

基于客户满意度的供电所营销策略研究

■ 国网河北省电力有限公司邢台市南和区供电分公司 孙永娜 杨瑞瑞

随着电力市场化改革推进，电力行业正经历从“以电为中心”向“以人为中心”的服务模式转型，作为面向客户的服务终端，营销本质不再是“售电”，而是通过服务建立客户信任。面对着客户需求的多元化、个性化转变，供电所营销模式亟须转变。

供电所营销策略存在的核心问题

策略同质化严重，市场适应能力不强。多数供电所以“标准化服务”为主，未针对居民、企业、农业等不同客户群体的差异化需求进行细分响应，难以适应多样化市场环境，逐渐丢失区域服务差异化优势。统一服务标准无法满足多元需求，难以建立“特色标签”，容易陷入“全而不精”的困境。同时，资源投入“平均化”导致核心领域难突破，降低资源利用率，制约服务能力提升。

策略执行重形式轻实效。营销策略需要通过执行转化为效能，但部分策略仅停留在“方案层面”，因内部流程割裂、责任模糊，对外承诺的服务标准需反复协调，增加沟通成本。同时面向客户的服务未结合场景优化，

重复操作浪费资源，形成“制定—执行—返工”的恶性循环，拖慢运营节奏，影响日常管理秩序。

策略迭代滞后，制约供电所发展潜力。客户需求随市场变化不断升级，但营销策略更新慢、对新需求敏感度低，导致服务能力与市场需求脱节。如今市场需求已从“基础供电”转向“综合能源服务”，营销策略尚未紧跟需求变化，面临错失拓展机会的风险。同时，技术储备和人员能力难匹配新需求，增加服务成本，影响区域能源服务主导地位。

数字化策略技术与服务脱节。部分供电所数字化策略过度关注“技术上线”，忽视“服务适配”。许多数字化渠道单纯以“技术复杂度”为导向，降低了客户使用率和一线人员服务效率，导致前期投入难以转化为营销效能。并且，线上线下服务割裂加剧了管理复杂程度，增加了运营成本，“降本增效”目标难以实现，后续技术升级信心被打击。

基于客户满意度的营销策略

国网河北省电力有限公司邢台市南和区供电分公司（以下简称南和

公司）针对以上问题，利用因果分析法深入分析问题成因，发现根本症结在于供电所对顾客差异化需求的深度洞察与敏捷响应能力不足，导致顾客体验不佳、满意度难以提升。要突破这一困境，关键要将营销策略的制定与执行真正锚定在顾客满意度这一核心目标上，通过精准识别不同客户群需求、优化服务流程、加速策略迭代并实现技术与服务的深度融合，有效提升供电所的市场适应性和服务竞争力。为此，南和公司结合区域现状，摒弃传统“一刀切”的做法，构建了以顾客满意度为核心驱动力的供电所营销策略体系。

以“需求细分+精准服务”提升市场适应力

邢台南和地区农业特色鲜明，除常规居民、企业客户外，特色农业客户用电需求突出，供电所在制定营销策略时，根据不同客户的用电特点，将客户分为居民客户、企业客户、农业客户3类，并设置细致的需求标签库。

对于居民客户，考虑到南和部分乡镇老年人口占比较高，在城区和主要乡镇中心设置多个线下服务点，方便老年群体办理业务，同时安排专人

定期上门为行动不便的老人提供用电咨询与基础检修服务。针对年轻群体，依托南和本地热门生活资讯平台推广线上智能服务，例如在本地生活公众号嵌入便捷交费、用电查询等功能链接，吸引年轻客户使用。

企业客户方面，南和拥有众多特色农产品加工企业，这类企业生产季节性较强，供电所为其制定季节性专属供电方案，在生产旺季保障电力供应，淡季协助优化用电成本。对于规模较大的制造企业，结合当地产业园区布局，依据实际用电负荷，精准规划双电源保障线路，确保供电稳定性。针对中小微企业，简化办电流程，在产业园区设立“一站式”办电服务窗口，实现资料集中受理、快速审批。

农业客户作为服务重点，供电所针对特色种植户，如蔬菜、水果种植大户，依据作物生长周期，在灌溉关键期优先保障用电，并提供针对性的节能灌溉用电指导。对于规模化养殖客户，除保障电力供应外，还提供备用电源配置建议，以应对突发停电情况。通过精准服务，在区域内打造“特色农业供电专家”的服务标签，提升市场竞争力。

以“流程优化+责任闭环”强化落地效能

优化服务流程，为特色农业客户打通“灌溉用电申请—线路检修—供电调度”的全链条绿色通道，删减3个非必要审批环节，将响应时效从48小时压缩至24小时；为居民客户整合“故障报修—派单—抢修—回访”流程，通过数字化系统实现各环节信息实时同步，避免重复沟通，同时借助中国联通、中国移动、中国电信的短信平台，向客户及时推送抢修进度短信。针对农村地区多老年人和留守儿童现状，利用乡村广播系统优势，

采用“村广播+台区经理上门”的双保险形式传递停电信息，确保信息能精准传达到每一户。

落实责任闭环，实行“一人一责一客户群”机制，明确台区经理对所负责区域客户的全程服务责任，将承诺时效达标率、客户重复报修率等纳入绩效考核；同步建立“问题溯源—整改—复核”机制，对服务中出现的流程卡点，3个工作日内明确整改责任部门及完成时限，并向客户公示整改进度。同时建立严格的执行效果追溯机制，在南和供电所内部设立服务质量监督小组，定期检查各供电所客户服务反馈落实情况，并将反馈结果与一线人员绩效紧密挂钩，对服务质量不达标的人员进行绩效扣分、培训再提升等处理，从根源打破“制定—执行—返工”循环，切实降低沟通不畅、资源浪费及管理成本，提升运营与服务效率。

以“需求监测+动态调整”激活发展潜力

南和公司带领各供电所与政府部门建立长期沟通机制，及时获取区域内产业发展动态，捕捉新的用电需求。同时，在本地热门论坛、社区群组开展季度调研，收集居民、企业、农业客户的用电意见与新需求，根据新的用电需求储备，与政府部门合作，尽快落实供电需求。

针对南和地区新能源产业不断发展的现状，积极储备供电所新能源技术人才，通过与本地职业院校合作，开设新能源技术培训班，定向培养专业人员。及时推出光伏并网咨询、光伏电站运维指导等增值服务，满足本地新能源发展需求。每半年依据新需求更新服务清单，将新兴业务技能纳入常态化培训，提升服务人员业务能力，确保在区域能源服务中占据主导

地位，助力南和地区能源产业多元化发展。

以“体验优先+线上线下协同”推进数字化转型

结合南和本地居民与企业使用习惯，开发数字化工具。简化App操作流程，例如将交费步骤压缩至3步内；同时在App界面设置本地特色文化元素，如南和特色农产品图案，增加客户亲切感；设置适老化模块，如保留语音导航、一键拨号等功能，让老年服务不掉队。创新研发AI供电服务机器人，“分秒级”响应客户咨询。

在农村地区，依托南和现有的农村电商服务点，同步布局“线上平台+线下代办点”。打通线上线下数据接口，利用本地数据中心资源，实现“线上报修—线下派单—进度同步”的全链路协同，避免信息割裂。采用“小步快跑”模式迭代数字化功能，根据南和本地用电业务特点，优先上线高频需求模块，如电费查询、农业生产用电补贴申报等，确保技术投入快速转化为服务效能，提升客户满意度。

成效与展望

南和公司应用实施供电所优化营销策略，取得了显著成效。借助AI供电服务机器人，需求30分钟响应率达到99.26%，大幅降低了客户等待时间；业扩报装新装业务百户受理时间从51分钟压减至2分钟，高压客户供电方案答复等5个关键环节办理时间缩短15.7%，投诉总量同比下降36.1%；2025年“三夏”期间，农业生产用电安全稳定，实现“客户满意—业务增长—口碑提升”的正向循环。未来，随着智能电网、大数据技术的应用，供电所探索利用AI、数据库等技术，通过“用电行为数据分析”精准预判客户需求，让营销策略更加精准高效。■