

电力客户满意度提升路径研究

焦钢 张炜

国网冀北电力有限公司张家口供电公司宣化区供电中心

DOI:10.32629/etd.v7i1.22231

[摘要] 电力客户满意度对于电力企业的生存与发展意义重大,是衡量其服务成效与市场竞争力的重要标尺。本文围绕电力客户满意度提升展开研究。先阐述其重要意义,包括增强电力企业市场竞争力、助力长期可持续发展、提升社会整体福利水平。接着分析关键影响因素,有供电质量、服务水平、价格、企业形象。最后探讨提升路径,如优化供电质量保障体系、提升服务品质、合理制定电价策略、塑造良好企业形象,旨在为电力企业提升客户满意度、实现长效发展提供参考。

[关键词] 电力客户; 满意度提升; 路径

中图分类号: F426.61 **文献标识码:** A

Research on Pathways to Improving Electricity Customer Satisfaction

Gang Jiao Wei Zhang

Xuanhua District Power Supply Center, Zhangjiakou Power Supply Company, State Grid Jibei Electric Power Co., Ltd.

[Abstract] Electricity customer satisfaction is of great significance to the survival and development of power enterprises and serves as an important measure of their service effectiveness and market competitiveness. This paper focuses on pathways to improving electricity customer satisfaction. First, it explains the significance of improving customer satisfaction, including enhancing the market competitiveness of power enterprises, supporting long-term sustainable development, and improving overall social welfare. It then analyzes the key influencing factors, including power supply quality, service quality, electricity prices, and corporate image. Finally, it discusses pathways for improvement, such as optimizing the power supply quality assurance system, enhancing service quality, developing reasonable electricity pricing strategies, and building a positive corporate image, with the aim of providing a reference for power enterprises to improve customer satisfaction and achieve sustainable development.

[Key words] electricity customers; customer satisfaction improvement; pathways

引言

在电力市场化改革不断深入、能源竞争日益激烈的当下,电力客户满意度已成为电力企业生存与发展的关键指标。客户满意度不仅关乎企业市场份额与客户留存,更影响企业长期可持续发展及社会整体福利水平。供电质量、服务水平、价格、企业形象等因素,均对客户满意度有着重要影响。本文将深入剖析这些因素,探讨电力客户满意度提升路径,助力电力企业提升竞争力,实现高质量发展。

1 电力客户满意度提升的重要意义

(1) 增强电力企业的市场竞争力。随着电力市场化改革持续推进,电力行业的市场竞争格局逐步形成,电力企业不仅面临同业竞争,还要应对其他能源供给主体的市场冲击。客户是电力企业发展的核心资源,客户满意度直接关系企业的客户留存率和市场占有率。稳定的客户口碑和优质的服务体验,是电力企业立

足市场的核心优势,只有持续提升客户满意度,才能稳固客户资源,扩大市场规模,帮助企业在激烈的市场竞争中站稳脚跟。(2) 助力电力企业实现长期可持续发展。客户满意度直接影响客户合作的稳定性,满意度较高的客户会长期选择企业的电力服务,为企业提供持续、稳定的营收来源,保障企业日常经营有序开展。同时,良好的客户口碑会形成自发传播效应,为企业拓展新的客户资源,有效减少企业市场推广和获客的成本。此外,依托客户满意度反馈,企业可以精准梳理服务、供电、运维等各环节存在的短板和问题,有针对性优化服务流程、补齐经营短板,持续提升综合服务能力,推动企业长效稳定发展。(3) 有效提升社会整体福利水平。电力是支撑社会生产、居民生活的基础性公共能源,电力服务质量和供电水平,与社会经济发展、群众生活品质息息相关^[1]。提升电力客户满意度,本质是供电稳定性、服务专业性、运维及时性的全面提升,既能保障各行各业生产经营

活动平稳运行,助力社会经济有序发展,也能切实保障居民日常用电需求,改善群众生活体验,全方位提升社会整体民生福利。

2 影响电力客户满意度的关键因素分析

2.1 供电质量因素

供电质量是决定电力客户满意度的核心基础条件,主要涵盖供电可靠性与电能质量两大核心维度,直接关系到各类电力用户的用电体验与使用权益。供电可靠性是用户用电过程中最关注的核心内容,电网供电过程中出现的停电、电压不稳等各类供电异常问题,会直接干扰用户的正常用电秩序,对整体用电体验造成负面影响,是拉低电力客户满意度的重要原因。稳定的供电是保障生产生活有序开展的前提,供电稳定性不足,会直接打乱工商业生产节奏与居民日常起居生活。电能质量同样是影响客户用电体验的关键内容,电压偏差、频率偏移、谐波超标等各类电能质量问题,都会对用电设备造成不良影响,不仅会阻碍设备正常运转,降低设备运行效率,长期不良的电能环境还会损耗设备使用寿命,加剧设备损耗故障风险,严重时还会滋生用电安全隐患,威胁用户用电安全,多方面影响电力客户的整体满意度评价。

2.2 服务水平因素

(1)服务态度是客户感知服务质量的基础,电力企业一线服务人员直接对接广大客户,其服务状态会直接影响客户的服务体验。工作人员良好的服务状态能够让客户获得基础的服务尊重与体验保障,拉近客户与企业的距离,积累良好的客户口碑;反之,消极敷衍的服务状态会直接引发客户的负面情绪,产生服务不满的评价。(2)服务效率是客户评判电力服务质量的关键标准,客户在日常用电业务办理、用电问题咨询、电力故障报修等各类场景中,均对服务处理的时效性有明确需求。电力企业内部烦琐的服务流程、拖沓的业务处理节奏,会大幅拉长客户的等待时长,增加客户的用电办事成本,持续降低客户的服务满意度。(3)服务内容的完善程度适配客户的多元用电需求,现阶段客户的用电需求不再局限于基础供电保障,呈现出多元化、精细化的发展趋势^[2]。电力企业在基础供电服务之外,完善用电咨询、节能指导、故障处置、投诉对接等各类增值服务,能够全方位覆盖不同客户的用电服务需求,有效提升客户的服务体验,稳固客户对电力企业的认可度与忠诚度。

2.3 价格因素

电价是电力服务体系中影响客户满意度的核心价格要素,电价设置是否合理,直接关联客户体验与电力企业运营发展。电价标准维持在合理区间,能够保障电力服务的公平性,提高客户对电力服务的认可与满意程度。电价标准偏高,会直接增加用户日常用电的经济成本,加重用户用电负担,降低用户服务体验。电价标准偏低,则会压缩电力企业的运营收益空间,制约企业电网运维、设备升级、服务优化等各项工作的推进,影响企业长期稳定运营,进而导致供电稳定性、服务质量出现下滑。除电价合理性外,电价信息的透明化也是影响电力客户满意度的关键指标。电力企业需全面公开电价组成结构、计费核算方式、各项

收费标准等核心信息,保障客户清晰掌握自身用电费用核算依据与缴费明细。电价信息不公开、不透明,会让客户无法明确电费核算逻辑,极易引发客户对电费金额的质疑,滋生客户不满情绪,进而产生各类用电投诉问题,影响电力服务口碑与客户信任度。

2.4 企业形象因素

企业形象是影响电力企业客户满意度的关键因素,主要体现在品牌知名度与社会责任感两个核心层面。品牌知名度是电力企业外在形象与综合实力的直观体现,企业积累的品牌影响力,能够有效拉近与客户的距离,建立基础的信任体系,让客户对企业服务形成稳定预期,进而提升客户整体满意度与长期合作忠诚度,是电力企业维系客户资源、夯实市场基础的重要依托。同时,社会责任是电力企业内在形象的核心组成部分,电力行业作为支撑国民经济发展、保障民生运转的基础性行业,自身发展与社会发展紧密关联^[3]。企业主动承担对应社会责任,落地各类公益建设、能源环保、民生帮扶等相关工作,能够切实塑造正向的企业社会形象。这类正向的社会口碑与企业风貌,能够让客户对企业产生更高的认可度,进一步提升客户对企业的好感度与满意度。

3 电力客户满意度提升路径探讨

3.1 优化供电质量保障体系

电力企业需持续加大电网建设改造投入,依托科学的电网规划设计工作,合理布设变电站与输电线路,持续优化整体电网架构,稳步提升电网整体供电承载力与运行稳定性,从源头压缩停电覆盖范围、缩短停电时长。针对区域内运行年限久、性能滞后的老旧电网,需常态化开展迭代升级工作,全面提升电网自动化与智能化运行水平,依托智能运维机制实现电网运行故障的提前预判、快速排查与高效处置,持续夯实稳定供电基础。同时,企业需搭建完善的电能质量常态化监测管控体系,对电网运行过程中的电压、频率、谐波等核心运行指标开展全天候动态监测,精准捕捉各类电能质量异常问题,第一时间落实整改管控措施。落实电力设备全周期运维管理机制,制定标准化设备检修、调试与养护制度,定期开展设备全面排查工作,及时消除设备运行隐患,保障各类电力设备持续平稳运行,规避设备故障引发的各类电能质量问题。结合电网运行实际情况,主动落地各类先进的电能质量治理手段,系统性整改电网运行缺陷,全方位改善电网供电品质,以稳定优质的供电服务,为客户用电体验提升提供坚实保障。

3.2 提升服务品质

(1)做好服务人员培训与考核管理工作,定期组织在岗服务人员开展系统培训,培训内容包含电力基础业务、客户沟通技巧、投诉处理流程及服务礼仪等相关内容,切实提升工作人员的业务水平和服务意识,保证一线客户服务工作规范有序开展。建立健全服务绩效考核机制,把客户服务满意度、服务规范执行情况等作为核心考核指标,通过日常考核约束和正向激励相结合的方式,调动工作人员优化服务的主动性,夯实电力优质服务的

人员保障。(2)对电力全流程服务体系进行梳理和优化,删减整合烦琐冗余的服务流程,压缩用电业务办理审批步骤,提升线下业务办理效率。建立电力故障应急响应机制,统一规范故障处置流程,缩短故障排查和抢修时间,保障供电服务稳定高效。依托数字化手段升级电力信息化服务,搭建线上服务平台,完善业务办理、费用查询、问题反馈等功能,打通线上线下服务渠道,实现双向协同服务,提升客户办电便利程度^[4]。(3)立足客户实际用电需求,拓展电力增值服务,结合不同客户的用电场景和服务诉求,落实差异化服务,精准匹配各类客户的用电服务需要。常态化收集客户服务反馈,动态掌握客户需求变动,找准服务短板,明确优化改进方向,根据客户反馈持续调整优化服务内容和模式,提升电力服务的精准度和实用性,稳步改善客户整体用电服务体验。

3.3 合理制定电价策略

电力电价管理工作中,需结合实际用电场景制定适配的电价执行方案,通过优化现有电价体系适配不同用户的用电需求。结合各类用户的用电设备属性与时段用电规律,针对性落实差异化电价管理模式,依托差异化电价管控规范用户用电行为,引导用户养成科学合规的用电习惯。同时结合电网整体负荷运行状态推行峰谷电价机制,根据电网高峰、低谷不同运行时段动态调整电价标准,用电高峰阶段上调电价,用电低谷阶段下调电价,以此分流高峰用电压力,均衡全网用电负荷,有效提升电网整体运行的稳定性与运转效率。在优化电价机制的基础上,持续推进电价透明化管理工作,常态化开展电价政策普及与解读工作,依托各类线上线下宣传渠道,全面公开电价构成、计价规则、收费标准等核心内容,保障每一位用电用户都能清晰掌握电费核算依据与自身用电支出情况。搭建专属电价与电费查询服务端口,面向全体用户开放实时查询权限,支持用户随时核验电价政策标准与个人用电明细,全方位提升电价管理公开度,减少因信息不对称产生的电费疑问与服务投诉,切实提升电力电价管理的规范化、透明化水平。

3.4 塑造良好的企业形象

企业想要塑造优质的自身形象,需要扎实推进品牌建设,结合自身发展规划搭建专属品牌发展体系,清晰界定品牌发展定位,梳理凝练品牌核心价值。企业要依托多元渠道开展品牌

传播与推广工作,借助各类传播途径提升自身品牌在市场中的知晓度与大众好感度,同时常态化做好品牌形象维护工作,严格把控产品与服务整体质量,保证经营发展中的各项输出与品牌定位保持一致,长期积累优质的市场品牌口碑。对于电力行业企业而言,主动承担社会责任是树立良好企业形象的关键举措,企业需要主动对接社会发展需求,深度参与各类社会公益事业,紧跟社会发展热点,主动担当行业使命与社会义务,助力社会整体发展^[5]。企业可立足自身行业优势,落实各类惠民利民、助力社会发展的相关举措,持续推进节能降耗相关普及工作,全力保障特殊场景下的电力稳定供应。通过常态化履行社会责任,能够让电力企业获得行业与社会大众的广泛认可,有效提升企业整体社会形象,进一步拉近与客户的距离,提升客户整体满意程度。

4 结语

综上所述,电力客户满意度提升对电力企业、社会整体福利意义重大。影响其满意度的因素多元,涵盖供电质量、服务水平、价格及企业形象等方面。要提升满意度,需优化供电质量保障体系,提升服务品质,合理制定电价策略,并塑造良好企业形象。电力企业唯有从这些方面着手,精准发力、持续改进,才能不断满足客户多元需求,在激烈市场竞争中赢得客户信赖,实现企业与社会发展的双赢。

【参考文献】

- [1]贾伟红,侯斌.新型电力系统中营销服务体系构建与用户满意度提升研究[J].消费与品牌传播,2025(32):0038-0041.
- [2]陈海燕.电力企业人力资源管理满意度提升研究[J].经济师,2024(2):272-273.
- [3]刘伦.加强电力企业精神文明建设提升服务质量与客户满意度[J].四川劳动保障,2024(8):103-104.
- [4]黄玉雨.新形势下电力客户服务管理及满意度的提升策略[J].电力系统装备,2024(2):157-159.
- [5]朱晓黎,董国平.电力用户满意度测评及提升策略研究[J].电力与能源,2024,45(6):777-780.

作者简介:

焦钢(1985—),男,汉族,河北人,本科,高级经济师,研究方向:电力营销。