

电网服务网格化、数字化、平台化模式下的用户粘性提升策略研究

文 ◆ 南方电网公司广东电网广州供电局 谢一鸣 饶嘉琪 郑学青 杨伟鸳

引言

在电力市场竞争日益激烈的当下，供电服务质量与用户满意度成为企业发展的核心竞争力。南方电网公司积极推进供电服务管理体系建设，旨在实现服务的多样化供给与高品质升级。广东电网公司要求以管理体系升级为牵引，强化网格服务运营能力，精准洞察用户需求，促进客户关系多元互动。在此背景下，广州供电局作为先行试点单位，探索网格化、数字化、平台化的用户粘性提升策略具有重要的实践意义。这不仅有助于及时满足客户多元需求，还能增加电力客户忠诚度与粘性，推动供电服务向更高水平迈进。

1 项目概况

1.1 项目背景与目标

南方电网公司提出供电服务管理体系建设工作部署，广东电网有限责任公司积极响应，统筹推进相关工作，重点强化网格服务运营能力。广州供电局作为试点单位，承担着探索创新服务模式的重任。项目目标在于构建客户问题的属地解决机制，以用户诉求为导向，升级客户服务策略。通过提升用户粘性，为客户创造极致体验，实现客企共赢，推动供电服务向多样化供给、高品质升级，切实提升用户体验^[1]。

1.2 项目必要性

在传统供电服务模式，专业管理与协同运作存在不足，难以充分发挥网格经理的作用，导致客户需求响应不及时。为构建现代供电服务体系，增加电力客户忠诚度与粘性，开展精准服务和延伸增值服务，探索网格化、数字化、平台化的服务模式显得尤为必要。这一举措不仅能够满足客户日益增长的多元化用电需求，提高服务效率，还有助于优化资源配置，提升企业的市场竞争力。

2 项目实施范围

2.1 网格服务运营模式与组织形式

深入研究网格服务运营模式与组织形式，是实现高效服务的基础。

通过内部业务协同，打破部门壁垒，整合营销、运维、调度等专业资源，形成跨部门的协同工作机制。同时，积极与外部政府网格对接，共享信息资源，实现多网格融合。构建专业平台支撑模式，利用信息技术实现数据共享与业务流程优化，提高服务响应速度。

在实际操作中，建立网格经理责任制，明确网格经理的职责与权限。网格经理作为与客户直接接触的第一责任人，负责全面收集用户诉求，及时反馈并协调解决客户问题。通过定期召开协调会议，对复杂问题进行集中研讨，制定解决方案，确保客户问题得到快速、有效解决。同时，建立与政府网格的常态化沟通机制，共同应对涉及多方的电力服务问题，如老旧小区改造中的电力设施配套问题，以实现政企联动的问题解决机制^[2]。

2.2 基于“三化”模式的用户粘性提升

开展基于网格化、数字化、平台化模式下的用户粘性提升研究，是项目的核心任务。从业务数据、服务触点、渠道等方面入

【作者简介】谢一鸣（1990—），男，湖北松滋人，本科，工程师，研究方向：电力营销、客户服务、网格化服务等。

手，进行深入的数据分析。利用大数据技术，对客户的用电行为、缴费习惯、故障报修记录等数据进行挖掘与分析，洞察客户需求与潜在风险。

在服务触点优化方面，通过数字化手段提升线上线下服务体验。在线上，优化供电服务 App 和网站界面，简化业务办理流程，实现智能客服实时响应。同时，利用人工智能技术，为客户提供个性化的用电建议和服务推荐。在线下，加强营业厅改造升级建设，引入智能设备，实现业务自助办理，提高办理效率。同时，开展网格经理上门服务，加强与客户的面对面沟通，了解客户需求，解决实际问题。

此外，依托平台化整合资源，实现多元互动。搭建供电服务综合平台，整合内部业务系统和外部合作伙伴资源，如电商平台、能源服务企业等。通过平台实现客户需求的快速响应与处理，同时开展增值服务，如电费代扣、电费套餐定制等。利用社交媒体平台，开展线上互动活动，增强客户参与感，提升客户粘性。

3 网格化、数字化、平台化的用户粘性提升措施

3.1 网格化策略

3.1.1 网格划分与人员配置

科学合理的网格划分是网格化服务的基础。根据地理区域、客户分布、用电负荷等因素，将供电区域划分为若干个网格。每个网格配备专业的网格经理，确保网格内的客户需求能够得到及时、有效响应。网格经理应具备营销、运维等多方面的专业知识，能够独立处理客户的各类用电问题。在人员配置上，注重选拔综

合素质高、沟通能力强的员工担任网格经理。同时，加强对网格经理的培训与考核，定期组织业务培训，提升其专业技能和服务水平。建立科学的考核机制，将客户满意度、问题解决率等指标纳入考核体系，激励网格经理积极主动地为客户服务。

3.1.2 网格经理职责与工作流程

明确网格经理职责是确保网格化服务有效运行的关键。网格经理负责网格内客户的日常服务管理，包括客户信息收集、用电需求响应、故障报修处理、电费催缴等工作。同时，网格经理还要积极开展市场拓展和客户关系维护，推广电力新产品和服务，提高客户对电力企业的认知度和信任度。建立规范的工作流程，提高网格经理的工作效率。网格经理通过移动终端接收客户诉求，及时进行处理。对于简单问题，现场解决；对于复杂问题，及时上报并协调相关专业人员共同处理。处理完成后，及时对客户进行回访，了解客户满意度，确保问题得到彻底解决^[3]。

3.1.3 网格协同与资源调配

加强网格内部与网格之间的协同配合，实现资源的优化配置。网格内部建立跨专业协同工作机制，营销、运维等专业人员密切配合，共同解决客户问题。网格之间建立互助机制，在遇到突发情况或重大故障时，能够相互支援，确保供电服务的连续性。建立资源调配平台，实现对人力、物力、财力等资源的统一调配。根据网格内的实际需求，合理分配资源，提高资源利用效率。在故障抢修时，通过资源调配平台快速调配抢修人员和设备，缩短故障停电时间，提高客户满意度。

3.2 数字化策略

3.2.1 数据收集与整合

数字化服务的基础是数据收集与整合。通过智能电表、传感器、业务系统等多种渠道，广泛收集客户的用电数据、设备运行数据、服务反馈数据等。利用数据集成技术，将分散在各个系统中的数据进行整合，建立统一的数据中心，为数据分析和应用提供支持。在数据收集过程中，注重数据的准确性和完整性。加强对数据采集设备的维护与管理，确保数据的实时采集和传输。同时，建立数据质量监控机制，对数据进行清洗和校验，及时发现和纠正数据中的错误和异常。

3.2.2 数据分析与挖掘

运用大数据分析技术，对收集到的数据进行深入挖掘与分析。通过数据挖掘算法，发现客户用电行为的规律和趋势，预测客户需求和潜在风险。例如，通过分析客户的历史用电数据，预测客户的用电量变化，提前做好电力供应保障；通过分析故障报修数据，找出故障高发区域和设备，制定针对性的运维策略。利用数据分析结果，实现精准营销和个性化服务。根据客户的用电习惯和需求，为客户推荐合适的电力套餐和增值服务。针对不同类型的客户，制定个性化的服务方案，提高客户满意度和忠诚度^[4]。

3.2.3 数字化服务渠道建设

加强数字化服务渠道建设，提升客户服务体验。优化供电服务 App 和网站功能，增加在线客服、智能缴费、业务办理进度查询等功能，方便客户随时随地办理业务。利用微信公众号、支付宝生活号等第三方平

台，拓展服务渠道，提高服务的覆盖面和便捷性。同时，引入人工智能技术，打造智能客服系统。智能客服能够自动识别客户问题，提供准确的答案和解决方案。对于复杂问题，智能客服及时转接人工客服，确保客户问题得到妥善处理。通过数字化服务渠道建设，实现客户服务的智能化、便捷化，提高客户粘性。

3.3 平台化策略

3.3.1 供电服务综合平台搭建

搭建供电服务综合平台，整合内部业务系统和外部合作伙伴资源。平台涵盖营销、运维、调度等多个业务模块，实现业务流程的一体化管理。同时，与政府部门、能源服务企业等外部机构进行对接，实现信息共享和业务协同。在平台搭建过程中，注重系统的兼容性和扩展性。采用先进的技术架构，确保平台能够与现有业务系统无缝对接，并根据业务发展需求进行功能扩展。建立统一的接口标准，规范数据交互格式，保障平台与外部系统的数据安全和稳定传输^[5]。

3.3.2 平台功能与应用场景

供电服务综合平台具备多种功能，满足不同的应用场景需求。在客户服务方面，平台提供一站式服务入口，客户可以通过平台办理各类业务、查询用电信息、反馈问题等。在业务管理方面，平台实现工作任务的分配、跟踪和考核，提高工作效率和管理水平。在资源调度方面，平台实时监控资源的使用情况，根据需求进行智能调配，优化资源配置。例如，在迎峰度夏期间，通过平台实时监测电网负荷变化，合理安排发电计划和设备检修，确保电力供应安全稳定。在客户报修时，平台自动根据故障类型和位置，分配抢修任务给最合适的抢修人员，并实时跟踪抢修进度，及时向客户反馈。

4 项目实施效果与评估

4.1 实施效果

通过实施网格化、数字化、平台化的用户粘性提升策略，广州供电局在供电服务方面取得了显著成效。客户问题解决率大幅提高，平均解决时间缩短，客户满意度显著提升。通过精准营销和个性化服务，电力新产品和服务的推广效果明显，客户对电力企业的认知度和信任度增强。在经济效益方面，通过优化资源配置，降低了运营成本。在社会效益方面，提升了供电服务的社会形象，为地方经济发展和社会稳定提供了有力保障。

4.2 效果评估指标体系

建立科学的效果评估指标体系，对项目实施效果进行全面、客观地评估。评估指标包括客户满意度、客户投诉率、问题解决率、业务办理效率、客户粘性提升率、经济效益指标（如成本降低率、收入增长率）等。定期收集和分析评估指标数据，通过对比项目实施前后的数据变化，评估项目的实施效果。同时，开展客户满意度调查和市场调研，了解客户和市场对供电服务的反馈和需求，为进一步优化服务策略提供依据。

结语

本研究通过对广州供电局试点项目的实践探索，证明了网格化、数字化、平台化的用户粘性提升策略在供电服务管理体系升级中的有效性。通过构建科学的网格服务运营模式，实现了内部协同与外部联动，提高了客户问题解决效率；利用数字化技术进行数据分析与精准服务，满足了客户个性化需求；依托平台化实现资源整合与多元互动，拓展了服务领域，提升了客户体验和用户粘性。随着科技的不断进步和客户需求的持续变化，供电服务面临着新的机遇和挑战。未来，应进一步深化网格化、数字化、平台化的应用，加强技术创新和业务创新。例如，利用区块链技术提高数据的安全性和可信度；利用物联网技术实现设备的智能化管理和运维；利用5G技术提升数字化服务的响应速度和质量。

引用

- [1] 曹平. 网格化服务模式下的电力用户行为数据分析方法[J]. 互联网周刊, 2024(21): 31-33.
- [2] 黄志凌. 数字化赋能提升用户电力获得感[J]. 中国电力企业管理, 2024(17): 68-69.
- [3] 蔡永翔, 邓松, 赵春雪, 等. 基于用户智能电表大数据的配电台区数字化建模[J]. 电力大数据, 2024, 27(3): 42-49.
- [4] 黄天祥, 张琰美, 张永鑫, 等. 基于数字化融合的用户用电监测与控制的研究及应用[J]. 机电信息, 2024(3): 25-27.
- [5] 宋健恩, 戴宇辰, 温然, 等. 企业营销数字化对用户体验的影响机制研究[J]. 老字号品牌营销, 2024(3): 12-14.