[J].科技与创新,2019,22:110-111.