

# 电力营销党支部工作计划(汇总5篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源分配。以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 电力营销党支部工作计划篇一

许多“致命过失”意味着营销计划有问题。以下是十种“致命过失”的迹象和营销解决方案。

1. 致命过失：公司没有十分专注于一个市场。也没有以顾客为导向。

迹象：没有很好地确认市场细分，市场细分的优先级没有很好设置，没有市场细化管理者，员工认为服务顾客是营销和销售部门人员的工作，没有建立顾客文化的培训计划，没有让员工优质待客的激励因素。

解决方案：更多地运用先进的细分技术、优先级设置方法，促使营销队伍专业化，极为明晰地设定公司的价值层次，在员工和公司中树立更强的顾客意识，使顾客更容易了解公司并且能够与公司进行快速交流。

2. 致命过失：公司不完全了解自己的目标顾客。

迹象：最近的一次顾客调查是在5年前，顾客不再像过去那样购买你的产品了，竞争者的产品卖得更好，顾客退货和抱怨日渐增多。

解决方案：进行详细的顾客调查，采用更先进的分析技术，建立顾客和经销商团队，运用顾客关系管理软件，搜集顾客

信息。

3. 致命过失：公司需要更好地定义和观察自己的竞争者。

迹象：公司把焦点放在近距离的竞争者身上，而把远距离的竞争者忽略了，没有一个很好的搜集和分配竞争情报的系统。

解决方案：建立一个竞争情报办公室，雇用竞争者的雇员，了解会对自己公司产生影响的技术，做好提供和竞争者一样商品的准备。

迹象：员工、经销商和投资者不高兴，好的供应商不再上门。

解决方案：从不重视到重视，要从正面分析问题、思考问题；更好地管理公司与员工、供应商、分销商、经销商和投资者之间的关系。

5. 致命过失：公司不会发现好机会。

迹象：很多年来，公司都没有捕捉到令人激动的新机会。公司推出的新创意大多都失败了。

解决方案：建立新的运作机制，刺激新创意流动。

6. 致命过失：公司的营销计划运作过程有缺陷。

迹象：营销计划没有实质性的内容，不符合格式化要求。对不同的战略决策不能进行财务分析，营销计划没有应急方案。

解决方案：建立标准格式，其中包括环境分析□swot分析、主要问题、目标、战略、战术、预算和控制；询问营销者，如果给予他们20%的预算，他们将会做出怎样的改变；建立一个年度营销奖，以奖励制定最好营销计划和取得最好绩效的人。

7. 致命过失：产品和服务政策需要强化。

迹象：太多的产品，其中很多产品是赔钱的，公司放弃了太多的服务，不善于进行多种产品的交叉销售和服务。

解决方案：建立一个系统追踪弱势产品，改进或是干脆放弃它们，提供服务并为不同的服务定价，改进交叉销售流程。

8. 致命过失：公司的品牌建设和传播技能很弱。

迹象：目标市场对公司的了解不多，公司的品牌无特色，公司将自己的预算在每年的同一时间分发给相同的市场工具，很少对投资回报进行测算。

解决方案：明确公司的品牌战略，改善测量工具，将资金投入有效的市场工具，要求营销者在做资金预算前预测投资回报。

9. 致命过失：公司的营销组织不是有效和高效的。

迹象：员工缺少21世纪的营销手段，营销部门或销售部门与其他部门关系恶劣。

解决方案：指派一个手段强硬的领导者，并且要求营销部门采用新的营销手段、提高营销技能，改善营销部门与其他部门的关系。

10. 致命过失：公司没有最大程度地利用技术。

## 电力营销党支部工作计划篇二

1、进一步强化客户基础档案的建立健全，按CCS系统的要求，推进公司经营战略咨询成果的运用，有序推进建设方案的实施，加强分析研究，对照标准找差距，使业务流程不断优化，

管理秩序不断规范。

(1)、用电营业班对新增客户档案的建立，必须按ccs系统的管理标准执行。新建档案资料不全或有差错，考核责任人员20元/户。

(2)、加强用电营业一口对外的管理，简化办电程序。用电营业班接纳的用电业务必须在供电局规定的受理期限内(用电负荷在10-30kv的为7个工作日，及时查勘、上报、装表通电)完成，延时一天以上者居民用电按20元/户考核;动力、非普、商业等用电按50元/户考核。若因此引起客户投诉，视情节轻重考核50-100元(特殊原因，如不可抗力的自然因数和非己的人为因数除外;新增变压器不在之列)。

(3)、各类计量装置故障，在计划安排的时间内(紧急计量装置事故务须当即处理)必须处理。居民用电表超时处理按20元/户考核、动力、非普、商业等用电表超时处理50元/户考核、台区表超计划按100元考核。

1、抓好各级计量装置的检查、管理工作。经营专责(拟定专变客户档案和当月检查周期表)、线损专责定期对专变客户的计量装置进行巡视检查，发现有计量装置异常的情况凡当月未完成巡检计划者，考核50元，并且在随后的三天时间内完成。

2、对超期运行的计量装置进行有计划的轮换。抄收班台区责任人负责对所辖运行的客户计量装置情况进行统计，超期运行或有异常的计量装置须在当月内统计完成后交给抄收班长;凡在检查中发现未能及时统计上报者，考核台区责任人20元/户。抄收班长将统计情况汇总后，三天内(超出规定时间考核50元)传递给用电营业班班长;由其制定编排换装工作计划(未制定次月换表工作计划，考核50元)，计划内的工作，若无其他工作的冲突和不可抗力因数，未完成者按每只表20元考核。

3、重视抄表质量，每月经营专责、线损专责定期或不定期进行抽查，抽查台区不得少于五个，抽查户不得少于50户(工作业绩反映在周工作计划总结中);未完成者各考核50元。

4、坚持开展对高线损和负线损的线路和台区进行检查，台区责任人自己认真分析原因，提供情况。由经营专责组织一至二次用电检查(工作业绩反映在周工作计划总结中);未完成者各考核50元，查获窃电，按供电所有关规定进行奖励。

5、杜绝估超、漏抄、错超、错乘倍率等习惯性超表质量的问题发生，以减少因超表质量问题引起的线损波动幅度。凡台区责任人工作不负责，故意估超，超表不到位;或以电费不好收、客户不好找为由，一经查证，每户按20元考核;情节严重者按工作制度标准考核或移交上级部门处理。

6、制票人员应积极配合台区责任人工作，认真审核数据，因工作大意造成充红票等过失，考核20元/户。

7、做好拆迁片区的抄收工作，加强巡视，与地方政府部门密切联系，减少电量损失，确保电费电量及时回收。若台区责任人工作疏忽和不及时控制和汇报，造成电费电量不能及时回收，考核20元/户。

1、继续开展用电营业普查，检查电价执行情况。抄收班长按月布置收集情况(台区责任人未在抄表后的二日内完成工作考核50元)并在当月抄表后的五在日内整理出书面汇总交经营专责(未完成考核50元)，经营专责按月工作量的安排拟定月检查计划(未拟定计划考核50元)。

2、纠正电价执行的差错和未章违纪行为的工作，由经营专责、线损专责和抄收班长共同参与执行，台区责任人配合工作。未完成当月计划的户数，各考核20元/户。

坚持把客户放在第一位，始于客户需求，终于客户满意。努

力做好服务理念追求真诚，服务内容追求规范，服务形象追求品牌，服务品牌追求一流。

(1)、加快办电速度，简化办电程序，严格按照供电局统一服务流程开展工作。对待客户的提问，耐心回答，认真解释。不得为难客户，引起客户投诉，责任人考核50元。

(2)、营业厅和各收费点必须做到规范、整洁，对客户提出的批评要虚心接受，要以诚待人，诚信为本。引起客户投诉，责任人考核50元。

(3)、接到客户报修电话和事故报告，值班人员要及时记录在案，积极采取应急措施，视事故情况的大小，能处理和解决的不能推脱，否则考核当值人员人均20元；引起事态恶化按上级管理部门相关规定处理。

(4)、面对和接到客户的投诉，要认真了解情况，并做好记录汇报并在规定的时间内(4天)答复和处理。未能在规定的时间内回复和处理的考核责任人50元；不得因态度问题导致客户的二次投诉，否则考核责任人100元，引起事态恶化按上级管理部门相关规定处理。

房产营销工作计划范文模板2017最新

## 电力营销党支部工作计划篇三

供电企业城乡电网改造的逐步完善，供电网络结构趋于合理，运行更加稳定、经济，供电可靠性进一步提高，一定程度上拓展了电力销售市场。但要巩固好现有的市场状况，在现有的市场基础上，寻求新的增长点，进一步开拓市场、就需要我们克服自身在营销工作中存在的不足，注重在优质服务和企业文化建设上下功夫，全力打造供电企业服务的新品牌。

## 一、在优质服务和企业文化建设方面影响电力市场营销的几个问题

1、企业的服务理念没有完全建立，在员工的思想当中没有搞清楚开展优质服务与企业的利益、市场营销的关系，认为优质服务是额外负加的工作，没有同自己的岗位工作有机的结合起来。阶段性的短期突击行为在职工思想当中根深蒂固，甚至还有部分人存在“服务低人一等”的错误思想，服务工作中缩手缩脚，不好意思，难为情。制约了优质服务工作全面深入的开展。

2、优质服务没有同岗位工作有机的结合起来，往往是重形式、走过场，一个活动接一个活动轰轰烈烈地搞过以后，在具体的工作当中没有真正地体现出来。甚至有些人提到优质服务就是搞活动，上街宣传，发放用电宣传资料等。

3、服务的体制不顺，体系不健全。客户服务应是一个全面设计、全员参加、全过程控制的整体，错误认为供电企业服务是一些直接面向客户的部门和员工的工作，在整个全过程控制的整体中没有真正形成：机关服务基层、生产服务经营、经营服务窗口、窗口服务客户的服务体系。

4、服务的手段落后。在电力事故抢修中手段落后，抢修时间较长，停电范围较大，客户电费的收交手工操作，大客户跟踪管理跟不上发展的需求，报装接电手续的办理，并不是所说的“只要一个电话剩下的事由我们来做”，查询服务步骤较多。

6、没有把优质服务融入企业文化的建设，供电企业服务品牌的定位、经营的战略、员工个人价值的实现等方面都不很明确。开展服务文化、塑造企业形象内容的社会活动较少。

二、注重文化建设、培育企业服务的新理念在近年来开展的优质服务活动中，供电服务有了明显的改进。

首问责任制，上门服务，“一口对外、内转外不转”的窗口服务，自xx年开展的“电力市场整顿和优质服务年活动”以来的承诺服务等，都取得了一定的进展，收到了良好的效果。但都停留在一种被动的、浅层的、单一化的服务上，没有完全从一种基于“以人为本”、注入企业文化建设出发进行的全面建设，没有真正的体现出在服务中人的价值观的实现。必须在培育服务理念的思想中，提升员工的价值实现和员工竞争意识的培养。通过企业文化建设，把服务文化渗透到企业的所有活动中，提高服务文化在企业中的重要性，使员工变被动服务为主动服务，变阶段性突击行为为融入岗位工作深层次的开展。理解优质服务与企业效益、个人利益的密切关系，是社会道德建设的重要组成部分。把注重个人形象同打造服务品牌结合起来，在同客户的服务交流中，通过人与人之间服务与被服务的构通，达到文化沟通，使客户在优质服务中感受到实惠和愉悦的同时，使供用双方的道德情操得以陶冶和提高，传播企业文化，树立良好的品牌形象。

三、建立健全服务机制和服务体系，使员工在各自的岗位上，开展好优质服务工作建立“机关服务基层，全局服务营销，营销服务客户，全员服务社会”的服务体系。

形成企业内外搞好优质服务的常态运行机制，充分保证营销窗口的服务功能发挥。把各个环节的服务要有机的组合起来，各服务环节的工作必须融入岗位职责中，实行标准化、规范化、日常化的运作。通过各种优质服务的宣传活动、竞赛活动、评比活动来促进岗位工作的规范化和标准化。注重在服务的细节上下功夫，在服务的难点上做文章。在服务机制的建立上要考虑做好同客户的联络机制建立，增进同客户的交流与构通，真正形成以客户为中心，全员、全过程、全方位为客户服务的营销氛围。同时要严格履行好已建立起来的供电服务承诺机制，诚信践诺，通过全天候的报修服务、零点检修停电方案，快速的故障处理、尽量减少不必要的停电，缩短停电时间，缩小停电范围等具体行为措施，体现出岗位服务的灵活机制来。在服务机制上还要考虑建立需求侧的分



析和市场的预测机制。加强开展市场调研和需求侧管理工作，掌握各类客户、各个时段的电力供需状况，建立客户的用电服务档案，跟踪管理和服务。随着我局新用电营销系统的建立，银行代收电费网点增加并趋于正常，用电营销的网络服务平台已经形成，建立现代化的用电营销信息服务机制是势在必行，我们要充分利用这一平台，进一步引进、完善各类应用系统，真正实现网上交费、报装、查询等服务，实现对大客户的运程监控、实时抄表、在线监测防窃等功能，实现服务机制的现代化。

四、明确服务的目标，提供优质的服务，营造电力市场营销的良好环境，说句实话，问及有些员工服务的对象、标准等问题，并不是都能完全回答上的，只能笼统的说“客户需求是我们服务的目标，客户满意是我们服务的标准”这样一些大的概念。

那么客户的哪些需求是我们服务的目标？全部所有的用电需求都是我们服务的目标范围？如果是，那就是说包括客户产权的供用电设备的维修、事故抢修都需要由供电企业承担，这就引出一个延伸服务的话题。所谓的延伸服务，实际上就是供电企业维修、事故抢修的范围扩大到用电客户的产权设备范围。如果不是延伸服务，供电企业实质上是在履行好自己的职责，供电企业管理运行的线路、设备正常维护和事故处理，本身就由企业自己来解决，只不过给社会承诺在规定时间内处理。

对客户优质服务的内容，实际上就限定在报装接电按期践诺的完成，咨询、查询的服务，安全用电及用电法规的宣传等范围内。报装接电按期践诺的服务，是供电企业业扩发展的必然，不能理解把对客户接电日期的缩短，报装手续的简便，是给客户提供服务的主要内容，即就是报装接电日期再长，做为客户可能一生当中也只有办理一次报装接电；咨询、查询的服务毕竟很少；安全用电和用电法规知识的获得途径很多，当今社会知识信息发展迅猛，人们可以通过各种媒体来

获得他们需要的信息和知识。所以用电客户产权的供电线路和设备的维修、事故处理，就是一个服务的盲区。

做为用电客户，由于受技术水平、维护经验所限，有些事故不容易查清原因，不能及时的自行排除，正常用电受到影响。做为供电企业，认为这是用户产权的线路设备，投入人力、物力等成本消耗进行处理，一户两户、一次两次还行，户多次数多、一年下来，也是一笔不小的的开支，况且有了第一次的延伸服务，在客户当中形成一种这本身就是供电企业服务范围的错误认识，甚至在這些线路设备上发生事故，或造成设备财产失窃，还要供电企业来承担责任。现在有些地方实行有偿服务，政府物价部门核准一个服务中的执行价格，在设备维修、事故处理中执行。执行效果，各地说法不一。

有的地方客户满意，认为花少量的钱，能在短时间内恢复用电，尽快恢复了生产，自己损失减少，产出效益远抵于支出的服务费，而且方便，只要打一个电话，问题就触决了。有的地方客户认为自己不懂电，供电企业通过我们销售电力，我们买你的商品，你理应提供保证供电畅通到户的服务，还另外收什么服务费。做为执行有偿延伸服务的供电企业，也是几家欢乐几家愁。

有企业反映：自有偿服务开展以来，有些用电客户自己能处理的故障、事故，也再也不用打电话报供电企业处理，减轻了企业繁忙的报修压力；开支过多的材料费、车辆耗费等大大减少；极大地调动了员工积极性，员工认为客户花钱消费服务，理应提供快捷周到的服务，还认识到通过自己为客户的服务，给企业增加了收入、创建了服务形象，个人价值也再一次得以体现。有的企业反映：给客户干了活，可钱难以要回，遇到个别客户认为花钱消费服务，必须给我服务周到，稍有不合心意就到处投诉。认为挣钱不多，惹了一身的臊，延伸服务是为了搞好优质服务，反而事与愿违，没有达到真正的目的。

综观各地的延伸服务，我认为，延伸服务是优质服务的必然，收费服务也是势不可挡。但我想这样的服务收费一是应该有一个具体的操作标准，而且政府明文规定；二是收费的标准应该以确保收回材料费和车辆耗费为基本，根据不同的用电客户，收取不同的人工费，对于居民客户的服务可以免收人工费，三是收费标准中价格成分的构成应该公开，并且向社会公布，接受社会监督、政府监督；四是在同客户签订《供用电合同》时，与客户商定明确是否需要延伸服务，需要哪些服务，然后供电企业建档立案，确定具体的服务方案。只有这样，才能真正消除服务的盲区，让客户真正体会到供电服务的方便、快捷和周到，才能畅通电力营销的渠道，达到客户企业双方满意。

## 电力营销党支部工作计划篇四

去年，我所的各项经营指标在全所员工不懈的努力下都得到了完成。目前，我所供电辖区内的地区性经济开发较之过去已有重大的变化，我所的用电结构将发生大的变化。针对当前的发展形势，全所职工在端正思想和规范工作思路的同时，不断调整和适应新的营销形势，要用发展的眼光看待我们的电力营销市场，要用积极热忱的态度对待不同的电力客户。

在新的一年里，我们要总结去年我们工作中存在的不足，努力缩短与先进班组之间的差距。端正态度，树立信心，在工作管理和经营管理方面取得新的进步。因此，今年我们的工作方针仍然坚持“固本培源、严抓细管、勤拓善用、增供促销”。

保持和发扬我所在20xx年度内取得的成绩。不断完善管理制度，不断完善良好工作的秩序，不断完善基础资料的建档管理。

(1)、以“三铁”（铁的制度、铁的面孔、铁的处理）反“三违”（违章指挥、违章作业、违反劳动纪律），认真

落实并完成上级部门下达的各项指标和任务。

(2)、注重控制管理生产、经营的全过程，有机强调过程中的灵活性、兼容性和特殊性；只有对过程中的多环节进行合理的调控，才能获得良好的结果。

(3)、所长、班长要起到带头的作用，严格自律，保持良好的工作责任态度，遵章守纪。认真制定和履行工作计划，并保质保量的完成。

同时工作中要相互协同、主动配合，树立团队观念；求大同，存小异，努力完成上级布置的各项工作任务。

(4)、工作班人员遵章守纪；服从工作安排，工作中不得相互推诿，一切以集体利益为重，努力完成好本职工作。

(1)、深挖内部分潜力，充分调动职工的主观能动性，树立“要我做”转变为“我要做”的从业观念。按循序渐进的规律摒弃狭隘的个人本位思想，使我们的员工乐于融合到我们这个共同所依赖的集体中。

(2)、为全面提高在职人员的综合素质，从而更好地为生产服务，对员工的培训（由所长、班长共同制定学习计划并列入工作计划中）要以多种形式的学习为手段。

## **电力营销党支部工作计划篇五**

去年，我所的各项经营指标在全所员工不懈的努力下都得到了完成。目前，江北区东部（即我所供电辖区内的三个街道）的地区性经济开发较之过去已有重大的变化，港城工业园区成熟建成，我所的用电结构将发生大的变化。针对当前的发展形势，全所职工在端正思想和规范工作思路的同时，不断调整和适应新的营销形势，要用发展的眼光看待我们的电力营销市场，要用积极热忱的态度对待不同的电力客户。

在新的一年里，我们要总结去年我们工作中存在的不足，努力缩短与先进班组之间的差距。端正态度，树立信心，在工作管理和经营管理方面取得新的进步。因此，今年我们的工作方针仍然坚持“固本培源、严抓细管、勤拓善用、增供促销”。

保持和发扬我所在20xx年度内取得的成绩。不断完善管理制度，不断完善良好工作的秩序，不断完善基础资料的建档上线（电算化管理）。

（1）、以“三铁”（铁的制度、铁的面孔、铁的处理）反“三违”（违章指挥、违章作业、违反劳动纪律），认真落实并完成上级部门下达的各项指标和任务。

（2）、注重控制管理生产、经营的全过程，有机强调过程中的灵活性、兼容性和特殊性；只有对过程中的多环节进行合理的调控，才能获得良好的结果。

（3）、所长、班长、专责要起到带头的作用，严格自律，保持良好的工作责任态度，遵章守纪。认真制定和履行工作计划，并保质保量的完成；同时工作中要相互协同、主动配合，树立团队观念；求大同，存小异，努力完成上级布置的各项工作任务。

（4）、工作班人员严格贯规，遵章守纪；服从工作安排，工作中不得相互推诿，一切以集体利益为重，努力完成好本职工作。

（1）、深挖内部分潜力，充分调动职工的主观能动性，树立“要我做”转变为“我要做”的从业观念。按循序渐进的规律摒弃狭隘的个人本位思想，使我们的员工乐于融合到我们这个共同所依赖的集体中。