

供电公司配电网市场营销策略研究

李欣然 潘格格

国网陕西省电力有限公司延安供电公司 陕西延安 716000

摘要: 在电力市场化转换背景的影响下,配电网企业面临着前所未有的挑战。为了能够应对这些挑战并且抓住这次提升的机会,配电网企业需要实施市场营销管理的措施,提高企业在市场竞争的能力以及在中占稳定的地位。

关键词: 供电公司;配电网;市场营销

Research on Distribution Network Marketing Strategy of Power Supply Company

Li Xinran Pangege

State Grid Shaanxi Electric Power Co., LTD. Yan 'an Power Supply Company, Yan 'an, Shaanxi 716000

Abstract: Under the influence of the power marketization transition, distribution network enterprises are facing unprecedented challenges. In order to address these challenges and seize the opportunity for improvement, distribution network enterprises need to implement measures for market marketing management, enhancing their competitive capabilities and securing a stable position in the market.

Key words: power supply company; Distribution network; marketing management

首先,配电网企业需要建立完善的营销体系,包括市场调研、产品定位、渠道建设等方面的工作。通过深入了解市场需求和客户需求,企业可以制定出更加精准、有效的市场营销策略,从而提高企业的市场竞争力。其次,配电网企业应实施灵活的市场营销战略,包括差异化营销、品牌营销、关系营销等。通过不同的市场营销策略,企业可以达到顾客多样化的要求,让顾客对服务满意并且提高顾客对企业的相信程度,进而提高企业的市场占有率。最后,配电网企业应提供完善的服务保障,包括售前咨询、售后服务、投诉处理等方面的工作。通过提供优质的服务,企业可以增强客户黏性,提高客户满意度和忠诚度,从而为企业带来更多的收益。

一、优质的服务策略

优秀的服务是在企业生产发展的道路上的条件和基石。在电力市场营销中,电力产品的整体概念包括服务这一要素,服务对于电力产品的作用是至关重要的。由于电力产品具有一些独特的特性,如不可存储和不可输送等,因此通过提供高质量的服务,可以建立一种全新的共同发展的供电和用电的关系,从而进一步促进电力的消费和利用^[1]。这种关系可以通过提供便捷的服务和及时的技术支持来实现。同时,通过建立良好的客户关系,可以促进客户忠诚度,提高客户满意度,从而增加企业的收入 and 市场份额。因此,电力企业应该注重优质服务的提供,以满足客户的需求和期望,从而实现企业的可持续发展。

二、在电力企业全方面增强优质服务

(一) 增强员工的优质服务

增强优质服务意识电力企业要提供优质服务,需要在全方位、多层次、多角度、全过程中进行。以商品的产、供、销、用一体化为基础,“处处都是服务点”的服务理念,应该深入人心并且成为实际行动的指导原则。这样,电力企业才能让客户更加信任并且依赖于他们所提供的服务品质。为了实现优质服务的目标,电力企业需要在具体运营过程中与供电企业管理、经营管理、安全生产等部门通力合作,以提供安全可靠的电力服务。同时,每个员工都应该树立服务基层、服务一线、服务客户的大服务理念,将其内化为自己的行动准则,以实现客户满意度的提高。它鼓励员工在工作中始终坚持服务理念,并以此为基础提供出色的服务。

(二) 提升员工素质和工作质量

供电企业的工作质量直接关系到其经济效益、社会形象和服务质量,因此,企业要重视营销队伍素质的建设。为了实现这一目标,完善营销人员素质的方法。首先,可以动态管理营销员工,淘汰不适应现代营销业务的员工并调配优秀人才上岗,使公司拥有高素质的员工队伍^[2]。其次,可以建立起营销效益高低与营销人员业绩挂钩的经济分配机制,并相互制约的监督考核机制,以及制定市场营销人员工作质量的考核标准,从而提高营销人员的工作质量。最后,需要对营销人员进行专业性的教育培训,使他们了解公司的宗旨、战略等情况,积极主动地分析销售资料、了解市场潜力、收

集市场信息，并将有关信息用技巧地传递给用户，提供全方位的服务，从而为公司赢得更多的客户。这些措施将有助于提高营销人员的素质和工作效率，促进企业的发展。

（三）建立电力销售信息化

为了提升服务品质，我们可以采取以下措施。首先，我们可以利用信息处理技术、语音技术和网络技术建立支持客户服务的技术支持系统，为了方便业扩报装的目的，我们提供了一个服务的技术支持系统。该系统能够通过电话、网络等多种形式方便地接通，以满足客户的需求^[3]。从而提高业务流程效率。其次，我们可以采取银电实时联网系统的设施，客户利用网银支付向电力公司缴纳费用，以提高缴费便利性。最后，借助卫星定位技术，我们可以建立电力流动服务快速反应系统，以加快故障定位和反应速度，为客户提供更快捷响应的服务。我们将继续努力，致力于为客户提供更加全面、便民、优质的服务，做到每个客户的不同需求。

（四）建立完善的服务监督体系

建立健全的服务监管体系是提升服务质量的必要手段。公司可以发挥管理部门如纪律监察部门、电力部门的作用，加强对营销人员提供的高品质服务的监督。通过进行客户访问、电话热线、随机检查等方式的暗访，这些部门可以及时了解各单位提供的高品质服务的情况，并及时改正发现的问题。同时，公司可以将提供高品质服务作为绩效考核项目，以推动营销人员提高服务质量。另外，加强社会监督也是提高服务质量的重要手段^[4]。公司可以定期邀请客户代表进行不拘形式的讨论，创建让用户满意度调查制度，或定期采取调查问卷的方法，对调查问卷进行总结，了解客户对服务质量以及使用电量的情况的评价，并对这些意见进行修改以达到提高服务质量的目的。综上所述，建立完善的服务监督体系是提高服务质量的必要手段，既可以加强内部监督，也可以加强社会监督，同时还要认真处理服务中暴露的问题，以达到提高服务质量的目的。

（五）打造特色的服务品牌

打造独特的服务品牌需要加强国家电网公司的企业形象推广，我们需要规划和设计营业窗口服务标识和环境，统一服务设施和用品，同时利用电视广告、社会公益广告、宣传册等形式向电力客户展示我们的企业形象、服务理念和标准等信息。此外，我们还要宣传便民服务和用电优惠措施，以更好地服务广大客户。提高品牌知名度和美誉度，使全社会更好地理解电力商品的特点，形成品牌效应。同时，

我们需要及时处理电力客户关心和反映的热点问题，并通过定期开展企业形象调查，采取市场营销的意见和需要来有目的地开展重塑形象的活动。

三、供电公司向客户提供高质量电能的具体策略

（一）提高供电质量不断创新

为了进一步改善电力供应水平，我们必须推进技术创新并采用一系列有效措施，如无功优化、电网升级、有载调压和评估监测^[5]。为了提高电力可靠度和电压水平，我们可以通过设置监控和地理信息管理系统，及时发现潜在问题并进行相应控制，实现城市和农村电网建设的进一步加速，以强化电力供应的基础设施。电网质量是影响电能稳定性的关键因素，因此为了解决当前城乡电网质量问题，我们需要采取措施，如建设更密集、更高效的城乡配电网，以缓解电网瓶颈，并提高电压质量和供电可靠性。

（二）把新技术融入到可靠供电中

我们努力提升电力供应的可靠性，采用新技术、新设备和新工艺进行科技创新，达到提高自动化水平的目的。我们的目标是建立智能配电网系统，借助先进的设备快速检修故障点，最小化停电损失。此外，我们开展带电作业，同时也严格控制预先安排的停电次数，合理组织检修停电时间，以减小客户停电造成的影响。

（三）对客户用电需求加强检查和分析

我们需要更加迅速地回应客户的新增容量需求，以及加强对客户用电需求的跟踪检查和分析。我们可以利用我们已经建立的电网调度自动化系统和客户负载管理系统，收集大量基础数据和调度记录。我们定期对大型和中型客户进行检查和分析，以确定是否符合电力需求。对于负载增长较快的客户，我们需要及时提供容量增加服务。通过对每个增容业务环节的时间进行严格限制，我们可以缩短流程传输所需要的时间。我们的营销部门需要监控和考核增容业务的全过程，用计量设备的储备。最终，我们希望将流程时间从一周以上缩短至三天以内^[6]。

（四）搭建电网网架规划工作

为了确保电力输配网络布局的合理性，优化其结构，以满足电网优化运行的技术要求，必须进行电网网架的规划、建设和管理。电网经济运行的前期工作对于提高电力经济运行非常关键。优化电网和电源布局是电力经济运行的基础，缺乏这个基础将限制电力生产和流程过程的优化。因此，优化电网应该实现以下三个目标：在电网负荷高峰期要增加发

电量,有效利用电力资源,及时调配多余的电力;在高负荷情况下,应该及时将电力输送到需求较大的设备。

四、供电公司配电网价格的策略

电价作为电力市场的基准,是电力市场营销的内容的关键,高低不同的电价会直接影响到消费者对电能产品的接受程度,并且也会决定企业在市场竞争中的地位。市场占有率、需求量和利润等因素都与电价密切相关。因此,为了净化和拓展电力销售市场,取消在要求的价钱外进行加价,要做到和供电公司的价格一致,并且要符合供电公司供电的质量,这也是能够顺利发展的关键,也作为电力领域中的核心问题之一。这样做能够建立公平、公正的市场环境,满足消费者需求,提升电力企业在市场中的竞争力。

目前电价的定价模式并不合理,不能够真正反映出供电企业的经营成本和状况。因此,供电企业需要遵守市场细节原则,采用灵活多变的价格策略,以确保供用电双方都得到受益。有针对性地制定不同企业的定价策略,并以不同的价格销售电能产品,如地理、时间、用途、数量和质量的等不同,以此来拓展市场并以此获得相应的收益。在差异化的电能产品定价策略中,可以引入质量差别定价策略来刺激针对性市场的扩大。例如,对于那些需要高电压质量并且采用了多种供电保障措施的客户,电价应该高于一般客户。对于同一时间内购电数量差异的客户,采用数量折扣价格策略来激发他们的购买欲望。

(一) 实施差别定价措施

针对不同地区、不同行业、不同需求、不同时间和不同客户群,可以采用差异化定价策略。例如,在农村用电定价上,也需要优化电网的负荷率,促进合理用电。除此之外,还需要根据电力的质量和服务等级等因素,对不同用户的电价实行差异化。对于那些对电压质量要求高并且停电会带来

重大损失的用户,供电企业可以采取多种保障措施,如双电源供电等。并根据其质量需求给予较高的电价,实行优质优价的原则。

(二) 实施峰谷分时定价

由于电力需求存在时间特性的峰谷差异,峰谷分时定价地实行可以通过引导客户在低谷时段使用电力,从而降低电网运营成本和客户的用电支出。此方式是因为电能发、供、用能够同时完成,而较大的峰谷差将导致发电和供电成本上升,因此通过差别定价来促进客户用电行为的优化,有助于实现电力市场的有效运行。

五、结束语

针对市场营销管理系统和营销战略的特点,将电力市场营销与配电网企业结合到一起,解析市场营销管理的关键的重要性。在制定营销战略时,企业要对电力生产特点能够掌握,并多方面探索客户需求,制定出可行的营销计划。

参考文献:

- [1] 姜涛,韩勉之. 智能配电网在电力营销中的重要性探讨[J]. 现代工业经济和信息化,2022,12(9):177-179.
- [2] 苏立伟,刘振华,苏华权,等. 基于数据负荷序列聚类的配电网电力营销实时信息系统测试[J]. 电网与清洁能源,2021,37(12):64-69,80.
- [3] 王天力. 电力营销中智能配电网的应用研究[J]. 中国科技投资,2021(22):7,9.
- [4] 赖梓麟. 智能配电网在电力营销中的重要性分析[J]. 中国设备工程,2020(8):31-33.
- [5] 梁健. 关于电力营销中智能配电网价值与作用的研究[J]. 现代营销,2020(9):136-137.
- [6] 仇铮. 智能配电网在电力营销中的重要性与作用分析[J]. 百科论坛电子杂志,2020(14):1707.