

Strategies and Paths for Enhancing Customer Satisfaction in Power Grid Enterprises

Guosheng Ma

Bayannur Power Supply Branch of Inner Mongolia Electric Power (Group) Co., Ltd., Bayannur, Inner Mongolia, 015000, China

Abstract

Against the backdrop of the accelerated energy transition and the deepening of power marketization reform, customer satisfaction has become a key element of the core competitiveness of power grid enterprises. Based on the service characteristics of power grid enterprises and the demands of market development, this article clarifies the value positioning for enhancing customer satisfaction, which not only lays a solid foundation for market-oriented transformation but also provides support for energy transition, while assisting in the development of industry services. Analyze the core challenges currently faced by power grid enterprises in emergency response, service channels, technical support, etc. Provide targeted improvement measures from three dimensions: capacity building, channel integration, and digital assistance. Also, equip with cross-departmental collaboration, standard improvement, R&D investment, resource allocation and other guarantee approaches to form a complete system of “positioning - problem - strategy - guarantee”. It provides practical references for power grid enterprises to overcome service difficulties, enhance customer experience and achieve sustainable development.

Keywords

Power grid enterprises; Customer satisfaction; Emergency response; Service channels; Digital empowerment; Guarantee Path

电网企业客户满意度提升的策略与路径

马国胜

内蒙古电力（集团）有限责任公司巴彦淖尔供电分公司，中国·内蒙古 巴彦淖尔 015000

摘 要

在能源转型加速与电力市场化改革深化的双重背景下，客户满意度已成为电网企业核心竞争力的关键要素。本文根据电网企业服务特质与市场发展诉求，明晰客户满意度提升的价值定位，既为市场化转型稳固根基，也为能源转型给予支持，同时协助行业服务发展。剖析当前电网企业在应急应对、服务通路、技术支持等方面存在的核心难题，从能力打造、渠道融合、数字助力三个维度给出针对性的提升举措，并配备跨部门协同、标准健全、研发投入、资源配置等保障途径，形成“定位-问题-策略-保障”的完整体系，为电网企业攻克服务难关、提升客户体验感、实现可持续性发展提供实践参考。

关键词

电网企业；客户满意度；应急处置；服务渠道；数字赋能；保障路径

1 引言

电力最为国民经济的基础产业和社会运转的重要支撑，其服务水准直接影响着千家万户的生产生活和社会经济的稳定进步。我国电网企业在服务体系打造、服务能力增进等方面取得了一定进展，但在实际运作中依旧遭遇诸多难题。在此背景下，本文针对电网企业客户满意度提升开展深度探究，旨在为行业实践提供有益参考。

2 价值定位

2.1 增强核心竞争力，助力市场化转型

随着电力市场化改革的持续推进，电力用户可选择的权利不断拓展，市场竞争从单纯的价格竞争向服务质量、供电可靠性、增值服务等多维度竞争转变。客户满意度直接影响企业的客户留存情况与市场拓展成效，高度的满意度能够协助电网企业在市场化交易中博得客户信任，招引更多优质用户资源，进而在竞争里取得优势地位。凭借持续改进客户体验，电网企业能够持续夯实自身核心竞争力，为市场化转型夯实牢固基础。

2.2 提升公共服务质量，支撑能源转型发展

电网企业担负着保障电力安全稳定输送、开展普遍服务的公共使命，其服务水平与公众生活质量、社会公共利益

【作者简介】马国胜（1990-），男，中国山西山阴人，本科，工程师，从事电力系统与管理研究。

紧密相连。提高客户满意度，实际上是强化公共服务的精准程度、便捷程度与可靠程度，适应人民群众持续增长的美好生活用电需求。在“双碳”目标带动下，能源转变进入紧要阶段，风电、光伏等新能源大规模接入电网，电动汽车、储能装置等新型负载迅速增加，对电网的灵活性、适应性以及服务能力提出了更严要求。

2.3 树立服务标杆，推动行业整体升级

电网企业作为电力行业的核心力量，其服务模式与管理经验有着较强的示范引导作用。提高客户满意度，不只是企业自身进步的需求，更是促进整个电力行业服务水平提高的关键动力^[1]。通过探寻提升客户满意度的有效途径，电网企业能够打造可复制、可推广的服务规范与管理样式，为行业内其他企业给予参考。以客户满意度为指引的服务优化，能够迫使行业内企业转变发展思路，从“以生产为中心”向“以客户为中心”过渡，带动行业服务流程完善、服务技术革新、服务品质提高，构建良性竞争、共同进步的行业格局。

3 核心问题

3.1 应急处置效率低

电力故障应急管控直接牵扯到客户用电体验，是决定客户满意度的核心因素，电网企业在应急应对方面存在诸多棘手问题。一是故障反应不迅速，部分地带鉴于线路分布繁杂、地形错综等缘由，故障定位所耗时间较长，再加上抢修队伍调配不够高效，造成故障发生之后无法马上抵达现场；二是抢修流程未达规范，没有标准化的应急应对流程，抢修进程中各部门协同合作不够顺利，存在职责混淆、衔接欠佳等问题，影响抢修进度。

3.2 服务渠道适配差

随着数字化技术的发展，客户对服务渠道的便利性、多元性给出了更高标准，但目前电网企业的服务渠道打造仍存在适配性欠佳的问题。一是渠道分布不均等，线上服务通路（如APP、微信公众号、网上营业厅等）功能虽说不断改良，但在老年客户、农村客户等群体中的覆盖范围较窄，而线下营业厅数目降低，部分偏远地区客户办理业务依旧要长途跋涉；二是渠道功能有欠缺，线上渠道有着功能单调、操作繁杂、系统不稳固等问题，部分业务依旧要线下办理，无法实现“一网通办”“全程网办”；线下渠道有着服务流程琐碎、办理效能差、工作人员服务态度欠佳等毛病，对客户体验造成影响。

3.3 管理技术支撑弱

管理水准和技术革新能力是提高客户满意度的关键支撑，目前电网企业在这方面存在显著不足。一是客户管理精细化水平欠佳，缺少完备的客户分层分类体系，难以精准判别不同客户群体的需求差异，造成服务供应与客户需求不相契合，出现“一刀切”的服务模式；二是数据应用本领不强，电网企业积攒了海量的客户数据、用电数据，然而缺少有效

的数据挖掘与剖析方法，无法借助数据洞察客户需求、预判服务风险、改进服务策略。

4 提升策略

4.1 提升应急处置能力

设立快速应对机制，凭借大数据、物联网等技术改进故障定位系统，提升故障识别的精确性与高效性；归集抢修资源，组建区域化抢修中心，配备专业抢险人员与高端设施，达成故障出现后“分钟级”响应、“小时级”维修；构建跨区域应急协作机制，在重大突发状况下实现抢修资源的迅速调配与联合行动。

规整应急处理流程，制订标准化的应急抢修操作规程，界定各部门、各岗位的职责界定与工作规程，保证维修工作秩序井然高效开展；构建抢修全流程监督体系，利用信息化途径实时管控抢修进度，马上发觉并处置抢修过程里出现的难题；健全故障复盘体系，对每次应急处理工作开展总结剖析，查找问题缺漏，改进流程规划。

强化应急保障体系搭建，增添对电网设施的改造升级投入，提升电网抗灾本领与供电稳定性；健全完备应急物资储备机制，依照不同地区的灾害风险特性，合理调配应急物资，保证应急物资按时抵达；实施常态化应急演练，增强抢修队伍的应急处理技能与联合作战能力，保证在突发状况下能够迅速高效应对。

4.2 整合统一服务渠道

完善渠道架构，坚守“线上线下融合、城乡覆盖均衡”的规则，一方面持续健全线上服务渠道功能，精简操作流程，增强系统稳定性，实施适老化、适农化改进办法，如增添语音导航、精简界面设计、开展线上操作辅导等，提高老年用户、农村用户的使用频率；另一方面恰当安排线下营业厅，保留重点区域、偏远地区的线下办事网点，完善营业厅功能设置，构建“一站式”服务平台，增强线下服务效率^[2]。

优化渠道效能，线上渠道做到业务办理、电费查询、故障报修、咨询投诉、增值服务等功能全面覆盖，实施“一网通办”“全程网办”，降低客户跑腿频次；线下营业厅改进服务流程，施行“一窗受理、集成服务”，缩减业务办理时长；引入智能化终端设备，如自助缴费机器、自助查询机器等，向客户提供便利的自助服务。

4.3 数字赋能技术创新

拓展数据挖掘及应用，搭建统一的数据管理平台，融合客户数据、用电数据、服务数据等多维度数据资源，破除数据壁垒；利用大数据分析、人工智能等技术搭建客户画像体系，达成客户分层别类管理，精确辨别不同客户群体的需求差别，如工业客户的可靠供电需求、居民客户的便捷服务需求、新能源用户的并网服务需求等，给客户供给个性化、差异化的服务规划；利用数据挖掘预测客户用电风险，像过载预警、欠费提醒之类，预先实施干预举措，增强服务的前

瞻性与主动性。

增加技术创新投入,踊跃采用智能客服、语音识别、自然语言处理等技术,构建7×24小时智能客服系统,达成客户咨询、业务办理、故障报修等服务的自动化运作,提高服务回应速度与功效;探寻人工智能于故障诊断、电网调度等领域的运用,增强应急处置的智能化水准;普及物联网技术在电网设备监测、客户用电监测等方面的应用,达成设备状态的实时监测与故障预报警,增强供电可靠性。

5 保障路径

5.1 成立专项小组,建立跨部门协作机制

设立客户满意度提升专项工作群组,由企业高级领导出任组长,成员囊括营销、客服、运维、抢修、技术、财务等多个部门的负责人,确定专项团队的职责界定与工作方向,统筹开展客户满意度提升各项事务。构建跨部门合作机制,消除部门隔阂,按时举行专项工作会议,交流工作进度、协同解决难题;构建信息互通机制,凭借信息化平台促成各部门之间的信息实时交互,保障服务流程的无缝衔接;构建考核激励协同机制,把客户满意度指标融入各部门绩效考核体系,营造“人人关心客户满意度、人人参与服务提升”的工作环境。

5.2 健全服务标准,完善考核激励体系

设定细致化服务规范,依据不同客户群体的需求特性与服务情境,构建包含业务办理、故障报修、咨询投诉、增值服务各个环节的服务规范,明晰服务流程、服务期限、服务质量规定,达成服务的标准化、规范化;构建服务标准动态优化体系,依照客户需求变动、行业发展走向与技术创新成效,定时对服务标准开展修订优化,保证服务标准的适用性与先进性^[3]。优化考核评判体系,把客户满意度当作核心考核指标,纳入企业绩效考核体系,确定考核权重与评价办法;构建多层面的考核评估机制,全面采用客户问卷调查、服务质量抽检、投诉处理剖析、业务办理效能等多样评估手段,全面公正地测评服务质量;强化考核结果的运用,把考核结果与部门绩效、员工薪酬、晋升提拔等直接关联,对考核优异的部门与个人给予嘉奖,对考核不合格者进行追责。

5.3 加大研发投入,强化数据安全防护

增加技术研发投入力度,配置专项研发经费,着重扶持智能客服、大数据分析、人工智能、物联网等新兴技术在电力服务领域的应用研发;深化与高校、科研机构、科技企业的协作,构建产学研协同创新体系,加速技术创新成果的转化运用;支持员工开展技术改进与服务改进,构建创新奖

励机制,对有价值的革新成果给予奖励^[4]。完善数据安全防护体系,构建完善数据安全管理制度,确定数据收集、存储、使用、传输等各个环节的安全标准,规整数据管理活动;提升数据安全技术防护力度,使用加密技术、访问控制技术、入侵检测技术等先进手段,搭建多层次、全覆盖的数据安全防护架构,避免客户信息外泄。

5.4 优化资源配置,构建多方协同支撑体系

改良人力资源布局,依照服务需求与业务特性,恰当调整人员构成,扩充一线服务人员与技术研发人员队伍;深化人员训练与素养提升,培育一支高水平、职业化的服务团队与技术团队;构建人员动态调配体系,在用电高峰期、重大节假日等特殊阶段做到人员的恰当调配,保障服务质量不受干扰。加大资金投入力度,恰当安排预算款项,主要扶持电网设施改造、服务渠道建设、技术创新研发、应急保障体系建设等方面的投入;构建多样化的资金筹集机制,主动争取政府补贴、社会资本介入等,为客户满意度提升工作提供充裕的资金支持。

6 结语

在能源转型提速与电力市场化改革深入的情形下,电网企业碰到的客户需求渐趋多元化、特色化,服务困境不断升级。本文全面剖析电网企业客户满意度提升的价值定位,准确识别应急处置效率低、服务渠道适配差、管理技术支撑弱等核心难题,从增强应急处置效能、整合统一服务途径、数字助力技术革新三个层面提出具有针对性的提升举措,同时配套构建跨部门协作机制、完善服务标准与考核激励体系、增加研发投入与强化数据安全防护、优化资源配置与多方协同支撑等保障途径,构建了一套完整的客户满意度提升体系。未来,电网企业应坚守以客户为重心的发展思路,逐步加深对客户需求的洞察与掌控,不断改进服务策略与办法,强化技术革新与管理革新,带动服务质量与客户满意度稳步上升。

参考文献

- [1] 王宇坤,白琳,李恩.信息化时代电力企业客户满意度提升策略探究[J].市场周刊,2025,38(05):55-58.
- [2] 刘德田,王德玉,张光欣,等.电网企业以“承诺制”推进流程优化方法研究[J].计算机集成制造系统,2021,27(09):2729-2735.
- [3] 刘振华.数字化技术在电网客服域的探索与应用[J].微型电脑应用,2021,37(03):147-150.
- [4] 王林信,李建锦,周有学,等.乡村振兴背景下提升农村客户对电网企业的满意度——评《顾客满意度指数测评方法及其应用研究》[J].热带作物学报,2021,42(02):633.