

新形势下电力公司客户经理服务机制

邹吉

(国网重庆市电力公司市区供电分公司,重庆 404100)

摘要:文章结合客户经理服务机制来提出基于用电消费的新型服务模式,而且对其进行探索。通过对用户的消费习惯能够了解用户对电力的需求,能够在新时期为用户提供更加贴心的服务。

关键词:客户经理;优质服务;消费水平;服务

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.33.162

1 研究背景

当前人们的生活水平不断提升,居民在用电方面的已经形成一定规模的需求,而且占据生活当中最常见的需求之一,比重的增加则为市场服务质量提出了更高要求,在这种背景下做好居民用电服务工作非常重要,不仅仅体现了电网企业在发展过程中发挥本身价值,而且也可以扩大电网企业的经营效益、社会效益,同时对增供报销等环节也产生比较严重的影响。尤其是电力企业的发展在服务方向上的创新,为电力企业的市场发展奠定了更为坚实的基础。电网企业最初与市场经济发展之间的联系并不密切,在新形势下电网企业的发展受到市场经济发展受到的影响,本身的发展格局被打破,同时发展理念也被改变,电网企业不得不进入市场当中,运用市场运营机制和管理机制来实现管理。当前,市场经济发展模式对电网企业的影响越来越大,在这种背景下如何为广大的居民用户提供更加精准的服务非常重要,如何让居民多用电、用好电,成为当前人们关注的重点。实际上不同地区在管理上有一定调查,比如文章介绍的以“推行低压配网运行、设备管理、客户服务为一体的公用配电台区客户经理管理制度”就可以实现低压客户段营配高端融合,真正为客户实现零距离的服务。在这种情况下分析用户的消费心理很重要,文章重点分析客户经理制的客户提升服务工作。

2 用户消费习惯与研究价值

(1)用户消费习惯。这是指人们在消费的过程中保持一种长期而稳定的重复性消费心理、消费行为的过程,消费习惯是研究消费者心理的最主要特征,能够反映出人们的日常心理行为,是一种比较综合反映。从对消费习惯的定义可以看到消费习惯是一种稳定且重复的行为,是在长期的保持下形成一种惯性的行为,长时间不会更改。电力是一种商品,用户消费电力,在这个过程中就会形成稳定的惯性,这种商品有“看不见”的特征,因此这里阐述的电力行为,基本上就是用户的基本信息、用电消费方向,比如用户平均用电量、户主的联系方式、居住用电分配情况,在调研的过程中用户使用的家用电器设备、生活作息规律都是比较重要的研究。

(2)研究意义。当前运用大数据系统就能够方便查询客户的各种信息,得到用户姓名、联系、用电地址等基础用户信息,通过对用电信息采集系统的统计,可以获取用户月平均用电量、实时电量信息,通过开展客户经理进入基层走访用户,就可以了解到用户的家用电器设备使用情况、居住房屋的使用情况了解是否是户主或者是租房居住。通过走访掌握居民用电的规律,也可以了解到生活用电行为。通过这些信息就可以建立起一个专门的客户专属用电消费行为习惯,习惯通过长时间培养在大数据当中反馈客户的内部情况。当这些情况发生变化一定是因为发生特殊情况,而特殊情况的出现让居民对用电需求发生改变,比如家里发生丧喜事故,添置家电设备、家庭添加人丁、房屋出租换了租客等。当习惯改变之后在数据上很容易观察出来,也必然展示出了对应的变化。当出现这种变化之后,及时了解就可以突出客户经理和基层民户之间的联系,强调零距离服务优势,如果客户经理通过及时的观察,可以观察当前用户在用电需求发光面的反馈,同时基于变化主动上门提供服务,或者是通过电话沟通来了解具体情况,同时也会在用户最需要的时候为用户

户提供专业的帮助,运用雪中送炭的方式以及专业的指导,让用户倍感贴心,因此通过分析客户的用电消费习惯,能够提高供电服务水平,对现代供电服务质量提供起到了实际影响。

3 新形势下的客户经理服务机制

(1)优质服务内涵。推广客户经理的目的是强调岗位到人制度,落实一线员工服务责任机制;与客户建立起一对一的联系,能够快速响应第一时间提供服务帮助。但是最主要的目的是强调服务,以客户为中心,为用户提供优质的服务。

优质服务是当前大部分企业努力并且追求的目标,如何理解优质服务与如何提供优质服务是当前企业发展过程中提升竞争力的重要因素。也许常人理解的优质服务就是在普通服务的基础上更具备耐心,深入一点的服务模式。但是实际案例证明企业在竞争市场的过程中以无底线的服务来抢占更大市场,这种方式对企业经营极为不利,甚至也不能人为无底线的服务就是优质服务,无底线的服务并不是优质服务。企业发展经营主要是以盈利为目标,因此服务也要在经营成本与人力可以提供的范围内,不能损害企业利益、服务人员与客户,因此优质服务的第一个要素就是保证企业在经营成本最佳的背景下能够将客户服务发挥到极致。其次还应该积极换位思维,优质服务并非是一种经常性服务。因此优质服务的第二要义是服务适度。最后,可以换位思考先修改那个客户期待的服务是什么?想客户之想、急客户之急,这种贴心且雪中送炭的暖心服务可以让客户产生意外的惊喜,达到优质服务能够提供的效果。因此优质服务的第三个要点就是提供人性化的主动服务。也就是说优质服务的核心是在成本优质的前提下为用户提供适度且差异化的基本服务。

(2)客户经理服务制度。正常情况下居民都是正常缴纳电费,因此主要不频繁停电,基本上不会影响差异化、个性化的用电服务。但是剩下特殊的客户往往就是容易投诉的客户主体。客户经理在实际发展当中应该关注这一类群体,判断用电变化从而提前沟通和预防。比如一个客户将房子出租给其他租客,客户经理如果知道这种情况就可以充分与房东沟通,比如电话联系或者是见面等,避免房东以房客更迭为理由欠费。而且还应关注电费突然增加的情况。当前关注点仍旧是居民大电量,从实际发展来看电量突增比居民大电量更可以直接反映出客户用电习惯,也更容易发生投诉事件。居民大电量产生的原因比较多,但是大部分都是由于用电行为发生导致用电量增加,但是用电量突增并不会形成居民大电量。

4 结束语

综上,优质服务不仅仅是起点,更是未来发展过程中需要研究的重点,客户经理肩负重要责任,一个优秀的客户经理应该要做到对客户的情况有一清二楚的了解,在实践工作开展的过程中要达到这个目标需要进行大量工作,如何保证工作取得成效,需要做出积极的努力。

参考文献

[1]卢曼丽,张智慧.供电企业客户经理服务工作体系建设分析[J].华东科技(综合),2019(11):1-1.