

供电企业电力营销管理的现状及对策

秦 瑶

国网陕西省电力有限公司西咸新区供电公司 陕西西安 712000

摘要: 随着当前经济和科技的发展,我国电力发展形式变得多样且丰富,传统的发电装置已经无法满足当前社会发展的供电需求,改变当前现状首先要考虑使用新能源发电,起到节能环保的作用。所以在激烈的市场竞争环境下一定要与市场需求相结合,不断提升电力企业营销管理效率,为供电企业提供更好的电力服务,提高用户的满意度。基于此,文章主要对供电企业电力营销管理的现状与改进措施进行探究,以期电力事业的发展提供相应的参考依据。

关键词: 供电企业; 电力营销; 发展策略

Current situation and countermeasures of power marketing management in power supply enterprises

Yao Qin

State Grid Shaanxi Electric Power Co., Ltd. Xi Xian New Area Power Supply Company, Shaanxi Xi'an 712000

Abstract: With the development of the current economy and technology, the development form of Chinese electric power has become diverse and abundant. Traditional power generation devices have been unable to meet the needs of the current social development. To change the current situation, we should first consider the use of new energy generation and play the role of energy conservation and environmental protection. Therefore, in the fierce market competition environment, it must be combined with the market demand, constantly improve the marketing management efficiency of power enterprises, provide better power service for power supply enterprises, and improve the satisfaction of users. Based on this, this paper mainly explores the current situation and improvement measures of power marketing management of power supply enterprises to provide a corresponding reference basis for the development of the power industry.

Keywords: power supply enterprise; electric power marketing; development strategy

引言:

随着我国经济的不断发展,人们的生活水平也越来越高,在此背景下,人们对于电力供应的要求也越来越高。供电企业要想在当前的市场上获得竞争力,必须做好电力营销管理工作,使供电企业的各项业务能够满足新时代的服务需求,推动供电企业的可持续发展。当前我国的供电企业在电力营销管理工作的运行中存在的问题,为了推动供电企业的不断发展,有必要研究供电企业电力营销管理工作。基于此,文章对供电企业电力营销管理工作的现状以及相关处理措施进行探讨与分析,以供相关人员参考。

1 供电企业电力营销管理的特点

在供电企业中,电力营销管理是以客户需求作为工

作核心,在不断变化的市场中始终满足客户用电需求,保证客户用电经济、安全的一种电力商品形式,良好的管理能够提高客户的用电体验,促使电力营销服务更加全面、周到、细致,提升客户的用电满意程度^[1]。第一,电力本身是一种商品,其通过电压、电流等具体参数与指标显示其存在;电力无法被储存,只能通过不同级别的电力配网输送给用户,这就体现出来电力的一个特点,那就是需要载体;载体是电力运输中必不可少的元素。第二,电力营销管理具有公共性,由于电力商品属于现代社会人们正常生活、工作、发展的必备生活元素,其具有一定的社会性质,是全民都需要的一种资源,因此,其营销管理具有公共性。第三,电力营销管理具有一定的特殊性,由于电力的计量问题,在电力交易的过程中

需要通过电度表反映具体数值。

2 供电企业电力营销管理的现状

2.1 服务意识不足

由于供电企业长期在我国的市场中处于垄断地位,使得部分供电企业的工作人员在进行电力销售等工作时,没有充分意识到服务职能以及服务意识的重要性,并且缺乏相关业务的培训工作,导致供电企业的整体服务能力不高。此外,部分供电企业在进行营销工作时没有形成服务意识,仅凭经验去进行管理,缺乏理论性以及科学性的支持,使得公司的业务难以满足消费者的实际需求,整体服务队伍素质和能力相对较差,导致供电企业的服务水平难以满足市场发展的需求,从而降低了企业的市场竞争力,最终影响企业的发展。在新时代背景下,为了提高人们对电力资源的使用质量,越来越多的供电企业开始重视相关工作人员服务意识的培养,打造优质的服务,以提高企业的市场竞争力。

2.2 营销管理体制不健全

受传统电力行业发展体制影响,供电企业长期忽视电力营销管理,缺乏对群众基础电力活动和服务项目的有效覆盖,使得供电企业与用电用户之间的距离较为疏远,外加供电企业的营销管理体制不健全,导致电力营销理念与实际用户的市场需求不匹配,其产品更新换代较慢、营销观念没有及时创新,又缺乏必要的电力市场调研和对竞争对手的统筹分析,不仅会降低新时期用户的用电体验,也会导致供电企业的持续发展受到阻碍,影响电力营销管理功能价值的发挥。

2.3 资源浪费现象严重

电力企业的发展关系着我国经济的发展与进步,为此,我国出台了很多相关政策对电力企业进行大力扶持,尤其是针对节能减排,提高科学技术以及资源使用方面^[2]。但由于电力企业存在一定的特殊性,在资源使用方面存在很多的问题,现目前大多电力企业存在依靠小型火电机组进行发电,这一方式对于资源浪费相当大,企业管理人员没有对这些形成重视回加上电力营销相关技术人员在这方的技术是相对落后的,没有结合新能源参与发电企业的相关技能,针对新能源发电这一方式,工作人员也缺乏一定的专业性,在创新上是较为薄弱的,因此,造成电力企业发展的阻碍。

3 改进供电企业电力营销管理的有效措施

3.1 实现电力营销管理方式的变革

在企业的电力营销管理中应用了数据云处理系统之后,便实现了电力营销管理信息数据的共享,企业需要

将自身的电力营销管理与外部的企业云等进行数据对接,以此拓宽了电力营销管理信息交流的平台。此种冲破信息壁垒的方式是建立一体化电力营销管理架构的重要途径,传统的营销宣传就是通过电视、广播、报纸、杂志等方式进行,这样的宣传方式在现在存在很多的弊端,例如成本高、信息传播效率低下、单方面的传播等,其中最为严重的弊端是:传统的宣传方式让顾客总是在单方面接收产品的信息,并不能提出自己的疑问,在对产品有疑惑时也得不到解答。而通过互联网,以微博、微信公众号等新媒体的宣传方式就巧妙地解决了这些问题,这样不仅可以发布供电企业的视频、照片、简介等信息,顾客还可以通过留言等方式与电力营销人员进行沟通与交流,从而提高传播效率、增强传播效果,带动市场的流通。

3.2 引进信息应用技术,促进电力营销现代化发展

供电企业要认识到自身存在的不足,认识到现代社会的整体发展趋向,积极引进先进的信息应用技术,促进供电企业的现代化、信息化发展^[3]。供电企业要顺应现代社会的发展趋势,将提高企业电力营销管理效率作为主要目标,积极引进不同的信息应用技术及相关设备,如:计算机、生活缴费服务软件、内部管理信息系统、内部电力营销管理软件等等,全面提升企业的信息化水平。此外,企业还可以与微信、支付宝等各大平台合作,开设缴纳电费服务,且积极推广,促使广大用户参与到移动终端设备网络缴纳的活动中,全面提高电力营销的服务水平,还可以在在一定程度上降低费用回收难度,提高供电企业的资金流转水平。

3.3 创新供电企业营销管理的理念

在新的市场环境下,供电企业要想获得新的生机,促进企业的可持续发展,必须转变发展理念,通过运用营销管理的模式扩大供电企业的市场,满足新时代下客户对于电力资源等电力业务的需求,使供电企业不仅能够获取旧客户的信任,还能够吸引新客户。这需要企业在进行营销管理工作时了解市场发展的趋势以及新旧客户的消费需求,结合客户的心理进行营销管理。例如,供电企业在进行电力营销管理工作时,可以创新营销手段以及营销管理工作的理念。首先,在建立及完善相对应的制度时,应树立始终以服务消费者为第一工作要点的观念,重视企业发展和营销工作与消费者的关系。其次,要加强对市场发展方向的研究,了解市场上供电企业的发展定位,强化生产工作与营销工作并重的理念,使供电企业在新的市场环境下获得相应的竞争力。最后,

运用符合社会发展趋势的新型理念进行供电企业电力营销管理工作的创新,始终以新型理念引导电力企业的营销工作,促进供电企业的发展,从而在新市场环境推动下供电企业的可持续发展。

3.4 健全营销管理机制

建立健全监督管理和营销管理机制,采用精细化管理理念和模式,充分发挥用电市场的导向作用,完善供电合同管理,加大供电企业内部各组织部门之间的沟通交流力度,保证电力营销理念的有效落实;强化电力营销过程中人员的监督管理,提升其电力营销的专业素养,保证其严格按照有关规定开展电力营销,牢牢抓住市场需求,杜绝恶性竞争,科学地进行电力市场开拓,以不断提高营销管理水平,并通过优质的产品和服务赢得广大群众的认可。

3.5 重视电力人员能力培养

要想对供电企业的电力营销管理起到提升的作用,就应当不断提升工作人员的专业素养和技术能力,提高团队的整体服务质量,使企业朝更好的方向发展。在这一点上,企业应当做到对外主动吸引高素质人才,提高营销团队的整体质量,对内要做到对现有团队进行大力整顿,组织人员进行培训和学习,促进现有员工的专业知识和技能,同时要在现有的团队中引进新的知识,注重现代化发展的要求和标准,将全新的理念融入营销团队中,为员工提供更多自我提升的机会和发展空间^[4]。不仅如此,电力企业还应当加大对员工的理论知识素养,不断提高员工的综合素养,并利用人性化的管理模式,增加员工的责任意识,建设更加多样化的电力营销团队,更好的促进电力市场化交易和电力企业发展。

3.6 加强新型理念的推广力度,拓展营销市场

传统的供电企业电力营销管理理念主要是针对用户的基本用电需求,如:家用照明、生产运行等,较为大众化,且电力需求较为稳定,供电企业要想进一步提升自身发展能力,强化市场核心竞争力,完善电力营销管理模式,就要积极拓展电力营销市场,扩大电力营销服务范围。这就需要供电企业加大新型用电理念的推广力度,开展多种宣传活动,倡导人们利用电能,从而降低对其他不可再生能源的使用量,如:电动公交车、电动汽车等,积极宣传新型用电理念的优势与价值,从而实现拓展电力市场,促进企业发展的目的。

4 结束语

随着我国经济的不断发展,供电企业的竞争环境越来越激烈。在新的市场环境下,为了促进供电企业的可持续发展,必须迎合市场发展的需求,满足客户对于电力企业的要求。通过利用电力营销管理方式,可以使供电企业明确经济发展方向。另外,供电企业需要不断加强电力营销管理中的服务职能和手段,为客户提供高效优质的服务,满足市场的发展需求,从而进一步提高市场竞争力。

参考文献:

- [1]陈喻.供电企业电力营销管理策略及其实施[J].现代营销(信息版),2019(11):155.
- [2]朱晓明.供电企业电力营销管理的现状及对策研究[J].中国电力教育,2013(23):159-160.
- [3]曹媛媛.电力市场条件下供电企业电力营销管理分析[J].科技经济导刊,2019,27(04):241.
- [4]姜昆.精细化电力营销服务管理的解决方法[J].产业创新研究,2018(11):92-93.