

<<电网企业应急管理>>

图书基本信息

书名：<<电网企业应急管理>>

13位ISBN编号：9787512328884

10位ISBN编号：7512328885

出版时间：2012-2

出版时间：中国电力出版社

作者：杨建华，贺鸿 主编

页数：211

字数：308000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<电网企业应急管理>>

### 内容概要

杨建华、贺鸿编写的《电网企业应急管理》立足于电网企业应急管理的实践和现实需求，框架性地梳理了应急管理领域的知识积累和实践智慧，并根据电网企业的特点对已有应急管理知识进行了探索性拓展，构建了电网企业应急管理知识体系框架。

全书分为三大部分，分别是应急管理基础知识(第1~4章)、应急管理实务知识(第5~10章)、应急管理拓展知识(第11、12章)，由浅入深地讲述了应急管理的基本概念、我国应急管理体系等应急管理基础知识，并结合电网企业特点讲述了风险识别和脆弱性分析、应急预案的编制与管理、突发事件的全过程管理、电力应急保障、应急队伍建设、危机公关和媒体应对等应急管理实务知识，最后介绍和探讨了应急管理中的心理学以及应急管理能力评估等应急管理拓展性知识。

《电网企业应急管理》可作为电网企业各级应急指挥人员、从事应急管理的专业人员以及企业员工进行应急知识学习、培训用书，也可供相关行业企业应急管理人员参考。

## &lt;&lt;电网企业应急管理&gt;&gt;

## 书籍目录

- 前言
- 第一章 应急管理概述
  - 第一节 突发公共事件的概念和分类
  - 第二节 应急管理基本概念和特点
  - 第三节 发达国家的应急管理
  - 第四节 我国应急管理的发展与现状
- 第二章 我国的应急管理体系
  - 第一节 我国应急管理体系概述
  - 第二节 应急管理体制
  - 第三节 应急管理机制
  - 第四节 应急管理法制
  - 第五节 《中华人民共和国突发事件应对法》介绍
- 第三章 电网企业应急管理体系建设
  - 第一节 电网企业的性质
  - 第二节 电网企业应急管理目标和任务
  - 第三节 电网企业应急管理体系建设现状与发展方向
- 第四章 电网企业的风险识别和脆弱性分析
  - 第一节 电网风险概述
  - 第二节 电网企业的风险识别
  - 第三节 电网脆弱性分析
- 第五章 电网企业应急预案的编制与管理
  - 第一节 应急预案及其分类
  - 第二节 应急预案的编制与评审
  - 第三节 应急预案培训与演练
  - 第四节 应急预案的动态管理
- 第六章 突发事件的全过程管理
  - 第一节 预防与应急准备
  - 第二节 监测与预警
  - 第三节 应急处置与救援
  - 第四节 恢复与重建
- 第七章 应急信息与指挥系统建设
  - 第一节 电力应急指挥中心的功能
  - 第二节 应急指挥中心建设与管理
  - 第三节 移动应急指挥中心系统
- 第八章 电力应急保障
  - 第一节 应急物资保障
  - 第二节 应急通信保障
  - 第三节 应急供电保障
  - 第四节 应急后勤保障
- 第九章 应急队伍建设
  - 第一节 应急队伍的构成、功能及特性
  - 第二节 应急管理队伍建设
  - 第三节 应急救援队伍建设
  - 第四节 应急专家队伍建设
  - 第五节 应急培训与演练

## <<电网企业应急管理>>

- 第十章 危机公关与媒体应对
    - 第一节 公共关系与危机公关的基本理论
    - 第二节 电网企业的公共关系管理
    - 第三节 公共关系危机与危机公关的原则
    - 第四节 电网企业公关危机的应对
    - 第五节 应急管理中的媒体应对
  - 第十一章 应急管理中的心理学
    - 第一节 危机中的心理状态与危机决策
    - 第二节 应急管理中的压力管理
    - 第三节 应急救援人员的心理素质和心理救助
  - 第十二章 应急管理能力评估与建设
    - 第一节 应急管理能力内涵
    - 第二节 应急管理能力评估的方法
    - 第三节 电网企业应急管理能力评估机制设计
    - 第四节 电网企业应急管理能力建设
- 参考文献

## &lt;&lt;电网企业应急管理&gt;&gt;

## 章节摘录

4.细分市场,实施差别化服务 就是要按照客户的主要特征、需求特点及客户贡献度的大小等,确定需要稳定与拓展的优质客户群体。

对优质客户建立分级管理制度和牵头营销机制,在营销、业务流程、服务机制、服务定价等方面为其提供区别于一般性客户的产品与服务。

对高价值的客户,电网企业需要提供足够的技术和支持,以满足这些高价值客户对公司客户服务的期望。

可以为这些客户建立业务办理绿色通道,设立受话方付费电话,成立特殊服务小组、设立专门服务人员为最有价值的客户提供主动专门服务。

大客户还可以选择供电时间,优先观看新产品,有提前知道某些消息的特权等。

5.快速响应的服务补救 服务是一种现场表现,在很大程度上依赖人的行为,尤其是依赖电力客户与供电企业服务提供者之间的交互作用。

而人的行为表现会因人而异,因时间、环境而异,故始终如一地提供稳定、出色的服务是件极为困难的事情。

毫无疑问,客户服务偶尔也会失误,甚至是较严重的失误,尽管有些客户愿意原谅失误,但供电企业必须有快速响应的服务补救来弥补失误。

案例 针对电网建设改造,供电负荷紧张形势,和国家保农业、保民生、保重要用户的有序供电方案,南阳卧龙供电分局制定了客户公关策略,以博得客户的理解。

2010年12月20日,南阳卧龙供电分局负责人带领相关人员深入部分大工业企业进行走访座谈。

他们详细询问了客户近期的生产经营情况和未来的电力需求,向客户介绍了当前由于电煤紧张造成的供用电紧张形势,以及分局保障电网安全运行、有序供电和优质服务的各项举措,希望企业领导能够给予理解和支持。

同时希望供需双方加强沟通交流,制定科学的生产计划,有效实施错峰、错峰、轮休等停电措施。

企业对供电紧张形势和有序供电方案表示理解和支持,对供电部门细心周到的服务给予了高度评价。

一位钢厂总经理深有感触地说:“近年来,电力部门投入大量资金对电网进行建设改造,大大改善了我们的用电环境,供电服务周到细致,主动为我们设计供电方案,我们非常感激!

对于当前的供电负荷紧张形势和国家保农业、保民生、保重要用户的有序供电方案,我们能够理解配合和支持。

” 这是一则典型的电网企业消费者公关案例。

南阳卧龙供电分局树立了主动积极地客户服务理念,将电网企业过去“客户围着企业转”的思想转变为“企业围着客户转”的服务观念。

卧龙供电分局决策者认识到:可靠供电属于企业生产经营范畴,属于公共关系的物质基础,但并不能代替公共关系的活动,只有让客户明确地知道、感受到企业生产经营信息的时候,良好公共关系才形成。

从这个意义上来说,让公众“感受”和“知道”的公共关系活动就成了电网企业树立良好社会形象的重要手段。

通过坦诚相待的交流沟通,客户理解了供电分局的困难,从而减轻了企业的压力。

.....

<<电网企业应急管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>