

电网新媒体营销服务渠道现状探析

陈敏耀¹,严佳梅¹,王 峰²,李晓群¹

(1. 国家电网有限公司客户服务中心 南方分中心,南京 211161;

2. 国家电网有限公司 客户服务中心,天津 300140)

Analysis of the current situation of new media marketing service channels in the power grid

CHEN Minyao¹, YAN Jiamei¹, WANG Feng², LI Xiaoqun¹

(1. Southern Branch, State Grid Customer Service Center, Nanjing 211161, China;

2. Customer Service Center, State Grid Co., Ltd., Tianjin 300140, China)

摘要:首先阐述电网传统营销服务渠道的不足,指出新媒体营销服务渠道产生原因。重点分析掌上电力、微信公众号、支付宝生活3种主流电网新媒体营销服务渠道的特点和优势,指出分散运营在客户体验、经济效益和业务管控中存在的问题,提出3方面工作思路,最后总结新媒体渠道服务发展意义。

关键词:服务渠道;掌上电力;互联网+

Abstract: The shortages of traditional marketing service channels of the power grid are expounded and the reasons for the emergence of new media marketing service channels are also pointed out. Focusing on analyzing the characteristics and advantages of the three mainstream power grid new media marketing service channels, which are Pocket Power, WeChat official account and alipay life, the problems in customer experience, economic benefits and business control are mentioned. Then, working ideas from three aspects are put forward. Finally, the significance of the development of new media channel services is summarized.

Key words: marketing service channels; pocket power; Internet plus

0 引言

电网传统服务模式通过提供安全、优质、可靠的电能,满足电力客户用电需求,同时又让客户享受用心、周到的服务^[1]。2014年10月,国家电网公司完成27家省公司的95598电话业务全集中,实现电话服务标准统一。随着售电市场不断发展与壮大,营业厅、热线电话传统的“等待式”被动服务,因模式单一、效率低下、不够直观等缺点,无法比拟互联网时代服务速度快、服务内容详、多媒体传送、反馈迅速、服务透明的特点,远不能适应“互联网+”时代“拇指一族”随时、随地、随身提出服务需求的生活方式。目前,国家电网公司营销服务渠道可分为传统服务和新媒体服务。本文重点探讨电网新媒体营销服务渠道运营现状,通过比较,指出现阶段运营问题、提出工作思路,为优化新媒体营销服务提供借鉴。

1 电网新媒体营销服务渠道现状

随着科技的进步,各类社会公用事业行业运用新媒体技术和第三方软件与客户交流已是较为广泛的互动模式。在整合传统电力营销服务渠道的基础上,提升服务及时性、细致性和便捷性成为当今电力企业提升服务水平的重要研究内容。目前,国家电网公司新媒体渠道营销服务可分为公司层面统一的和省公司层面自营的新媒体渠道营销服务。

1.1 国网公司统一新媒体营销服务渠道

为适应互联网经济快速发展的新形势,进一步创新供电服务模式,在国家电网公司统一部署下,掌上电力、“电e宝”、网上国网App(掌上电力2019版)等移动客户端服务软件分阶段走入广大电力用户的视野^[2]。

2014年初,掌上电力App在北京公司播下试点“种子”,2014年底在27家省公司“遍地开花”(西藏公司除外)。掌上电力App依托智能电表的推广和移动互联网终端的广泛应用,让客户随时查缴电费、查询停电信息,实现智能化的“拇指”生活^[3]。

2016年,国家电网公司推出自有全网电费代收

收稿日期:2019-11-04;修回日期:2020-01-08

基金项目:国网客服中心科技项目(62993118000F)

This work is supported by Science and Technology Project of State Grid Customer Service Center(No.62993118000F)

支付平台“电e宝”。“电e宝”是国家电网继供电营业厅、95598服务热线、95598智能互动网站、掌上电力后,为电力客户提供的一种全新的电力营销服务渠道。同年8月,“电e宝”与掌上电力实现互联互通,是深入推进“互联网+”营销服务应用的重要举措。

2019年,国家电网公司大力推进“网上国网”App(掌上电力2019版)建设。“网上国网”App整合了掌上电力、“电e宝”等在线资源^[4],是国家电网公司通过整合传统电力业务、电子商务、电动汽车、分布式光伏、能效服务等业务的线上、线下营销服务渠道,优化业务流程,创新服务模式而打造的“客户聚合、业务融通、数据共享、创新支撑”统一互联网在线服务平台。该平台实现了交费、办电、能源服务等业务“一网通办”,满足客户一站式多元化能源服务需求,是构建以客户为中心的现代服务体系的重要支撑。目前已在山东、江苏、浙江、湖南4家省公司上线,预计2019年底实现27家省公司全面上线应用。

1.2 省公司自营新媒体营销服务渠道

由于智能手机、移动支付方式的普及,从2013年开始,各省公司与微信、支付宝签订服务协议,陆续在两大国民级应用中推出查电费、交电费、推送用电资讯等服务^[5]。截至2018年,支付宝用户数量达8.7亿、微信更是突破10亿用户量。由于操作便捷、安全,用电客户在自营渠道上活跃度较高、查缴电费服务需求量较大。目前在国家电网公司营业区域内,24家省公司提供微信渠道客户服务、16家省公司开通支付宝网上缴费服务^[6]。微信和支付宝两种省公司自营新媒体营销服务量可观。

2 新媒体营销服务渠道特点

以2018年业务量较大的掌上电力、微信和支付宝3种渠道数据为例,比较新媒体渠道服务特点,分析客户诉求倾向在不同渠道的分布特点。

2.1 掌上电力统一规划优势凸显

掌上电力App作为国家电网公司官方服务平台,各省公司服务功能设置较为全面和统一,客户信任度明显高于依托第三方平台的服务渠道,服务内容主要包括信息查询、用电业务、营销活动、用户管理及在线客服等。特别在用电业务办理、用户管理等服务场景上具有较大优势(分别占新媒体渠道对应业务的96.86%和91.61%),有待于进一步拓展。各渠道业务办理量及用户管理业务量对比如图1所示。

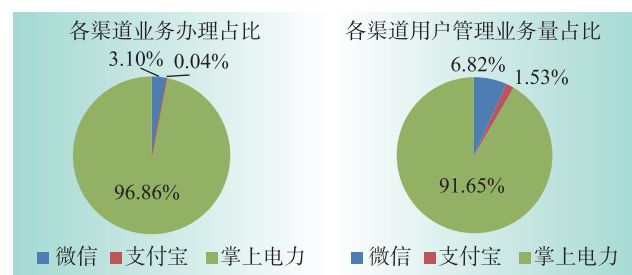


图1 各渠道业务办理量及用户管理业务量对比

Fig. 1 Comparison of business processing volume and user management volume of different channels

2.2 微信、支付宝服务渠道业务量高、社会影响大

微信及支付宝作为社会主流平台,服务特点鲜明、用户基数大、社会影响广、业务量高,在国家电网公司线上渠道服务体系中不可忽视,是掌上电力服务平台的重要补充。其中微信平台因社交属性强,在营销场景中占据绝对优势(各类优惠活动、问卷调查、中奖查询、积分管理等营销活动业务占比为92.90%),支付宝金融属性强,在支付场景中占据绝对优势(电费交纳业务占比达63.94%)。各渠道电费交纳及营销活动业务量对比如图2所示。

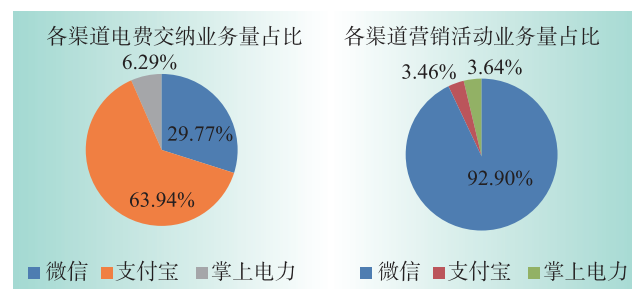


图2 各渠道电费缴纳业务量及营销活动业务量对比

Fig. 2 Comparison of electricity payment business volume and marketing activities volume of different channels

2.3 省公司自营新媒体营销服务渠道内容设置和管控水平差异较大

当前,不同省公司自营的新媒体营销服务渠道的业务范围、服务内容、功能设计及推广力度差异较大。如微信渠道中,9家省公司开通客户诉求服务(主要包括复电申请、故障报修、窃电举报、意见建议等),服务子类项目不同,各省公司开通情况有差异。省公司的部分业务功能甚至未设置数据监控模块,导致相关业务量统计数据缺失,无法支撑业务管控和后期分析,给服务监督带来一定盲区。

3 新媒体营销服务渠道存在的问题

多种新媒体营销服务渠道,带给用电客户更多选择,客户可以结合实际使用习惯和服务需求选择适合自身的服务渠道。然而相较于统一运营的

95598电话服务,分散运营的新媒体服务方式存在诸多隐患,限制了数据价值发挥,增加管控难度。

3.1 客户体验标准不一

新媒体营销服务业务渠道未有效贯通,存在一定服务风险。公司统一的新媒体营销服务渠道与省公司自营服务渠道尚未实现信息融合贯通,存在渠道服务不同步、关键数据信息不同源的情况,易引发服务风险。以2018年国网客服中心95598受理的客户线上服务渠道方面的诉求和问题来看,客户反映微信、支付宝渠道的问题较多,主要集中在无法购电、购电后未到账、无购电记录等购电类问题,占总诉求量的90.84%,从侧面反映出目前分散运营的微信和支付宝服务渠道客户体验亟待提升。

由于服务标准不一致、服务能力不均衡,集团化作用未能有效发挥。因各省公司服务水平参差不齐,服务理念不尽相同,在微信、支付宝等渠道的服务差异程度日渐加大。部分省公司未能充分发挥微信、支付宝服务渠道的特色优势,服务能力明显不足,同时也制约了服务新举措全渠道推广,不利于公司线上服务高质量发展。

3.2 经济效益难以有效保障

主流营销服务渠道的分散建设运营存在人财物重复投入,无形中加大运作成本。在微信、支付宝服务渠道建设中存在重复投资、资源利用率低等问题,同时各省公司为保证渠道服务接续运转,需要配备足量的运营、运维和服务保障团队,全网合并口径人财物投入不可低估。

国家电网公司统一搭建的技术能力和公共资源价值发挥不足。公司统一建设的身份自动识别、智能知识库、智能语音语义识别、智能机器人等新技术支撑手段和平台,无法在省公司自营服务渠道进行推广应用,难以有效发挥更大价值。

3.3 业务管控无法全覆盖

供电服务质效无法实现有效监控。微信、支付宝等外部服务渠道,存在信息孤岛,国家电网公司无法对其服务质效开展统一监管,不利于开展数据分析与挖掘、业务运营监测,影响公司现代服务体系建设成效。

营销价值挖掘无法实现有力支撑。客户行为数据未实现全网全渠道融合,对于供电服务痛点挖掘、辅助决策和价值挖掘支撑不足。

4 新媒体服务运营改进措施

4.1 优化整合“互联网+”线上服务渠道建设

结合泛在电力物联网及营销2.0建设,利用各

平台服务优势,强化对各营销服务渠道支撑,延伸智能知识库、智能机器人在各服务渠道的应用,促进服务持续优化提升。建设国家电网公司层面统一的微信公众服务平台和企业支付宝生活号,进一步规范服务标准、统一数据来源、优化客户体验、防范服务风险,降低重复投资和分散建设成本,嵌入“网上国网”App服务直达链接,满足电力客户日益多样化、个性化的服务需求,持续提高公司“互联网+”营销服务能力。

4.2 建立新媒体营销服务渠道一体化协同运营机制

按照“集中管控、协同运作”的原则,制定统一的新媒体营销服务渠道业务规范及相关配套管理制度,形成一套具有较强指导性、针对性和可操作性的新媒体营销服务渠道制度规范。开展新媒体营销服务渠道统筹规划、运营效果分析和质量监督,实现客户服务质量管控全渠道覆盖、全方位监控,保障服务的一致性和规范性^[7]。

4.3 加强新媒体营销服务渠道客户信息及数据共享

按照“服务数据统一接入、信息共享共赢”的原则,将各类新媒体营销服务渠道数据统一接入“网上国网”共享服务中心,实现客户服务数据全面贯通^[8]。进一步完善客户信息库,支撑各类营销服务渠道前端应用和后端业务处理系统数据交互。通过大数据技术进一步实现客户需求以及业务规律的深入挖掘,促进“互联网+”与传统营销服务在经营理念、商业模式、管理方法、技术手段等方面的深度融合及业务延伸,实现业务的快速创新和高速发展。

5 结束语

新媒体营销服务渠道紧跟时代的发展步伐,迎合了“互联网+”时代电力用户的服务需求,适应电力体制改革的要求。随着“网上国网”App的建设与推广,服务功能在原有掌上电力信息查询、电费缴纳的基础上,向电动汽车找充电桩、光伏新装并网发电等综合能源服务发展,客户用能服务体验进一步升级,未来势必会得到更多客户的接受和选择。在多种渠道电力服务百花齐放的同时,提高供电服务质量、强化运营模式监管显得尤为重要,有助于进一步提高客户服务质效、提升客户服务体验,增强国家电网公司供电服务市场竞争力。D

参考文献:

- [1] 梁淑贤. 移动互联网时代电力企业远程渠道受理的营销战略研究[J]. 科技经济导刊, 2018(26): 219-222.

- LIANG Shuxian. Research on marketing strategies of electric power enterprises receiving remote channels in mobile Internet era [J]. Technology and Economic Guide, 2018(26):219-222.
- [2] 刘洋,梁沁韵,张一池,等.线上服务渠道对用户体验影响的探究[J].电力需求侧管理,2016(S1):23-25.
- LIU Yang, LIANG Qinyun, ZHANG Yichi, et al. Research on online service impact on user experience [J]. Power Demand Side Management, 2016(S1):23-25.
- [3] 程伟,杨晶晶.“掌上电力”绽放京城[J].国家电网, 2015(9):86-87.
- CHENG Wei, YANG Jingjing. “Pocket Power” blooms in Beijing[J]. State Grid, 2015(9):86-87.
- [4] 周志洪,韩敏,赵明明,等.面向等级保护的网上国网纵深防御体系顶层架构设计[J].计算机工程与应用, 2018(54):111-115.
- ZHOU Zhihong, HAN Min, ZHAO Mingming, et al. Top-level architecture design of deep defense architecture of online state grid oriented to hierarchical protection [J]. Computer Engineering and Applications, 2018(54):111-115.
- [5] 朱振涛,刘晨.电网企业微信公众号运营策略有效性分析[J].南京工程学院学报(社会科学版),2016(16):79-86.
- ZHU Zhentao, LIU Chen. Effectiveness analysis of wechat official account operation strategies of power grid enterprises [J]. Journal of Nanjing Institute of Technology (Social Science Edition), 2016(16):79-86.
- [6] 李丹,沈皓,孙薇.基于“互联网+电力营销”模式的探索与实践[J].电力需求侧管理,2016,18(S1):127-128.
- LI Dan, SHEN Hao, SUN Wei. Exploration and practice of “Internet plus electric power marketing” mode [J]. Power Demand Side Management, 2016, 18(S1):127-128.
- [7] 王菲菲.远程电力服务渠道的统一运营管理研究[J].中国新技术新产品,2018(8):114-115.
- WANG Feifei. Research on unified operation and management of long-distance electric power service channel [J]. New Technology & New Products of China, 2018(8):114-115.
- [8] 周翔,朱超峰,陈明路,等.基于分布式框架的互动服务渠道运营平台优化设计[J].电力需求侧管理,2018(6):53-55.
- ZHOU Xiang, ZHU Chaofeng, CHEN Minglu, et al. Optimization design of interactive service channel operation platform based on distributed framework [J]. Power Demand Side Management, 2018(6):53-55.
-
- 作者简介:**
- 陈敏耀(1981),男,江苏南京人,工程师,主要从事95598客户服务及管理工作;
- 严佳梅(1989),女,浙江永康人,工程师,主要从事95598运营分析工作;
- 王峰(1985),男,河北石家庄人,工程师,主要从事95598客户服务及管理工作;
- 李晓群(1986),女,湖南邵阳人,工程师,主要从事95598运营管理工作。
- (责任编辑 徐文红 赵雨昕)

(上接第76页)

- GUO Zun, LI Gengyin, ZHOU Ming, et al. Optimal operation of energy hub in business park considering integrated demand response [J]. Power System Technology, 2018, 42(8):2 439-2 448.
- [10] 曾德珩,刘贵文.大型商场建筑能源管理的调查与分析[J].重庆大学学报(社会科学版),2013,19(1):78-83.
- ZENG Deheng, LIU Guiwen. Investigation and analysis on energy management of large scale of store buildings [J]. Journal of Chongqing University (Social Science Edition), 2013, 19(1):78-83.
- [11] 郝存,于立军,唐燕燕.上海市公共建筑能源消费特征及节能潜力分析[J].上海节能,2017(5):260-266.
- HAO Cun, YU Lijun, TANG Yanyan. Study of the energy consumption characteristic and energy efficiency potential in commercial building of Shanghai [J]. Shanghai Energy Conservation, 2017(5):260-266.
- [12] SALAMEH Z M, BOROWY B S, AMIN A R A. Photovoltaic module-site matching based on the capacity factors [J]. IEEE Transactions on Energy Conversion, 1995, 10(2):326-332.
- [13] 王贵斌,赵俊华,文福栓,等.配电系统中电动汽车与可再生能源的随机协同调度[J].电力系统自动化, 2012,36(19):22-29.
- WANG Guibin, ZHOU Junhua, WEN Fushuan, et al. Stochastic optimization dispatching of plug-in hybrid electric vehicles in coordination with renewable generation in distribution systems [J]. Automation of Electric Power Systems, 2012, 36(19):22-29.
- [14] SOBU A, WU G. Optimal operation planning method for isolated microgrid considering uncertainties of renewable power generations and load demand [C]. IEEE PES Innovative Smart Grid Technologies Asia, May 21-24, 2012, Tianjin, China:1-6.
-
- 作者简介:**
- 罗兰(1991),女,四川成都人,硕士,助理工程师,研究方向为电网运行。
- (责任编辑 陈 可)