



国网江苏营销培训系列教材

Training for
New Marketing Employee
营销新进员工培训

高晓萍 主编





国网江苏营销培训系列教材

Training for
New Marketing Employee

营销新进员工培训

高晓萍 主编

图书在版编目(CIP)数据

营销新进员工培训 / 高晓萍主编. —上海: 上海财经大学出版社, 2018. 3

(国网江苏营销培训系列教材)

ISBN 978-7-5642-2942-9/F·2942

I. ①营… II. ①高… III. ①电力工业-工业企业管理-营销服务-中国-技术培训-教材 IV. ①F426.61

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 022861 号

责任编辑: 陈 明

封面设计: 张克瑶

YINGXIAO XINJIN YUANGONG PEIXUN

营销新进员工培训

国网江苏营销培训系列教材

著 作 者: 高晓萍 主编

出版发行: 上海财经大学出版社有限公司

地 址: 上海市中山北一路 369 号(邮编 200083)

网 址: <http://www.sufep.com>

经 销: 全国新华书店

印刷装订: 上海华教印务有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 20.25

字 数: 330 千字

版 次: 2018 年 3 月第 1 版

印 次: 2018 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 59.00 元

国网江苏营销培训系列教材

编 委 会

主 任：张义奇

副 主 任：解利平

编 委：宋桂华 周长华 史利强 陶 建
徐 瑶 邵明静 黄 蓉 徐司聪
施泉生 王 荣 高晓萍

本书编写组

主 编：高晓萍

参编人员：陈佩龙 丁爱玲 江小舟 浦荣菁
(按姓名拼音 邵明静 汪征涛 王 浩 徐 瑶
顺序排列) 张卫华 张 丽

总 序

中国电力行业正面临着深刻的宏观环境变化。新时代中国电力行业发展呈现出电力供应宽松化、电力交易市场化、电力生产和消费绿色化的特征。

首先,中国电力供应总体上呈现过剩的态势。自 2012 年以来,中国经济结束了高速增长的时代,经济增速放缓至 8% 以下。2014 年,中央政府对中国的经济形势做出了准确判断,认为中国经济发展处于经济增长速度换挡期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期的三期叠加时期,并提出了中国经济发展新常态的概念。伴随着经济发展进入新常态,中国电力需求增速也随之降低。2012 年全社会用电量增速放缓至 5.9%,6 000 千瓦及以上电厂发电设备利用小时出现下降;到 2016 年 6 000 千瓦及以上电厂发电设备利用小时仅为 3 785 小时;发电企业出现大面积亏损。

其次,电力市场化改革进入实质性阶段,2015 年 3 月 15 日《中共中央国务院关于进一步深化电力体制改革的若干意见》(中发〔2015〕9 号)下发,标志着新一轮电力体制改革的开启。新电改按照“管住中间、放开两头”的体制架构,实行“三放开,一独立,三强化”。随之各省改革试点方案密集出台,售电公司如雨后春笋般涌现。据不完全统计,截至 2017 年底全国各地成立的售电公司上万家,其中已经公示的有近 3 000 家。大量售电公司参与电力市场交易,供电公司一家独大局面将不复存在。

再次,电力行业开始了低碳绿色转型发展。习近平总书记在十九大报告中指出,必须坚定不移地贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,对能源电力走绿色发展道路提出了新要求;国家《电力发展“十三五”规划》等一系列文件,



提出要构建全球能源互联网,优化能源电力结构,着力提高能源效率,发展清洁能源等能源电力发展方向。实现能源开发上的清洁替代和能源消费上的电能替代(两个替代),根本上是实现能源结构从以化石能源为主向以清洁能源为主的转变。电力生产和消费的绿色化,既带来了相关新技术应用,又给电力公司带来新业务,如电能替代市场如何开拓、源网荷如何互动等。

电力公司的经营环境发生了深刻变化,原有的电力营销理念、营销模式、营销方法已经不再适宜目前的经营环境和业务。如何对电力公司营销部门员工进行营销技能培训,让其尽快适应新的环境、熟悉新的业务、掌握新的技能,是摆在电力公司人力资源部门面前的一大难题。目前,现有的电力营销教材偏重营销的理论和方法,与实际电力营销一线员工需要掌握的知识和技能不符,因此迫切需要一套有针对性、接地气、强技能的电力营销培训教材,以切实提升电力公司营销部门员工的业务和技能水平,继续保持电力公司在未来市场竞争中的优势。

国网江苏省电力公司盐城供电公司作为国家电网公司的电力营销技能培训单位,站在电力公司未来可持续发展的高度,深刻把握中国电力行业的发展趋势和特征,成立了电力营销系列培训教材编辑委员会,开发电力营销系列培训教材。该系列培训教材包含《电力需求侧管理》《岸电系统》《电动汽车充电桩》《源网荷友好互动》等10本,既包括比较传统的电力营销业务,也包括新出现的电力营销业务。为了保证本电力营销系列培训教材能够适合电力公司营销部门员工实际业务和技能需求,编辑委员会成员利用多年电力营销技能培训经验以及对学员的现实需求,深入调研,确定了“源于现实业务、面向现实需求、紧跟时代趋势、服务营销人员、提升营销技能”的编写原则,并针对教材编写形式、编写大纲、编写内容进行框定。为保证每本书的实用性,编写人员深入浙江、江苏、上海等地的电力公司营销部门,进行实地走访和调研,了解营销业务人员的现实需求,并对大纲进行了修订。此外,在编写过程中,还广泛征求了电力企业营销专家的意见和建议,以确保教材能够满足电力营销人员的需求。

该电力营销系列培训教材以电力营销业务体系进行区分和编写,每本书针对一项营销业务,在业务划分和选取方面广泛征求专家意见,充分考虑了业务之



间的典型性和相关性。为了做到教材通俗易懂、深入浅出,每本书的编写以营销业务及其流程为主线,注重实际操作,配有大量的图片,针对业务流程中需要重点关注的问题、难点进行阐述,并提供相应的思考与练习题,供学员巩固学习效果和考核使用。该系列培训教材能够培养电力营销业务人员的业务流程知识和操作技能,理解电力营销业务的内涵,掌握电力营销操作规则,发现并妥善处理电力营销中的疑难问题。编写者具有很高的理论水平和丰富的实践经验,该系列教材能够作为各地电力公司营销培训用书,也可用作科研院所、高校学生和教师的参考书。

华北电力大学 曾鸣教授

2018年1月

前 言

员工是企业价值的创造者,是构成企业核心竞争力的重要组成要素。而新员工作为企业的新鲜血液,是企业的未来和希望,是企业可持续发展的基石。企业非常重视员工的成长,其对员工成长的帮助、支持始于员工入职的第一天。

企业提供给员工的不仅仅是一个就业机会,更是一个发挥特长、发挥聪明才智、发挥创造力的舞台。那么,企业就需要管理、引导、教育新员工,发掘新员工的潜力,最大程度地发挥、利用新员工的特长。企业价值是个人价值实现的基础,员工成长与企业成长是互为基础、互相促进的。

新员工进入企业时如一张白纸,他们将要开始在上面书写自己新的人生篇章,而企业将为每位新员工提供最佳的发展空间。

本教材正是为了帮助营销新员工快速学习行业基础知识、掌握基本业务内容而编写的。教材内容涵盖了营销服务规范及服务礼仪、营销法律法规、业务扩充、供电合同管理、营销业务应用系统、抄表、电价电费、电费回收、电能计量、配电线路等,系统、全面地介绍了供电企业营销新员工需要学习和掌握的行为规范和基础业务知识。

在本教材编写过程中,我们参考了大量书籍、文献和案例,吸取了其中的经验知识,并引用了部分材料,谨向各材料的编者和出版者表示由衷的感谢,同时就未能把借鉴材料全部一一列出,向各位作者表示歉意。

由于编者时间仓促且水平有限,以及编写经验不足,书中难免有疏漏之处,恳请各位专家和读者批评指正。

编者

2018年1月

目 录

总序	1
前言	1

第一篇 营业业务

第一章 营销服务规范及服务礼仪	3
第一节 营业场所服务规范	3
第二节 营销服务行为规范(营业厅分册)	5
第三节 现场服务规范	12
第四节 有偿服务规范	16
第五节 投诉举报处理服务规范	16
第六节 国网公司新三个“十条”	17
第七节 服务礼仪	19
思考与练习	25
第二章 电力法律法规	26
第一节 中华人民共和国电力法	26
第二节 电力供应与使用条例	35
第三节 供电营业规则	41
第四节 江苏省《供电营业规则》补充规定	64
第五节 苏电营〔2016〕1638号文件	74
第六节 居民用户家用电器损坏处理办法	77



思考与练习	79
第三章 业务扩充	82
第一节 业务扩充基本知识	82
第二节 营业业务受理	85
第三节 业务收费	89
思考与练习	93
第四章 供用电合同管理	94
第一节 供用电合同管理概述	94
第二节 供用电合同的基本内容	96
第三节 供用电合同的签订、履行、变更及终止	101
思考与练习	117
第五章 营销业务应用系统	118
第一节 系统应用快速入门	118
第二节 系统重要模块	140
思考与练习	160

第二篇 抄表核算收费

第六章 抄表	163
第一节 抄表管理	163
第二节 电能表种类及功能	166
第三节 常用抄表方式	185
第四节 电能表常见故障与判断	190
思考与练习	193
第七章 电价电费	195
第一节 电价分类和电价政策	195



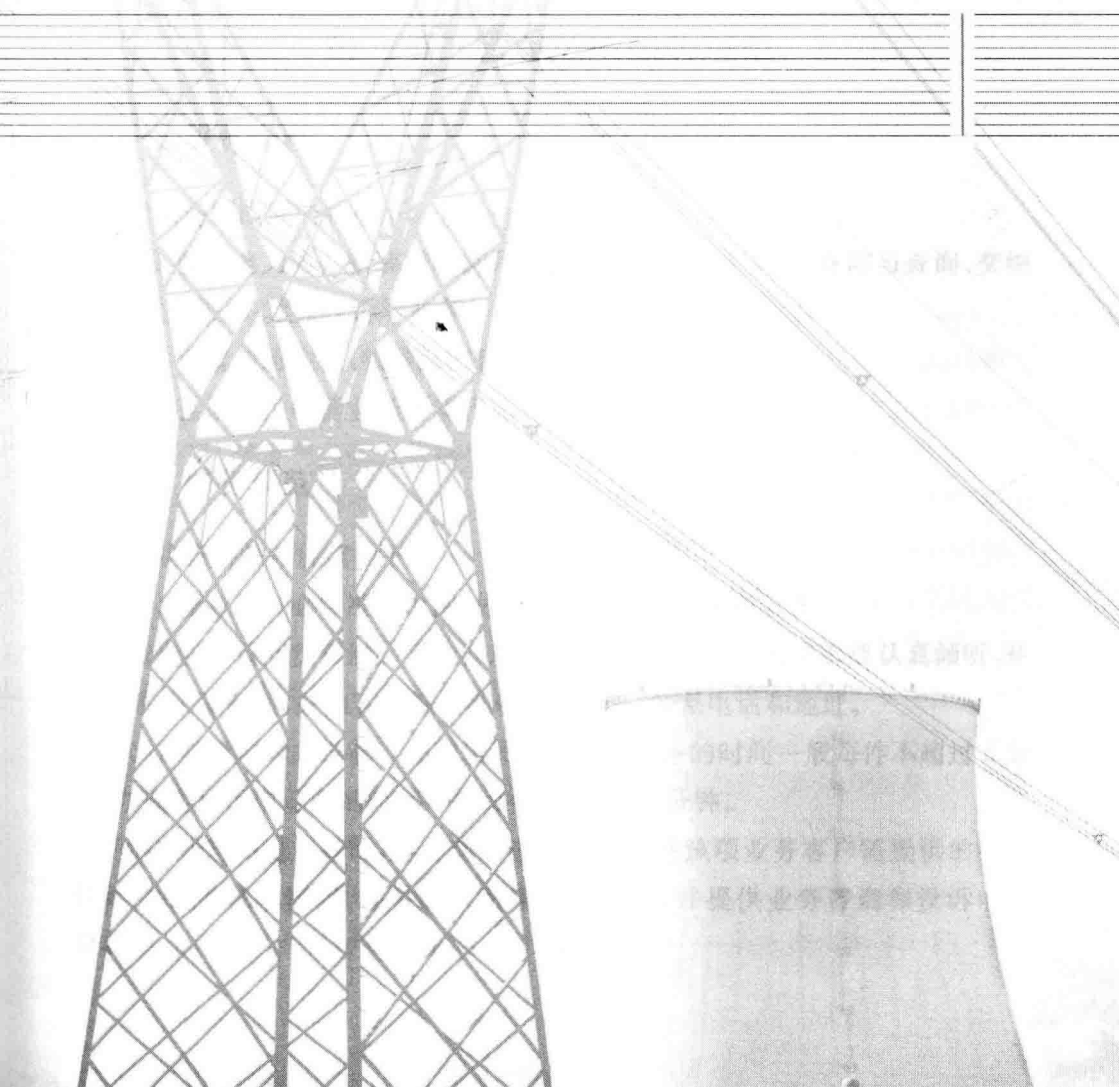
第二节 电费概念和电费政策	205
思考与练习	209
第八章 电费回收	210
第一节 电费的收取方式及要求	210
第二节 智能交费	215
第三节 电费回收措施和技巧	218
第四节 停限电注意事项及审批权限	220
思考与练习	225
 第三篇 电能计量	
第九章 电能计量装置基本知识	229
第一节 电能计量装置的构成	229
第二节 电能计量方式	231
第三节 电能计量装置管理技术要求及接线方式	232
第四节 电能计量装置设计技术要求	237
第五节 电能计量装置接线	243
思考与练习	248
第十章 电能计量装置的安装和调换	249
第一节 电能计量相关知识	249
第二节 低压电能计量装置的安装与调换	257
思考与练习	263
第十一章 电能计量装置的检查与处理	264
第一节 经互感器的三相四线计量装置检查分析及故障处理	264
第二节 电能计量装置错误接线案例分析	267
思考与练习	274



第四篇 配电线路

第十二章 配电线路基本知识	279
第一节 杆塔	279
第二节 导线	284
第三节 绝缘子	285
第四节 金具	285
思考与练习	288
第十三章 多芯导线的连接	289
第一节 导线的放直和连接工艺	289
第二节 常用导线连接方法	293
第三节 电工接线标准	294
思考与练习	295
第十四章 电工仪表与测量	296
第一节 通用仪表	296
第二节 仪表的维护和保管	305
思考与练习	306
参考文献	307

第一篇 营业业务



第一集

營業營業

第一章 营销服务规范及服务礼仪

第一节 营业场所服务规范

一、服务内容

营业场所服务内容如下：

- (1) 受理电力客户新装或增加用电容量、变更用电、用电咨询与查询、交纳电费、故障报修、建议投诉等业务。
- (2) 设置值班主任、领导接待日。
- (3) 县以上供电营业场所实行无周休、无午休制度。

二、服务规范

营业场所服务规范如下：

- (1) 营业人员必须准点上岗，做好营业前的各项准备工作。
- (2) 实行首问负责制。无论办理业务是否对口，接待人员都要认真倾听，热心引导，快速衔接，并为客户提供准确的联系人、联系电话和地址。
- (3) 实行限时办结制。办理居民客户收费业务的时间一般每件不超过 5 分钟，办理客户用电业务的时间一般每件不超过 20 分钟。
- (4) 受理用电业务时，应主动向客户说明办理该项业务客户需提供的相关资料、办理的基本流程、相关的收费项目和标准，并提供业务咨询和投诉电话号码。



(5) 客户填写业务登记表时,营业人员应给予热情的指导和帮助,并认真审核,如发现填写有误,应及时向客户指出。

(6) 客户来办理业务时,应主动接待,不因遇见熟人或接听电话而怠慢客户。如前一位客户业务办理时间过长,应礼貌地向下一位客户致歉。

(7) 因计算机系统出现故障而影响业务办理时,如短时间内可以恢复,应请客户稍候并致歉;若需长时间才能恢复,除向客户说明并道歉外,应请客户留下电话,以便另约服务时间。

(8) 遇有特殊情况必须暂时停办业务时,应列示“暂停营业”标牌。

(9) 临下班时,对于正在处理中的业务应照常办理完毕后方可下班;下班时如仍有等候办理业务的客户,应继续办理。

(10) 值班主任应对业务受理中的疑难问题及时进行协调处理。

三、环境要求

营业场所环境要求如下:

(1) 环境整洁,在有条件的地方设置无障碍通道。

(2) 营业场所外设置规范的供电企业标志和营业时间牌。

(3) 营业场所内应张贴“优质、方便、规范、真诚”的服务标语。公布供电服务项目、业务办理程序、电价表、收费项目及收费标准。公布岗位纪律、服务承诺、服务及投诉电话。设置意见箱或意见簿。

(4) 营业场所内应布局合理、舒适安全。设置客户等候休息处,并提供饮用水;配置客户书写台、书写工具、老花眼镜、登记表书写示范样本等;放置免费赠送的宣传资料;墙面应挂有时钟、日历牌;有明显的禁烟标志。有条件的营业场所,应设置业务洽谈区域和电能利用展示区。

(5) 营业窗口应设置醒目的业务受理标示。标示一般由窗口编号或名称、经办业务种类等组成。必要时,应设有中英文对照标识,少数民族地区应设有汉字和民族文字对应标识。

(6) 具备可供客户查询相关资料的手段。有条件的营业场所,应设置客户自助查询的计算机终端。



第二节 营销服务行为规范(营业厅分册)

一、晨会及门口迎宾服务规范

(一) 晨会

营业人员提前 10 分钟到岗,做好各项准备工作,并列队晨会。

(二) 门口迎宾

1. 迎接客户时

(1) 站在营业厅门口迎宾。

(2) 注视客户,保持微笑。

(3) 当客户进入营业厅大门时,使用标准站姿向客户行 15°鞠躬礼,并亲切问候,若同时来了多位客户时,可同时行礼,不必一一行礼。

(4) 遇到重要节日时,使用问候语:“××节快乐!”

2. 客户咨询相关业务时

应根据有关规定热情、详细地解答,或使用标准引导手势引导客户至相关岗位。

3. 若营业厅配置自动叫号排队系统

主动引导客户至排队机取号等待,并指导客户正确使用系统。例如:“请选择您要办理的业务,取号后可到休息区等待,谢谢!”

二、柜台服务规范

(一) 客户来到柜台前时

应主动礼貌迎接,起身微笑示坐,待客户落座后方可坐下,并使用规范用语问候。例如:“您好,请问您需要什么帮助?”“请问您有什么事?”

(二) 客户较多,连续办理业务时

(1) 向客户点头微笑示坐。

(2) 当等待了较长时间的客户开始办理业务时,应欠身或微笑点头打招呼,礼貌地向客户致歉。例如,“对不起,让您久等了!”

(三) 遵守“先外后内”原则

即当有客户来办理业务时,应立即停下内部事务,马上接待客户。