

新形势下如何做好电力企业电力营销及优质服务

邵丽 辛春文 张萌炎 周林

(国网河南省电力公司南阳供电公司, 河南 南阳 473000)

摘要:新形势下, 各行各业都得到了多元化的发展, 将营销服务作为企业竞争的优势与手段, 是当下企业竞争的新局面。电力企业是较为特殊的行业, 服务全社会的发展, 电力企业的服务与经营对和谐社会的发展也有着重要的意义, 因此, 供电企业需要提升自身的营销能力与服务能力, 为经济发展、社会进步贡献自身的力量。基于此, 本文将围绕新形势下如何做好电力企业电力营销及优质服务这一问题展开研究, 探寻行之有效的策略。

关键词: 电力企业; 电力营销; 优质服务

随着社会的发展, 电力企业的服务也逐渐升级, 面对激烈的竞争劣势, 要凸显自身的发展优势, 就需要不断强化企业的服务水平与质量, 为企业发展提供有力的保障。

一、电力市场的发展形式分析

当下, 社会经济已经发展到了新的阶段, 电力企业也需要提升自身的营销水平、紧跟社会发展需求, 才能够获得可持续发展。电力需求不断增长的背景下, 电力企业的发展前景看好, 但随着客户对于电力服务方面的要求逐步提高, 电力企业也应当紧跟经济发展的水平, 以更加优质的服务满足社会需求, 促进社会经济的发展。具体来说, 首先是营销方面的转变, 电力企业服务质量的提升表现在企业逐渐由管理型企业走向了服务型企业, 能够体现企业在发展方向的选择, 打破了原有的限制, 向着促进社会经济发展的方向发展, 不断提升企业的发展整体趋势。市场的转型方面, 企业电力供应增加, 用户的选择也随之增长, 市场营销工作主动性加强, 改变了以往的被动模式, 面对当下竞争趋势的发展, 电力企业需要提升主动意识, 走向新的市场。其次, 在服务质量方面, 电力的需求市场潜力较大, 用户也对服务的质量提出了更高的要求, 用户会更加关注自身能够享受到的服务, 因此, 电力企业需要关注服务质量, 从各个角度出发, 及时为客户解决问题, 获得客户的信任。再者, 电力市场的发展下, 电网的升级工作重要性逐渐突出, 环境问题受到更多重视的当下, 需要改革电网高碳排放的模式, 践行节能环保工作, 促进可持续发展道路的实现。电网的升级与更新换代, 会成为未来电力发展的重要趋势, 为新能源的使用打好基础。

现阶段, 电力市场在发电供电方面超出了需求, 电力需求增长的问题需要及时得到解决, 电力企业要及时改革这一问题, 就需要对电力市场进行积极开拓, 保障电力需求的增长, 进而实现企业的长远发展。国民经济与电力的增长间的关联密切, 国民经济的增产效率与电力的消费效率都有着一定的内在联系, 二者间的关系是相互制约, 也是相互成就, 因此, 国民经济增长会带动电力的需求。

为适应当下的电力市场与未来电力营销工作的趋势变化, 电力企业需要积极落实营销体系的管理、提升知识的服务水平与服务质量, 推进国民经济的发展。电力市场的转变要由以往的管理型转向服务型、从限制用电转变为开放型用电、从卖方市场转为买方市场。

为了保障市场的开拓, 对服务的需求会更加高, 在交易后需要强化自身的售后服务能力, 让更多的用户选择电力企业, 提升客户的服务满意度, 进而分析电力市场是否拥有潜在的用户。电力企业的服务也应当进一步优化, 服务更多用户, 获得用户的信任与选择。

二、电力企业电力营销及优质服务的重要性

对于电力企业而言, 优质的服务是其拓展自身市场的重要途径, 也是其开展服务的基础, 要形成优质的服务基础, 需要良好的营销能力, 对服务能力的提升。优秀的服务是电力企业的基本要求, 电力企业有着服务性、公用性等性质, 这些性质也决定着电力企业需要承担的社会责任, 优质的服务意识企业的工作目标。和谐社会背景下, 电力企业提供的服务应当作到流程规范, 高可靠性、高效率服务, 优质的服务目标能够对电力企业提出要求, 完善环节与责任, 使得工作过程中服务理念得到落实, 为用户提供更加安全可靠的服务。

电力工业与国民经济基础产业有着重要的关联, 电力产业影响着人民的日常生活质量, 对电力的保障、供电服务等问题关系着用户的利益。随着社会的进步发展, 人们对电力企业的服务产生了更高的要求, 对服务的期待也能促进电力企业的可持续发展。

电力企业的发展与服务的优化有着紧密关联, 当下电力行业逐渐经历着较大的变革, 企业也面临着不可预测的前景, 面对较为强劲的市场竞争, 电力企业应当提高重视, 强化自身的营销手段, 融入先进的营销理念, 树立起良好的企业形象, 在竞争中获得一定的优势。优质的服务对企业能够形成前行的重要助力, 也是企业在当下市场中的重要决定因素。近年来, 随着生活水平的提升, 用户的需求逐渐提升, 电力企业的服务质量关系着各行各业的发展建设, 需要进行不断地改革提升。

三、新形势下电力企业电力营销管理现状分析

(一) 市场环境

我国的电力企业的性质决定了企业在营销更新方面工作的反应能力较慢, 对工作的调整与实施整体有滞后的问题, 管理意识方面上为较薄弱, 这就会影响电力的影响工作、提升服务质量, 降低了用户的满意程度。电力市场中, 用电需求较大, 但当下的生产实践中, 电力市场重视营销管理, 将生产重心转移到市场上, 实现效益的最大化发展。

(二) 管理系统存在问题

在技术安全与保障方面, 电力的营销体系还存在着一定的问题, 容易出现安全漏洞, 这些问题会导致系统更加容易受到入侵, 泄露企业机密信息。不稳定的系统漏洞, 容易使电力知识专利、电费金额变动遭到泄露, 导致数据的异常。同时, 管理工作中, 也有由于人为因素导致的问题, 例如操作误差导致的数据问题。

(三) 管理机制不够完善

电力公司的企业管理工作需要解决程序方面的问题, 建设程序间的管理体制。新形势下, 电力营销有着数据库的支持, 在新的操作环境下, 需要重视的管理事项也逐渐复杂多变, 以往

的电力营销模式也无法满足当下的新需求,需要更多信息化管理模式的构建,例如,客户的资料查找、传递、共享等,就可以利用信息化的管理手段进行实现,使得传递资料的效率得到提升。大数据背景下,电力营销的管理工作应当与市场的需求进行匹配,进而实现电力企业的营销收益得到提升。

(四) 工作理念需要更新

当下我国的电力供需形势得到了一定程度的缓解,但由于以往供电趋势紧张的影响,电力企业的观念与员工思想也受到了一定的影响。当下电力企业的电力营销较为被动,服务模式还没有进行优化,这就导致了电力营销工作中,电力企业的后续发展受到了制约。电力企业员工的思维受到了传统工作模式的影响,思维逐渐固化,难以实现电力行业的发展规律,这就导致了企业在市场中的竞争意识不强,在电力营销工作中缺少危机感。

四、新形势下如何做好电力企业电力营销及优质服务

(一) 更新传统工作观念

为保障自身的竞争力提升,电力企业需要关注客户的需要,将传统的工作观念进行及时转变,实现以客户为中心、提升服务能力的模式。新时代背景下,电力企业要切实提升用户的满意程度,输出更加高质量的服务水平,以服务水准的提升为改革的出发点。电力企业要培养员工的责任意识,改革传统的工作观念,做到提升自身竞争力、提升竞争意识,积极为客户提供更加优质的服务。同时,企业要保障员工能够积极为用户提供合适的服务,使得电力营销工作能够在市场中得到稳定的发展空间,为后续的企业发展打下坚实的基础,帮助企业树立起品牌形象。在当下的市场竞争中,服务质量即是竞争的优势,服务工作能够体现电力企业的效益,员工需要深刻意识到服务质量与自身经济收入间的关联、与企业收益的关系,意识到经济发展则需要促进优质的服务。作为员工,服务意识需要进行定期培训,不断提升自身的综合能力,为企业的服务能力提升做出贡献。

(二) 创新电力营销策略

对营销策略的创新,能够助力电力营销效益的提升。首先,电力市场中,电能有着较为充足的优势,电能使用便捷、高效,具有清洁能源的性质,与我国当下提倡的绿色环保政策有着较大的关联,引发了社会各界对能源的重视。电力企业可以以此为突破口,树立品牌意识的同时,对市场进行宣传与推广,以此作为自身品牌意识树立的重点。其次,在电力市场营销工作中,价格策略也是必不可少的,电力企业需要推进价格政策,处理好电价间的比例与关系,考虑各类费用成本,并建设合理化、科学化的电价体系,针对不同的用户制定不同的方案,保障市场的最大化应用。再者,多元化的促销策略背景下,电力服务人员应当进行主动、积极地促销,将广告促销作为最优的辅助方式,保障企业与用户间的流畅沟通。电力企业员工要积极宣传电能、电力相关产品,电力服务,获得用户的信任,使用户能够优先选择自己的服务,优化自身的品牌形象。新形势下,电力企业应当引入更多现代化的管理观念,将用户群体进行细化,实现对客户的细致调研工作,掌握电力营销的发展规律,进而深入研究用户的需求与使用规律,扩大电力销售工作的渠道、效率。

(三) 加强企业自身建设

电力企业的服务质量、营销工作基础都来源于自身建设工作

的加强。电力企业应当对供电的质量进行优化,做好电网的建设工作,强化运行水准。同时,电力企业应当建设监督的相关渠道,认识到自身的问题,展开更加针对性地改革。电力企业也要转变自身的建设目标,合理化地利用信息技术的特点,实现电力系统的升级,强化用户体验,实现电力市场的拓展。保障企业整体的经济效益。供电服务是电力企业对于用户的重要保障,企业要做承诺,让用户对自己的信任得到提升,实现服务质量的优化。

电力企业应当积极转变自身的发展方向,结合现代化的管理模式,建设科学化的管理制度。电力营销的服务管理体系主要在于客户系统的广泛应用上得到体现,客户管理能够及时对客户进行反馈,但当下客户服务管理建设还处于不完善的阶段,需要研究工作的支持。企业应当充分了解客户需求,保障其要求得到满足,实现责任制度的建设,使得相关项目得到较强的控制与管理。供电企业在营销服务上的规范化建设,包括服务管理、电费缴纳、投诉反馈,各个环节的完善能实现营销与服务的有机结合,促进电力与服务的需求得到满足,提高对待客户的服务能力。电力安全体系的建设也有利于运行中的风险减少,相关工作人员应当定期检查故障,结合电力企业监督与管理机制的建设,保障整体服务质量的上升。

(四) 扩展企业服务范围

当下,电力企业的影响力逐渐扩大,社会发展中各个行业的用电需求也逐渐增加,电力企业面临的压力也得到了提升。随着国家政策的出台,电力企业要紧跟时代的发展,扩展自身的服务范围,满足多元化的需求。例如,电力企业要充分联系社会发展实际,做好服务体系方面的建设,落实对营销的规划布局,实现业务流程的优化。电力企业的内部,可以设置销售服务点,接受客户的反馈,减少客户在使用过程中的问题,提升电力企业的管理水平。同时,企业也要建立防盗体系,避免电力的流失,强化电力的利用效率,保障用电公平。电力企业可以建设服务体系,为客户提供高质量的上门服务,并定期进行电话回访,了解客户的建议,优化自身工作。

电力企业不仅要扩展服务范围,也要加强对自身的宣传工作,利用电视、新媒体等途径,为客户提供最新的服务消息,让客户能够随时了解电能生活中的应用意义、在环保方面的重要性。电力企业要与客户间构建起联系、互动的机制,了解客户的问题,及时进行反馈解决,提升企业的形象、树立品牌意识。同时,企业也要不断提升自身的优势、竞争力,实现与时俱进,发挥自身的优势,激发客户的参与积极性。

总而言之,电力企业在新形势下要提升自身的服务能力,获得持续发展的动力与保障,相较于电力企业而言,为用户提供优质的服务,也是电力营销的基本落脚点。因此电力企业需要快速适应市场发展,持续营销手段、获得更加广阔的发展空间,提升服务质量。

参考文献:

- [1] 秦红. 探讨“互联网+电力营销”提升客户优质服务感知度[J]. 商讯, 2021(35): 143-145.
- [2] 罗静. 供电企业电力营销优质服务分析[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2019(07): 117-118.