

doi:10.3969/j.issn.1671-5152.2015.03.009

城市燃气企业客户服务现状及对策分析

□ 温州市管道燃气有限公司(325000) 胡娟

摘要: 客户服务质量已日趋成为燃气企业在激烈市场竞争中取得优势的关键。本文从目前城市燃气企业客户服务的现状及存在的问题出发,探讨加强服务管理的对策。

关键词: 城市燃气企业 服务管理 现状 对策

1 前言

燃气作为一种优质高效的清洁能源,在我国能源构成中占有重要比重。“据专家预测在‘十二五’期间,中国天然气用量将持续增加并逐步调整,在2010年用气量1.075亿 m^3 的基础上,以年均增长15.9%的速度增加,天然气在一次能源结构中的比重将从2.2%升至4.4%”^[1]因此,城市燃气作为现代化城市的一项重要基础设施,它的发展和完善渐趋成为社会公用事业的重要组成部分。而燃气企业服务质量的优劣不仅关系到企业能否在消费者中建立良好口碑,同时更关系到企业在市场中所占有的份额和利益的高低。因此,燃气企业需不断审视自身服务体系,加强服务质量管理,改善服务系统中的薄弱环节,提供让客户满意的服务,做优质的公用事业服务者。

2 城市燃气企业加强服务管理的必要性

城市燃气企业作为典型的社会公用服务行业,本身就有着显著的自然垄断特点。“我国城市燃气的管网建设、接收、输配、销售和服务等环节一直维持国家投资、国有专营、国家定价和财政补贴的局面,各地方政府所属的燃气公司采取政企合一和垄断专营的体制,民间资本面临禁入限制。”^[2]但近年来随着

市场经济的逐步完善和国有企业的多年改革,城市燃气企业逐渐打破垄断性经营模式,引入了市场竞争体系,可供客户选择的燃料产品和燃料企业较以往大大增加,包括企业品牌、客户服务在内的软实力越来越成为影响企业核心竞争力的重要方面。

从城市燃气行业改革与发展的经验来看,只有坚持打破垄断、引入竞争、培育多元化市场主体、完善行业监管、形成公平的市场竞争环境,才能有利于行业的健康发展。但与此同时,如何保持并提升企业的核心竞争力,应对日趋饱和的市场和激烈的行业竞争也成为燃气行业所共同面临的发展难题。而燃气企业不断完善服务管理,将服务质量作为“产品”纳入到企业生产、经营、管理等方方面面的工作中,逐步健全标准化的服务管理体系,持续提高服务水平,才是在市场竞争中取得优势的关键。

3 城市燃气企业客户服务现状及存在的问题

近年来,通过对社会各项测评系统和评价体系的调查可以发现这样一个不争的事实,那就是广大客户对城市燃气企业的服务质量普遍存在着不太满意的现状。众多燃气企业都或多或少的在服务设施和服务项目上存在着不足,服务流程和服务制度也不尽完善,企业员工在服务技能和意识也存在着一些问题,这些

都成为燃气企业在客户服务管理中的短板，影响燃气企业在竞争中的地位和发展。

3.1 服务硬件设施不到位

部分城市的管道燃气普及率太低，瓶装燃气市场占用率高。如以浙江温州为例，温州市作为浙江省、华东地区重要的工业、商贸、港口城市和对外经济贸易的窗口，目前市区瓶装燃气却占有近80%的市场份额，管道燃气仅占约20%，且还未实现供应天然气，无法满足广大市民对清洁城市能源的需求。此外，部分城市燃气公司服务网点、缴费充值点太少，不能方便用户缴费充值。如目前，苏州管道燃气表主要分为两种，一种是传统的燃气表，实行先使用后缴费的方式，一种采用燃气IC卡表，实行先充值后消费的方式。燃气IC卡表，它的产生符合时代发展的步伐，有着诸多优点，但在实际使用过程中很多用户也遇到了一些问题，给生活带来了不便。第一，缴费渠道方式偏少，导致市民，特别是老年人充值不方便。第二，量少时提醒不明显。燃气IC卡表在快用完时，虽然生产厂家设定了“蜂鸣”声来提醒用户，但声音比较轻，而且燃气表安装的位置一般都在橱柜内，用户在使用时未听到的可能性很大。

3.2 服务公开、透明度不够

部分燃气企业服务项目、办事依据、办事程序、收费标准、服务承诺、岗位职责、办事纪律等内容的公开度不够，没有一次性告知，且未能建立有效的用户监督体系，接受社会与用户监督。如某燃气公司的非居民用户报装流程，用户需先经过燃气公司人员的现场考察后，与设计单位衔接委托设计，而后与燃气公司签订报装合同，再与施工单位、监理单位一一进行工程交接和合同的签订。由于需要与多个外单位沟通衔接，一般用户不熟悉相关流程，燃气公司也未能一次性告知，即使所有手续都亲力亲为，但在个别环节中，还是难以避免会出现一个事项需要多跑几趟的现象，不仅耽误了工程总体进度，同时也给用户报装燃气带来不便，影响用户报装的积极性。

3.3 业务流程标准化、规范化不够

有些燃气企业业务流程复杂，可简化不简化；办事流程拖拉、作风散漫、效率低。比如某燃气公司用户申请点火流程，该公司未能在承诺的工作日内完成，用户投诉后也经转多个部门，一个简单的业务投

诉需要一个星期才予以处理回复。或者客服系统管理出错，出现重复缴费、重复施工现象。如用户已缴纳管道燃气报装费，但因小区名字变更，系统查询不到，致使用户重复缴费。还有些燃气企业安检走过场，在用户门口贴一张未遇告知了事，上述问题都是目前燃气企业容易出现的状况。

3.4 部分服务人员综合素质有待提升

燃气企业招录服务人员门槛低，聘用人员自然良莠不齐，容易出现服务态度差、生硬，门难进、脸难看的现象。

有些燃气服务工作人员对用户的态度冷漠，对用户反映的事件处理不积极，如安检员上门安检，用户反映因为所在的大厦刚发生管道燃气爆炸，个人觉得自家的管道燃气设施有点旧，感觉不安全，咨询安检人员是否需要更换、如何更换，却未能得到回应。还有些服务人员业务不熟悉，办事能力不高，服务水平低，用户上门申请报装管道燃气，服务窗口人员不清楚该用户所在楼栋是否通气，还让用户自己去查，种种问题引发用户不满。

3.5 安全监管不到位

安全是燃气企业生存和发展的根本，对用户来说，燃气安全更是事关生命财产安全的大事。但目前燃气安全事故频发，安全隐患多。像在管道燃气发展建设初期，根据《城镇燃气设计规范》和国内燃气行业设计惯例，燃气管道单元立管以明管形式敷设在住户厨房间内（业内统称户内立管）。但老百姓为追求室内空间美化或利用，装潢时容易把户内立管进行封埋或密闭，此举给燃气管道安全运行带来了严重隐患。虽然户内隐患和用户自身的安全用气理念有一定关系，但燃气企业作为供应燃气的单位，安全监管不到位、安全宣传不够也是其不可推卸的责任。

4 加强燃气企业服务管理的对策

燃气服务一般是以无形的方式，在客户与服务人员、燃气网络或服务系统之间发生的，可以解决顾客与燃气需求相关的一种或一系列行为。^[3]因此，燃气企业作为服务行业中的一员，是用户接受燃气服务的载体，客户是否满意是衡量、检验燃气企业服务工作的重要标准。

随着人们消费水平的提高,人们对生活质量和生活环境的要求将愈来愈高,这就要求我们在服务管理中要加强观念的转变,确立以客户为主的服务理念,跟上客户不断提高的需求,在注重新能源开发和新市场拓展的同时,全面提升服务质量,不断改进服务管理措施,建议开展“推‘五心’服务、创‘五星’品牌”活动。

4.1 开心——开开心心,让用户享受优质气源

一是加快燃气管网等基础设施建设,为潜在客户发展提供有力的气源保障,并为今后市场发展奠定良好基础。同时,全面有序推进旧住宅区燃气管道建设,让更多用户开心享受优质能源。二是关注用户体验,全面改善服务设施。建立规范醒目的指路标识、各种服务标识牌、监督牌等,使用户有宾至如归的感觉。另外,从细节考虑,全方位做好用户服务工作,如营业厅设在无电梯的楼栋二楼,考虑到残疾人办理需求,要专门为残障人士设置无障碍服务铃,专人全程引导,为其提供服务。另外加大投入,逐步实现服务手段科技化、电子化和网络化。建立健全热线服务中心管理系统,方便用户信息综合查询、维修调度管理等;也可以统一受理用户投诉、用户咨询、报修等业务,方便工作人员及时了解用户方面的详细信息、地址、交费情况、维修记录等,为用户提供高质量的服务。三是办事公开化。在公司网站上明确各类业务办理等相关流程,营业厅墙上公布报装、过户、安装收费等办理制度,对外服务部门、窗口制定一次性告知制度,向用户公开并在用户了解后签字确认,严格执行“首问责任制”、“即办制”,做到政策透明,办事公开;杜绝作风散漫、办事拖拉。

4.2 安心——多重保障,助用户安心享受生活

作为燃气高危行业,要高度重视安全工作。一是安检工作落实到位。每年开展一次燃气用户安全检查,针对安检查出的隐患及时进行整改。其中涉及产权归属用户的表后燃气设施,落实专人,电话回访督促整改。随着用户增长,人工电话回访可能已不适应当前形势,可开发户内隐患即时提醒功能,即将已存在安全隐患的用户,在其客服系统资料中输入安全隐患的相关内容,之后燃气公司在为用户办理其它业务时(如抄表、营业厅缴费、过户、缴费变更等),工作人员会收到信息,提示该用户家中存在安全隐患,

便可再次与用户协商沟通,对用户进行全方位的提醒和督促整改。二是针对主动配合隐患整改的用户,推出费用减免政策。针对管道燃气用户家中燃气胶管隐患繁多,事故频发的现状,为引导市民安全使用管道燃气,推广使用不锈钢波纹管以及带有熄火保护装置的燃气用具,开展波纹管半价更换优惠利民活动。市民可通过燃气公司营业厅、服务热线、燃气公司网站办理更换波纹管业务。三是为有效保护管道燃气用户生命财产安全,可根据用户需求特点,联系保险公司,由保险公司推出燃气用户综合保险。保险项目包括意外身故、残疾(含煤气中毒)、意外医疗费用、家庭财产损失等。四是面向市民,设安全隐患举报奖励。对在公共区域(非居住户内)发现隐患、险情,并及时上报的有功市民,给予一定奖励。燃气公司从隐患提醒、隐患整改、用户保险、隐患举报等多方面加强安全用气保障。此外,还要做好每月的安全宣传进社区、每个节日前向用户发送安全用气的信息提醒、管网安全大普查等日常安全管理,助用户安心享受品质生活。

4.3 细心——细心缜密,让用户体验周到服务

一是以用户需求为出发点,多形式增加缴费途径,让用户可凭户名直接到多家银行办理缴费业务;增设第三方支付平台;并不断增加燃气IC卡充值点,在社区设立24小时IC卡自助充值缴费机,实现用户在家门口就能缴费。二是短信提醒用户充值或者停气。为避免IC卡表用户因忘记充值而导致用气不便,对客服系统功能进行开发,根据用户充值的间隔,测算用户的平均用气量,再结合每位用户最后一次充值时间,对需要继续充值的用户,进行短信联动提醒,以避免用户因忘记充值而造成无法用气的情况。在紧急抢修等非计划停气时,短信告知用户。三是公司服务窗口加强微笑服务,用户到访时“一个微笑,一杯茶,一句您好”。上门服务则推出“五个一”,即“一个暖暖的微笑、一声亲切的问候、一套严格的标准、一句温馨的提醒、一块洁净的抹布”,为用户提供周到细致的服务。

4.4 贴心——贴心服务,用户轻松体验全程代办

一是对非居民用户报装管道燃气推行“一站式”的贴心服务。设立专项业务组作为统一对外窗口,从用户报装开始,全程代办设计委托、图纸会审、工程核准等流程,工程合同、监理合同、报装合同等的签

订也只需在这一窗口即可完成签署，免去了用户在设计、施工、监理等单位的手续办理，至少为用户节省了十个工作日，极大地方便用户。二是推出“燃气进企服务活动”，帮助企业解决实际问题，服务企业发展，助力企业品牌创建。三是以微信平台为依托，拓展宣传阵地。在当前最热门、用户基础最广的微信上建设信息平台，定期向用户提供各类有价值的信息。用户可通过关注公共账号，轻松了解公司最新动态、各类活动等相关事宜，并学习安全用气知识，把微信平台打造成市民生活的贴心好帮手。

4.5 诚心——诚心诚意，为用户提供优质服务

一是为进一步提升公司服务质量和业务水平，可每3个月，通过随机筛选的方式，邀请3名~5名市民监督员，对公司的各类服务流程、服务态度、服务水平进行监督考核。二是成立燃气志愿服务队，进社区、进校园、进酒店提供各类宣传服务，并通过报纸、电视、广播等各类媒介，加强对外宣传的广度和力度；对军烈家属、残障人士、孤寡老人等特殊用户，部分业务还提供免费的上门服务。三是为提高服务人员素质，规范服务行为，建立长效的企业服务培训机制，对全体员工分批进行文明服务礼仪培训。礼仪培训从个人和职场礼仪两方面入手，根据每个部门、班组面对的客户群体以及需要掌握的礼仪类别分批授课。课程内容主要包括电话应答礼仪、客户接待礼仪、投诉应对等。同时培训课程根据服务行业的要求，着重强调员工在日常工作中，要学会站在用户的角度，以用户的感受、用户的利益为先，做到真正意义上为用户服务。服务人员在上岗前进行统一、良好的培训和考核，只有考核合格后方能上岗。同时企业也可以在人员就职的过程中按岗位要求定期进行复训，使员工及时巩固、更新业务知识，不断增强标准化、规范化服务。四是开展班组晨会活动，推动良好企业服务文化形成。班组是公司各项开展的基础，班组工作的好坏和班组员工精神状态是否良好直接影响公司整体工作的推进和良好企业服务文化的形成。为此，公司可开展以班组晨会为形式的文化建设活动，充分利用每天上班前短短的5min~10min，要求全体班组员工集合一起，人员点到、团队激励、总结得失、布置工作、信息传达。通过晨会促进形成“比学习、比作风、比技能、创先争优”的良好氛围，促进公司整体

工作的推进和良好企业文化的形成。

5 结语

燃气企业只有不断提升服务质量，改进服务管理设施，建立覆盖企业各个层次、各个领域、各个环节的服务质量管理体系，才能提供让客户满意的服务。也只有这样，城市燃气企业才能适应市场变革，在竞争日益激烈的市场站稳脚跟，实现长远发展。

参考文献

- 1 徐得甲.社会责任视角下的燃气服务评价策略研究[D].首都经济贸易大学, 2014
- 2 国务院发展研究中心产业经济研究部课题组.我国城市燃气行业改革的经验及面临的新形势[J].发展研究, 2009; 8
- 3 寿明龙.基于燃气企业服务特性的服务策略探讨[J].上海煤气, 2010; 3

工程信息

安徽省广德县“川气东送” 管道天然气正式开通

2015年1月23日上午，安徽省广德县“川气东送”管道天然气开通仪式举行。

据了解“川气东送”管道天然气广德段全长38km，年出气10亿m³，总投资1.2亿元。目前已覆盖城区和经济开发区，建设高、中压管道51km，发展工商业用户18户，配套居民用户9 000余户，累计供气量突破2 000万m³。此次管道天然气的开通，为广德县普及清洁能源、实现天然气全覆盖奠定了基础。2015年，广德县还将启动开发区经邱村镇至新杭镇的天然气高压管网建设，总投资4 000余万元，逐步实现各乡镇管道天然气供应。

(本刊通讯员供稿)