

电力营销业扩报装流程的规范化管理措施分析

郭晋静

(国网重庆市电力公司綦南供电分公司,重庆 404100)

摘要:随着社会全方面不断的发展,科技推进快速前进的当下,人民生活不仅离不开电能的应用,而且需求量越来越大,电力资源占据着越来越重要地位。在这种大环境下,电力营销发展前景非常可观。但在实施业扩报装业务中出现一些问题,初期受理缓慢、技术方案有疏漏、供电合同内容不妥当,致使业户满意度不高。通过改进业扩报装流程中的管理措施,缩减受理手续、提供人员素质、细化合同内容,促使电力营销业扩报装业务能够可持续发展。

关键词:电力营销;业扩报装;规范化管理

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2020.32.108

1 前言

业扩报装是指电力企业受理业户用电申请,结合需求与相关条文等方面制定供电方案。电力营销过程中,业扩报装是一项极其重要业务。在城市化推进加快步伐的今天,电力使用量越来越高,普通用电量已经满足不了人民需要,这就需要在电力营销方面更为高效完成业扩报装业务,提升业户对电力营销心目中形象,优化电力营销业扩报装流程程序,本文就业扩报装流程做出相关规范性措施分析。

2 电力营销业扩报装流程中出现的问题

(1)营销业扩报装业务受理缓慢。现今营销模式落后,在初期受理业务时,因未严格按照程序办理,事后检查资料时发现纰漏。由于电力营销人员职业服务意识不强,致使与咨询的业户发生不必要争论,或是自身专业知识储备不够,经验较少,与客户交流不顺畅。原先工作流程存在纰漏或过于繁琐,致使受理业务时发生错误。这些因素都会导致业务办理时间过长。

(2)设计人员综合水平有待提高。有些设计人员自身专业能力不够,在制定方案时,对细节把控不到位,无形中增加工程量以及工程造价。也有些设计人员认为很了解这方面,经验较多,以致未针对性进行大量阅览有关数据与资料,导致在设计时出现误差,这严重影响业户用电满意度。在此情况下,部分电力负责人为自身利益不受影响,会冒险改变线路走向,造成很大安全隐患。

(3)合同内容不够细化。在签订供电合同时,各自会从自身利益角度出发,考虑合同内容,这就导致双方发生矛盾。一方如在将就情况下签订合同,那么会有可能在其他方面出现违规行为。社会上的供电设备种类各式各样,质量有高低,供方在选择供电设备时,可能会采购质量较差的相似设备进行供电。业户可能会因为供电得不到最大需求,私自安装其他能加大供电量的设备。

3 电力营销业扩报装流程的规范化管理措施

(1)优化电力营销模式。在传统电力营销模式下,业扩报装每一个环节都需要业户亲自申请,这会导致办理手续迟缓。缩减办理手续,减少业户临柜次数^[1],优化营销程序是值得关心的问题。正常低压用电办理流程有4个,受理业务、制定方案答疑、工程实施、装表接电。在前期与业户进行紧密沟通,告知相关建设标准,可以取消制定方案答疑这1个环节。高压用电办理流程有6个,比低压多设计图审、竣工检验2个环节。可以取消高压业户办理时设计图审、竣工检验这2个环节。在电力营销过程中,对于普通低压业户,简化业户提供材料种类,可以仅让业户提供一种证明文件(房产证、营业执照等),就进行到前期准备工作程序,提供方案、简化现场勘测等环节。对于重点报装项目,开辟“绿色通道”,改变营销模式,最大限度上加快办理流程。依托网络化、信息化处理文件模式,建立电子档业户资料,把新业户信息进行录入,如业户后续再办理相关业务时,只要补充资料即可,无需再重新走流程。加强对营销人员进行礼仪培训,邀请专业礼仪老师进行授课,每周进行三节固定时间培训,其中第一节讲述关于标准礼仪形态,第二节讲述礼貌用语应用,第三节讲述

如遇突发状况,如何处理才不失职业作风。加强对营销人员业务培训,发放业务流程手册,同时把细化业务流程电子档发送每一位营销人员邮箱中,定期对营销人员进行考试测试,考试成绩未达标者,采取相关措施,直到达标为止。现今营销人员与业户很多都是“一对多”进行服务,在进行繁琐报装流程中,营销人员有时会分身乏术,不能及时回答每一位业户提出的问题,扩大营销团队,做到“一对一”服务是解决此问题的根本方法。

(2)提高专业设计人员综合水平。在招聘专业设计人员可分为三方面进行,第一进行笔试,第二进行面试,在与考官沟通过程中,观察其言谈举止。第三进行实践,让其与设计工作相关部门轮番驻扎。三试通过后,仍需对设计人员进行全方位培养,重视思想教育。设计人员在制定方案时,要具有很强严谨性以及逻辑思维,这不仅决定着工程质量与业户满意度,还影响电力营销效益以及口碑。定期对人员进行专业业务培训授课,邀请知名专家,对现阶段设计方向内容进行讲解,使设计人员吸收新知识。对于在公司工作时间较长的设计人员,额外还要进行提点,不能因为经验丰富而疏忽大意,出现本可以避免的错误。制定奖惩制度,项目结束后,对于成本造价低以及在回访业户得到满意度高的设计人员,在全公司面前进行表彰以及发放奖金。对于工作懈怠导致工程延期,或是收到业户投诉的设计人员,进行相应惩罚。

(3)细化合同内容。电力营销是以业户为服务对象进行经营运作,在现行条文规范前提下,签订供电合同时,应先以业户角度为考量出发点。因为每一位业户申请业扩报装起因都有所不同,所以合同不应拘泥于统一标准模板,应采取一对一有针对性起草合同方式。所派签订合同人员,要十分了解相关条款知识,前期根据模板以及业户提出需求,进行初步拟写合同。当业户对合同条款发生质疑或希望修改时,可以详细进行解说,业户如听不懂专业用语,可采取通俗易懂的语言,进行叙述。如不能按业户意愿进行修改条款时,要及时请示上级。合同内容应该附上供电设备型号以及禁止业户私自增加其他与供电有关设备,如若双方有悖合同上条款,相应做出处罚。对内部负责采购人员,进行监督管理。

4 结束语

现代化的进程不断推动着电力行业发展,在世界国家中,我国电力行业处于领先地位。但在发展过程中,由于电力营销在市场中竞争激烈,为能在市场中占有一席之地,导致出现诸多问题,影响前进脚步。规范化管理电力营销业扩报装流程是势在必行一步,助力电力行业取得良好口碑,为国家取得优异电力行业发展成果。

参考文献

- [1]吴滨.探讨电力营销业扩报装流程规范化管理[J].科技与创新,2020(17):109-110.
- [2]戴旭.电力营销业扩报装流程的规范化管理[J].决策探索(中),2020(09):64.