

大客户需求信息；定期联系、走访大客户，根据制度规定和大客户的实际需求做好优质服务工作。

3.10 建立客户服务人员行为规范与考核细则

根据集团公司提出的“燃气服务提质，群众满意度提高，社会形象提升”的优质服务要求，同时为进一步提高窗口工作人员的服务水平，树立燃气行业良好的服务形象，出台制定窗口工作人员服务考核细则。考核主要从工作纪律、业务技能、服务规范、评议及投诉、加分扣分等方面进行。

4 研究结论应用价值与建议

4.1 研究结论

(1) 天然气的到达，以及燃气服务的市场化，使燃气公司的销售和服务市场既蕴含商机又充满挑战。

(2) 根据市场调查得出的测评结果，燃气公司的客户满意度较高，但员工技能等方面须优先改进。

(3) 燃气公司多层化的组织架构，大众化的客户服务项目，不合理的员工流动率和技能培训等3大主要因素影响了公司服务质量的提高，削弱了企业服务市场的竞争力。

(4) 通过利用公司建立信息处理系统的契机，适时取消营业所等中间管理层，建立扁平化的组织结构；实施客户关系管理；细分燃气服务市场，增加公司销售和服务营销战略的精确性和有效性；制定人力资源规划，合理流动服务员工；提高员工对公司的满意度；形成燃气公司服务利润链等方式，来优化服务，同时为公司带来可观的服务和经营利益。

4.2 研究结论的应用价值

公司各管理层已意识到提高客户服务质量进程中

存在的问题，2008年依据已有的客户信息建立了燃气客户诚信体系，意图探索一条客户市场细分、实施差异化服务的途径；2009年年末对客户的满意度进行了测评；同时，公司组织架构扁平化的方案正在酝酿。本文提出的设想和对策，对燃气公司以客户满意度为指标，全面提升客户服务质量有着切实有效的指导和应用价值。

4.3 后续研究的建议

优化燃气服务可以从以下几方面进一步深入研究：开发市场营销、客户服务应用系统，协调各部门的行动，提高公司整体运作效率；配备专业人员从事服务营销的研究和规划，同时建立对服务提供、服务成本、客户成本、服务价值的评价体系；寻找合作伙伴，弥补燃气公司在燃气经营和服务市场的空白点，提高公司市场占有率，增加企业经济效益。

参考文献

- 1 裴利芳.《组织行为学》.2003年6月，第1版，中国城市出版社
- 2 匡致远，樊五勇.《服务营销》.1999年12月，第1版，广东经济出版社
- 3 芮明杰.《管理学》.1999年9月，第1版，上海人民出版社
- 4 唐晓芬.《顾客满意度测评》.2001年9月，第1版，上海科学技术出版社
- 5 赵曙明.《人力资源管理研究》.2001年7月，第1版，中国人民大学出版社

工程信息

广东省全面开工建设天然气管网

2010年8月26日，广州国际燃气峰会开幕，出席峰会的广东省天然气管网有限公司副总经理刘剑文透露，广东省天然气管网一期管道工程项目已全面开工建设，力争2010年底前主体工程完

工。到2020年，广东省将新建天然气主干管道约3 200km，天然气利用量将超过600亿m³，项目总投资约460亿元。

(本刊通讯员供稿)