

最新电力稽查组长工作计划 电力营销稽查工作计划(实用5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

电力稽查组长工作计划篇一

随着“三集五大”建设工作的逐步深入，供电企业对营销运营管控能力提出了更高要求。提高供电企业的服务质量，减少营销日常工作差错，快速高效的解决客户投诉，避免用电过程中的“漏、滴、冒、跑”现象，促进企业效益最大化。为了实现上述目的，在电力营销经营环节建立电力营销稽查监督机制，配备足够的稽查力量，全面开展电力营销稽查工作，将营销稽查融入到营销工作的方方面面，全面提升营销工作管理水平。

一、建立健全营销稽查体系

第一，建立健全的稽查工作细则。为把电力营销稽查工作落到实处，首先要完善营销稽查常态管理机制，加强自身的制度建设，建立营销稽查网络体系。主要做好以下三个方面的工作：一是梳理规章制度，对有关营销管理方面的制度办法、政策规定进行整合，梳理营销各专业工作管理制度，建立营销稽查依据。二是制定电力营销稽查工作细则，出台电力稽查工作管理规范，明确稽查内容、权限、工作方式、工作程序以及考核奖励办法，使电力营销稽查工作向常态化、规范化、制度化发展。三是构建完善的稽查组织体系，形成由上而下的稽查网络。包含市、县、班组（供电所）等在内的多

层次全方位的营销稽查组织体系。

第二，合理安排营销稽查工作。处理好适时稽查与适度稽查，注重稽查安排人性化、稽查计划提前化、稽查方式多样化。安排人性化，按照营销专业工作的时间周期，正常稽查是依照基层单位工作量的大小来确定稽查时间，这样就能让基层单位正常工作不受稽查的影响。特殊稽查则是指针对阶段性重点工作工作质量、工作进展、业扩报装以及稽查工作中存在的问题而随时展开的稽查工作，以达到反应迅速、快速改进的良好效果。计划提前化，在稽查工作中要整改以往工作中发现的问题，落实月度工作安排的各项任务，发挥营销稽查的防范作用，变“事后补救”为“事前预防”。方式多样化，通过专项稽查和定期稽查等方式，重点稽查外部用电客户用电行为管理和公司内部电力营销业务管理，通过互查与自查相结合的方式，开展自查和市县供电公司之间的横向交流稽查。

二、明确营销稽查工作的关键点

第一，规范业务流程应用，提高营业业务管理水平。根据对历年营销稽查结果分析可以发现，很多营销基础资料的差错，业务收费错误，供用电合同签订错误等都是由于工作人员对业务流程操作不细心导致。因此在稽查日常工作中加强对业务流程的核查力度也就成为了必然。

[营销稽查工作总结]

电力稽查组长工作计划篇二

1.1为了加强公司电力营销工作的监督和检查，堵塞管理漏洞，防止经营流失，规范营销稽查行为，制定本规定。

1.2营销稽查的基本任务是依据国家有关法律、行政法规、国家政策和公司有关规章制度，对从事电力营销工作的单位和

人员有关营销制度的建设、营销工作质量和行为规范等进行稽查监督。

1.3 本办法适用于公司总部、各省公司及其所属供电单位。

2 营销稽查的内容

2.1 营销制度建设情况和实际执行情况；

2.9 检查关口表和售电关口的电能计量装置的安装、周期检定、轮换、故障处理等工作。

2.10 服务窗口和从事有关营销服务工作的人员的服务质量。

2.11 进行窃电和违章用电行为的查处工作。

2.12 对客户投诉和举报案件的处理情况进行监督。

3 职责划分及机构设置

3.1 公司市场交易部主要负责：

3.1.1 制订公司营销稽查的管理制度、工作规定。

3.1.2 对下级单位营销稽查工作进行指导、监督、表彰和批评。

3.1.3 组织开展全网营销专项稽查。

3.1.4 定期编报全网营销稽查简报。

3.2 各省公司市场营销部门主要负责：

3.2.1 贯彻落实公司营销稽查有关制度和文件。

3.2.2 制定营销稽查工作计划，对所属供电单位营销稽查业务

质量进行指导、监督和考核。

3.2.3组织开展本单位的营销专项稽查。

3.2.4定期编报营销稽查简报。

3.2.5负责公司范围内营销稽查人员的培训和发证工作。

3.3各供电局主要负责：

3.3.1贯彻落实上级单位营销稽查有关制度和文件。

3.3.2组织开展本单位营销稽查工作。

3.3.3监督被稽查单位落实整改措施。

3.3.4完成上级单位交办的专项稽查任务。

3.3.5定期编报营销稽查简报。

3.4各省公司、地区供电局要建立健全营销稽查组织体系，配备营销稽查人员，负责组织开展营销稽查工作。

3.4.1各省公司应在市场部门下设营销稽查专职岗位。

3.4.2各省公司所属供电企业应根据实际情况设置营销稽查机构。满足下列条件之一的供电企业应设立专门的营销稽查机构，可设为二级机构，工作人员不得少于4人。

(1)省会城市供电企业；

(2)年售电量100亿kwh以上；

(3)供电客户数100万户以上；

(4)管理十个及以上县级供电企业。

其他供电企业应配备专门的营销稽查人员，专职工作人员不少于2人。

3.4.3满足下列条件之一的县级供电企业应设立营销稽查班或专职人员，负责营销稽查日常管理工作。

(1)年售电量10亿kwh及以上；

(2)用电客户数达10万户及以上；

(3)管理十个及以上供电所。

其他县级供电企业应配备专职或兼职营销稽查人员。

3.4.4所有涉及营销工作的班组、供电所(如：抄核收班、用电检查班、计量班、供电所、客户服务中心等)要设置兼(专)职营销稽查人员，负责日常内部稽查工作。

4.1营销稽查实行以日常稽查为主，专项稽查为辅。

4.2日常稽查实行计划管理，营销稽查人员应制定年度和月度稽查工作计划，按计划开展稽查工作，月度终了和年度终了时对计划完成情况进行检查。

4.3专项稽查针对日常稽查中发现的薄弱环节不定期组织开展。

4.4营销稽查人员在实施现场检查时，人数不得少于2人，并向被检查单位或者有关人员出示有关证件或文件。

4.5营销稽查过程中发现的问题，由稽查机构出具《电力营销稽查整改通知单》(格式参照附表1)，《电力营销稽查整改通知单》应一事一单。被稽查单位收到《电力营销稽查整改通

知单》后应限时进行整改，涉及电量电费的应按差额进行补退，并填写《电力营销稽查整改情况反馈单》（格式参照附表2），将整改情况反馈回稽查机构。

4.6.2优质服务类稽查样本比例要求为：营业窗口、95598、故障抢修等1%。

5营销稽查信息报告和发布

5.1各省公司应在每季度第15个工作日前将《营销稽查简报》报公司市场交易部。

5.2《营销稽查简报》应包含以下内容：

5.2.2营销稽查工作开展情况，包括营销稽查样本完成情况。

5.2.3稽查过程中发现的典型问题及整改措施建议；

5.2.4下期稽查工作计划。

5.3公司市场交易部对各省公司上报的《营销稽查简报》进行汇总后，发至公司领导、有关部门和各省公司。

6营销稽查的考核

6.1营销稽查考核指标体系包括：（一）营销稽查样本完成情况；（二）发现的营销差错数量。

6.2各省公司在每年一季度内制定并上报营销稽查工作计划。

6.3公司市场交易部每年组织营销稽查专项会议，交流经验，表彰先进，对营销稽查开展不力、营销差错较多的单位进行批评。

6.4对发现或防止重大营销差错，或在打击窃电行为、防止违

章用电中有突出贡献的单位和个人，各省公司给予专项奖励。

7附则

7.1各省公司可参照本规定制定具体实施办法，并报公司备案。

7.2本办法由公司市场交易部负责解释。

7.3本办法自发布之日起施行。

电力稽查组长工作计划篇三

摘要：本文笔者通过多年来从事电力稽查工作的工作经验，就如何通过开展营销稽查工作来提高营销政策执行力，完善企业的服务质量，提升电力企业的形象，从而进一步促进企业效益最大化等问题，提出自己的观点。

关键词：电力营销；电力稽查；客户需求

随着“三集五大”建设工作的逐步深入，供电企业对营销运营管控能力提出了更高要求。提高供电企业的服务质量，减少营销日常工作差错，快速高效的解决客户投诉，避免用电过程中的“漏、滴、冒、跑”现象，促进企业效益最大化。为了实现上述目的，在电力营销经营环节建立电力营销稽查监督机制，配备足够的稽查力量，全面开展电力营销稽查工作，将营销稽查融入到营销工作的方方面面，全面提升营销工作管理水平。

一、建立健全营销稽查体系

第一，建立健全的稽查工作细则。为把电力营销稽查工作落到实处，首先要完善营销稽查常态管理机制，加强自身的制度建设，建立营销稽查网络体系。主要做好以下三个方面的工作：一是梳理规章制度，对有关营销管理方面的制度办法、

政策规定进行整合，梳理营销各专业工作管理制度，建立营销稽查依据。二是制定电力营销稽查工作细则，出台电力稽查工作管理规范，明确稽查内容、权限、工作方式、工作程序以及考核奖励办法，使电力营销稽查工作向常态化、规范化、制度化发展。三是构建完善的稽查组织体系，形成由上而下的稽查网络。包含市、县、班组（供电所）等在内的多层次全方位的营销稽查组织体系。

第二，合理安排营销稽查工作。处理好适时稽查与适度稽查，注重稽查安排人性化、稽查计划提前化、稽查方式多样化。安排人性化，按照营销专业工作的时间周期，正常稽查是依照基层单位工作量的大小来确定稽查时间，这样就能让基层单位正常工作不受稽查的影响。特殊稽查则是指针对阶段性重点工作工作质量、工作进展、业扩报装以及稽查工作中存在的问题而随时展开的稽查工作，以达到反应迅速、快速改进的良好效果。计划提前化，在稽查工作中要整改以往工作中发现的问题，落实月度工作安排的各项任务，发挥营销稽查的`防范作用，变“事后补救”为“事前预防”。方式多样化，通过专项稽查和定期稽查等方式，重点稽查外部用电客户用电行为管理和公司内部电力营销业务管理，通过互查与自查相结合的方式，开展自查和市县供电公司之间的横向交流稽查。

二、明确营销稽查工作的关键点

第一，规范业务流程应用，提高营业业务管理水平。根据对历年营销稽查结果分析可以发现，很多营销基础资料的差错，业务收费错误，供用电合同签订错误等都是由于工作人员对业务流程操作不细心导致。因此在稽查日常工作中加强对业务流程的核查力度也就成为了必然。

1总则

1.1为了加强公司电力营销工作的监督和检查，堵塞管理漏洞，

防止经营流失，规范营销稽查行为，制定本规定。

1.2营销稽查的基本任务是依据国家有关法律、行政法规、国家政策和公司有关规章制度，对从事电力营销工作的单位和人员有关营销制度的建设、营销工作质量和行为规范等进行稽查监督。

1.3本办法适用于公司总部、各省公司及其所属供电单位。

2营销稽查的内容

2.1营销制度建设情况和实际执行情况；

2.9检查关口表和售电关口的电能计量装置的安装、周期检定、轮换、故障处理等工作。

2.10服务窗口和从事有关营销服务工作的人员的服务质量。

2.11进行窃电和违章用电行为的查处工作。

2.12对客户投诉和举报案件的处理情况进行监督。

2.13对营销稽查工作的监督和检查。对营销稽查行为、营销稽查工作流程、营销稽查工作质量进行监督检查。

3职责划分及机构设置

3.1公司市场交易部主要负责：

3.1.1制订公司营销稽查的管理制度、工作规定。

3.1.2对下级单位营销稽查工作进行指导、监督、表彰和批评。

3.1.3组织开展全网营销专项稽查。

3.1.4定期编报全网营销稽查简报。

3.2各省公司市场营销部门主要负责：

3.2.1贯彻落实公司营销稽查有关制度和文件。

3.2.2制定营销稽查工作计划，对所属供电单位营销稽查业务质量进行指导、监督和考核。

3.2.3组织开展本单位的营销专项稽查。

3.2.4定期编报营销稽查简报。

3.2.5负责公司范围内营销稽查人员的培训和发证工作。

3.3各供电局主要负责：

3.3.1贯彻落实上级单位营销稽查有关制度和文件。

3.3.2组织开展本单位营销稽查工作。

3.3.3监督被稽查单位落实整改措施。

3.3.4完成上级单位交办的专项稽查任务。

3.3.5定期编报营销稽查简报。

3.4各省公司、地区供电局要建立健全营销稽查组织体系，配备营销稽查人员，负责组织开展营销稽查工作。

3.4.1各省公司应在市场部门下设营销稽查专职岗位。

3.4.2各省公司所属供电企业应根据实际情况设置营销稽查机构。满足下列条件之一的供电企业应设立专门的营销稽查机构，可设为二级机构，工作人员不得少于4人。

- (1) 省会城市供电企业;
- (2) 年售电量100亿kwh以上;
- (3) 供电客户数100万户以上;
- (4) 管理十个及以上县级供电企业。

其他供电企业应配备专门的营销稽查人员，专职工作人员不少于2人。

3.4.3满足下列条件之一的县级供电企业应设立营销稽查班或专职人员，负责营销稽查日常管理工作。

- (1) 年售电量10亿kwh及以上;
- (2) 用电客户数达10万户及以上;
- (3) 管理十个及以上供电所。

其他县级供电企业应配备专职或兼职营销稽查人员。

3.4.4所有涉及营销工作的班组、供电所(如：抄核收班、用电检查班、计量班、供电所、客户服务中心等)要设置兼(专)职营销稽查人员，负责日常内部稽查工作。

4.1营销稽查实行以日常稽查为主，专项稽查为辅。

4.2日常稽查实行计划管理，营销稽查人员应制定年度和月度稽查工作计划，按计划开展稽查工作，月度终了和年度终了时对计划完成情况进行检查。

4.3专项稽查针对日常稽查中发现的薄弱环节不定期组织开展。

4.4营销稽查人员在实施现场检查时，人数不得少于2人，并

应向被检查单位或者有关人员出示有关证件或文件。

4.5营销稽查过程中发现的问题，由稽查机构出具《电力营销稽查整改通知单》（格式参照附表1），《电力营销稽查整改通知单》应一事一单。被稽查单位收到《电力营销稽查整改通知单》后应限时进行整改，涉及电量电费的应按差额进行补退，并填写《电力营销稽查整改情况反馈单》（格式参照附表2），将整改情况反馈回稽查机构。

4.6.2优质服务类稽查样本比例要求为：营业窗口、95598、故障抢修等1%。

5营销稽查信息报告和发布

5.1各省公司应在每季度第15个工作日前将《营销稽查简报》报公司市场交易部。

5.2《营销稽查简报》应包含以下内容：

5.2.2营销稽查工作开展情况，包括营销稽查样本完成情况。

5.2.3稽查过程中发现的典型问题及整改措施建议；

5.2.4下期稽查工作计划。

5.3公司市场交易部对各省公司上报的《营销稽查简报》进行汇总后，发至公司领导、有关部门和各省公司。

6营销稽查的考核

6.1营销稽查考核指标体系包括：（一）营销稽查样本完成情况；（二）发现的营销差错数量。

6.2各省公司在每年一季度内制定并上报营销稽查工作计划。

6.3公司市场交易部每年组织营销稽查专项会议，交流经验，表彰先进，对营销稽查开展不力、营销差错较多的单位进行批评。

6.4对发现或防止重大营销差错，或在打击窃电行为、防止违章用电中有突出贡献的单位和个人，各省公司给予专项奖励。

7附则

7.1各省公司可参照本规定制定具体实施办法，并报公司备案。

7.2本办法由公司市场交易部负责解释。

7.3本办法自发布之日起施行。

电力稽查组长工作计划篇四

摘要：本文通过对电力企业营销稽查有何种作用进行了深入的分析，接着对营销稽查工作中出现的问题进行了探讨，最后重点论述了如何强化营销稽查工作，进而降低营销风险，提高工作效率及经济效益。

关键词：电力企业；营销稽查；重要作用；存在问题；工作效率

目前，关于营销风险管理所包含的内容、范围都极其广泛，因此，电力企业必须要建立营销稽查小组，否则营销风险管理的许多工作都无法顺利进行，由此可见，营销稽查的存在是极其重要的。电力企业要将最优秀的稽查人员招聘到本公司，成立专门的稽查小组，使用最先进的方法，在整个稽查过程中及时发现存在的问题，并马上解决。

1、重要作用

1.1对电力营销风险做出正确的判断。由于营销稽查涉及的内容比较多，因此需要认真搜集每一项内容的相关资料，在收集到的资料中进行随机抽取，然后评价分析，最后判定电力营销管理是否存在风险。例如在业扩包装业务进行之前，稽查小组要先到现场勘查场地，然后判定风险存在与否。1.2有助于风险评估。稽查人员根据收集到的所有信息资料进行统一研究分析，首先对存在的风险做初步的评估，接着再实施深度调查探究，最后得出风险概率以及存在的风险发生后可能导致的后果等。稽查人员可以根据最后的风险评估结果采取具有针对性的措施。1.3便于第一时间处理风险。在开展电力营销工作的时候，加强营销稽查力度，能够对营销的各个环节进行监管，便于稽查人员对营销活动的过程和结果进行全面的审核和评估，一旦发现问题能够对问题进行及时有效的处理。电力营销要想取得良好的效果，当出现风险时要第一时间的进行处理。

2、营销稽查存在的问题

2.1随着电力行业发展水平的提升，相应的企业管理体制也要不断的推陈布新，从而适应行业发展和社会需求，但是对于电力市场的有效监管体制还存在着诸多的问题，行业内的监管模式还没有达到当前电力行业发展的高水平要求，造成了大量违规用电、偷电和关系点等问题的发生，在一定程度上造成了极大的线路损坏。上述问题对我国电力行业的健康发展和营销效果都造成了极大的负面影响。

2.2由于当前我国电力企业的营销范围比较广，并且营销情况存在着极大的区域性差异，致使在开展电力营销稽查工作时需要面对极其复杂的状况，对工作的顺利开展造成一定的影响。

2.3由于部门人员安排不合理，再加上工作量大，致使管理电力营销稽查的职工还需要对稽查以外的工作进行管理和处理，这就容易使职工在进行稽查时应付了事，使稽查工作成为了

一种形式主义，造成稽查管理不到位，使电力企业的营销工作存在极大的漏洞，由于缺少及时有效的稽查和监管，电力企业的营销就会出现效率低的问题。

3、强化营销稽查提高工作效率

3.1 优化电力营销稽查管理机制

对原来的电力营销稽查管理体制进行优化升级，从而确保市场营销稽查工作的科学性、制度性和法制性，为提高电力市场营销稽查管理水平具有重要的作用。在开展稽查管理工作时，首先要保证电力稽查体制的完善性和有效性，然后依照不同企业的不同情况进行详细规划，特别是每月计划和年度计划，以便实施检验工作的特殊任务。同时，电力稽查工作相应的规章体制应不断完善，基层设置电力检查专职人员和岗位，确保工作责任制的落实，在开展稽查工作时做到有法可依、有法可依、有法必依、违法必究。

3.2 增强质量监督管理水平

有关电力营销稽查的要求在《电力法》等相关的法律法规中都进行了明确的规定，在开展稽查工作时要严格遵守相关的规章制度，从而使电力稽查工作质量管理水平得到增强，促使电力企业的电力营销和服务也得到相应的提高。电力市场营销检查工作人员应当清楚地认识到稽查工作的整体性、指责性和有效性，同时也要提高稽查人员的业务能力从而满足工作的需求，对国家的电力政策和用电情况都有明确的了解。稽查人员也要做到与时俱进，在工作中严格的遵守相关制度，做到严于律己。

3.3 加强项营销业务的监管

第一，加强对电费的监管，做好审计和审计各种电价的工作。对电力企业开展的营销工作中所涉及的费用、日常管理和其

他业务进行定期的审核，一旦查找出问题要及时的反应到相关的管理部门，对问题企业和行为进行通报批评，确保电力营销数据的真实有效性。电费审计是企业重要环节，也是加强电力稽查的重要措施。电力稽查部门要对供电分局的用电情况进行统计审核，并对供电局的合同履行情况进行检查。

4、结束语

为进一步提高营销管理水平，完善电力营销稽查各项规章制度，营造良好的供用电环境，电力企业应把深入开展营销稽查列为营销工作重点，开展营销稽查专项活动，细化工作流程、分解目标责任，扩大稽查力度和深度。通过专项稽查工作，进一步规范营销业务流程，从而提高精益化管理水平，实现营销工作可控在控的目的。

作者:赵金梁单位:国网青海省电力公司海南供电公司

参考文献:

电力稽查组长工作计划篇五

一、积极开展“金质亮剑”农资打假保春耕活动。时间从2月28日起至4月15日止，活动坚持执法打假、扶优服务、宣传引导齐头并进的原则，稳步推进本次活动，做到有声势、有特色、有力度、有实效。

二、集中开展10类产品专项整治。活动时间从3月起至09年初结束。分为二个阶段进行：第一阶段从3月开始至10月底结束；第二阶段从11月开始，至明年年初结束。主要进行玩具、服装、汽车配件、絮用纤维制品、家具、五金饰品、涂料、油漆、装饰材料、洗涤用品等10类涉及人身健康安全又问题比较突出的产品专项整治，当前首先要认真抓好第一批重点产品包括家具、玩具、服装、油漆涂料、仿真饰品等五类，围绕五

类产品的主要质量问题，突出安全类指标，开展有针对性的整治。严格对照国家强制性标准的要求，严厉查处有毒有害物质超标、标识不符、利用产品标识进行质量欺诈和以次充好的违法行为；严厉查处无证生产行为，彻底解决无证生产问题；坚决取缔制假黑窝点。

三、开展查处无证无照经营工作。活动时间从1月至12月，要按照市里工作部署，重点查处食品行业无qs□建筑类产品无工业产品生产许可证、流通领域经营使用未经强检的计量器具、医疗行业在经营中使用未经强检的计量器具等四种违法行为。

四、拓宽执法办案领域。要继续秉承行政执法开路的措施，认真抓好纤维制品、儿童用品、建材、食品等各类产品的行政执法工作，开展规范使用名牌和免检产品标志、地理标志、能效标识等质量标志，落实区域监管责任，稳步提升辖区产品质量，促进技术机构业务拓展。