

电力营销精益化管理途径研究

周容容

(国网建湖县供电公司 江苏盐城 224700)

摘要:经济的发展、生活水平的提升,让各领域企业、各地区的人们对电力资源的需求也越来越高。但在传统管理方式及市场因素的影响,电力营销企业内部管理存在诸多的问题,例如缺乏完善的管理体系、对市场的关注度较低等,导致其内部管理水平相对较低,影响各地区的供电情况,从而进而影响各地区的经济发展。因此,电力营销企业需要不断完善自身管理模式,通过加强市场维护,把握市场需求以及完善管理体系,促使业务工作精益化等策略,实现企业精益化管理,进而推动企业健康可持续发展。基于此,本文就对电力营销精益化管理展开研究,简要介绍其重要性,详细分析电力营销管理中的问题,并采取有效途径,促使电力营销工作顺利开展。

关键词: 电力营销;精益化管理;管理水平

Research on Lean Management Approaches for Power Marketing

RongrongZhou

State Grid Jianhu County Power Supply Company Jiangsu Yancheng 224700

Abstract: With the development of the economy and the improvement of living standards, the demand for electricity resources is also increasing among enterprises in various fields and people in various regions. However, due to the influence of traditional management methods and market factors, there are many problems in the internal management of power marketing enterprises, such as a lack of a sound management system and low attention to the market, which leads to a relatively low level of internal management and affects the power supply situation in various regions, thereby affecting the economic development of each region. Therefore, power marketing enterprises need to continuously improve their own management models, through strengthening market maintenance, grasping market demands, and improving management systems, promoting lean business work and other strategies, to achieve lean management and promote healthy and sustainable development of the enterprise. Based on this, this paper studies the lean management of electric power marketing, briefly introduces its importance, analyzes the problems in electric power marketing management in detail, and takes effective ways to promote the smooth development of electric power marketing.

Keywords: electricity marketing; Lean management; Management level

作为关乎国民生活质量的电力营销企业,其运营管理、发展变化也会直接影响各地区的经济发展。因此,电力营销企业需要在复杂多变的市场环境中,通过一系列的经营活动以及精益化的管理,提供满足消费需要的产品及服务,优化调整电力市场需求水平,提升企业的服务质量,实现电力供求之间的相互协调,让电力营销企业与各大用户之间建立良好的合作关系,促使各大用户主动调整自身用电方式,以节省更多的电力资源,提升电力资源的使用效率,进而提升电力营销企业的经济效益,节省各大用户的经营成本,推动我国经济健康发展。但是,在实际的运营过程中,受供不应求的“卖方市场”等因素的影响,很多电力营销企业管理人员并不重视用户的实际需求,也不重视自身管理体系的完善等工作,导致企业市场开拓成效不大,无法为企业创造更多的价值。因而,电力营销企业需对自身管理进行全方位分析,明确自身管理问题,并通过有效优化途径,实现电力营销经济化管理,以推动企业健康、长远发展。

一、电力营销精益化管理的重要性

精益化管理能够帮助电力营销企业树立良好的品牌形象,推动其可持续发展^[1]。如今,我国社会经济的发展已经进入了新的时期,正朝着集约型、质量型经济发展,这对电力营销企业的管理提出了更高的要求。但是,很多地区的电力营销企业仍在应用较为传统的营销管理模式,无法有效满足当地用户的用电需求,进而影响该地区的稳定及经济的发展。而电力营销企业在推进精益化管理之后,能够使其内部管理、营销体系更加完善,继而使得企业的管理、服务水平快速提升,有效提升其工作质量,从而树立良好的品牌形象,赢得更多用户的信任。

精益化管理能够有效提升电力营销企业工作执行力。企业在应用此类管理模式之后,会将其长远的管理、发展目标进行细致划分,将每个小目标具体到企业各部门、各工作岗位之上。而这些小目标的完成情况将直接关系每位工作人员的实际利益,这就使得每位工作人员都会努力完成自身的工作任务,进而有效提升企业营销管理工作的执行力,最大限度的发挥每位工作人员的价值,从而快速提升企业管理水平的同时,

有效提高企业的经济与社会效益,促使企业高质量发展。

精益化管理能够满足用户合理用电需求,增进电力营销企业与用户间的关系。电力资源属于清洁能源,不会对自然环境造成污染。因此,随着经济的发展,环境保护力度的加强,所以电力资源在我国得到了广泛的利用。而电力营销企业在应用精细化管理之后,会对当前市场需求进行全面分析,以把握当前发展趋势、用户用电需求等,进而优化调整电力资源的配置,更好满足用户的需求,与此同时,电力企业还能有效节约人力与物力,降低企业运营成本,实现高质量、高效率开展各项营销管理工作,从而让企业得到更好的发展。

二、当前电力营销管理中的问题

2.1 缺失市场意识

长期以来,各地区电力营销企业都面临着电力供不应求的情形,这使得各地区电力营销企业的发展、运行都依靠国家的政策,依靠政府及行政手段,也使得电力资源生产、供给、销售需要计划进行调节。在此情况下,很多电力销售企业的管理人员及基层的工作人员都严重缺失了市场意识,不重视市场经济环境变化的分析,也很少对终端用户的特性进行科学的分析,电力营销企业自然无法构建完整的售前、售后服务体系,企业也无法切实掌握市场需求,掌握各类用户的用电需求等,从而导致各地区电力营销企业无法朝着正确的方向发展,我国社会经济的发展就会受到较大的影响。

2.2 管理体系不完善

电力营销企业的核心工作就是电力营销,而此项工作的质量将直接影响整个企业的运行与发展,也决定着企业的竞争实力。但是,就目前实际情况而言,很多电力营销企业都缺失完善的管理体系,导致其内部营销部门与其他职能部门缺乏有效的协调,甚至其他部门在开展工作时,还会产生营销部门工作与自身无关等想法,从而导致营销部门部分工作无法顺利开展,致使企业工作效率下降^[2]。另外,一些电力营销企业内部的管理体系还没有彻底完成从产品导向向消费导向的转变,其销售服务工作仍依靠相关职能部门完成,无法充分调动各部门,从而导致

企业管理水平快速下降。

2.3 信息技术应用程度较低

先进的现代信息技术能够为电力营销企业提供必要的技术支持,有效提升其工作效率。然而,很多电力营销企业并不重视信息技术的应用,再加上传统管理模式及管理经验较差的影响,企业无法充分发挥先进信息系统的积极作用,从而导致其无法实现企业信息资源的共享。在此情况之下,电力营销企业各部门在开展各项工作时,不能与其他部门进行及时、有效的沟通,各部门之间的信息传递速度也会因此下降,从而导致电力营销企业的工作效率快速下滑。

2.4 缺乏管理人才

如今,我国电力市场仍为卖方市场,没有完全形成买方市场,这就使得很多电力营销企业并不注重企业培养机制的完善,不重视销售管理人员的培养,导致其未得到系统性的培训,从而导致企业缺乏优秀的管理人才。另外,部分地区的电力营销企业还缺乏对应的激励、考核机制,未能充分激发销售管理人员的学习积极性,甚至部分销售管理人员还因为得到不公正、公平的考核评价而选择辞职等,不仅对企业的运行产生了一定的影响,还导致企业内部工作环境变得更为复杂,致使企业工作人员积极性下降,对企业的发展造成一定的负面影响。

三、电力营销精益化管理有效途径

3.1 加强市场维护,把握市场需求

电力营销企业要想提升自身管理水平,实现精益化管理,首先就要重视市场的作用,加强市场维护,不断完善、规范营业区的管理条例,提升城乡配网建设投入(如图1所示),从而有效增强企业精益化管理水平,促使电力资源能够畅通无阻地输送到我国任何一个有着电力需求的地方,有效改善我国的用电环境,进而开拓更大的市场,为电力营销企业的发展创造良好的环境^[1]。另一方面,电力销售企业还需要定时全面分析市场环境的变化情况。之后,企业便需要依据分析结果对其业务流程进行进一步的优化、调整,让各部门工作人员能够严格依照相关工作流程开展各项工作,主动跟进、推动业务扩展,进而充分满足各类型用户的需求。同时,在开展各项业务工作时,工作人员还需要做好定期的总结,以精准把握用户的需求,尤其是大客户,在给其提供相关服务、项目时,企业需要以其需求作为管理导向,提升企业精益化管理水平,让客户充分感受到企业的专业性,进而与大客户之间建立良好的合作关系,进一步做好电力营销工作的精益化。



图1

3.2 完善管理体系,促使业务工作精益化

完善的管理体系能够让企业各项业务、管理工作有序开展,从而推动企业稳定发展。所以,为促使业务工作精益化,提升企业的管理水平,企业需要重视管理体系的建设与完善。因此,在建设、完善管理体系的过程中,电力营销企业需要全面梳理自身业务及各工作环节,以准确掌握流程运行中的关键点,明确管理体系中存在的问题,再根据用户的需求完善相关制度,制定对应的解决措施,完善电力销售企业的管理体系,进而有效提升企业精益化管理水平,让企业内部各环节工作之间的联系更加紧密,让企业能够形成一个更加精益化的管理体系,使得每位工作人员都能得到有效的监管,从而促使电力营销企业各项工作能够有序开展,让每位用户都能够享受到更加优质的服务。

3.3 以信息技术为支撑,实现电费监控精细化管理

将先进信息技术引入至电力营销工作之中,能够实现对用电信息的自动化录入、统计、分析等,从而有效提升电力营销企业的工作效率,企业也能够对各环节的工作进行全程监管,实现电力营销精益化管理。因此,各地区电力营销企业需要以先进信息化技术为支撑,优化集中配送计量资产,进而实现电力资源的精准配送^[4]。与此同时,电力营销企业还需要重视先进信息技术的引进与研发,提升电量超标远程智能化管理(如图2所示),进而精准采集各类型用户用电信息,再通过准确的电费核算,有效减少核收差错,以避免影响用户的使用体验,从而有效提升用户的满意度,促使双方能够建立良好的合作关系,推动电力营销企业健康可持续发展。



图2

3.4 培养优秀管理人才

首先,电力营销企业需要依据企业发展目标等,不断优化、完善内部培养机制,进而依据每位营销管理人员的实际情况制定针对性的培养计划,让其能够接受到科学、系统的培训,促使其工作能力快速提升。另外,电力营销企业还需要不断完善对应的考核激励机制,定期对营销管理人员进行公正、公平的考核评价,依据考核结果调整培养计划,让其能够得到更好的发展。同时,还可依据考核评价结果,对其进行适当的奖励,进而充分激发其学习积极性,使其主动参与相关培训活动,让电力营销企业能够拥有更多优秀管理人才^[5]。

四、结语

综上所述,电力营销企业的管理水平将直接影响各地区的供电情况,关系着各地区企业的发展与当地居民的生活。因此,电力营销企业需重视自身管理模式的优化,通过完善管理体系,促使业务工作精益化等策略,实现企业精益化管理,进而有效提升其管理水平,充分满足用户需求。

参考文献:

- [1]陈立.电力营销线损精益化管理的策略探析[C]//中国智慧工程研究会智能学习与创新研究工作委员会.2022 工程建设与管理桂林论坛论文集.2022 工程建设与管理桂林论坛论文集.2022:61-62.
- [2]马洪亮.基于深度学习的电力营销精益化服务研究[D].华北电力大学(北京),2022.
- [3]刘韵艺.电力营销项目精益化管理模式研究[J].现代工业经济和信息化,2020,10(02):98-99+102.
- [4]招景明,危卓胜,单伟权.电力营销项目精益化管控平台的设计与建设[C]//中国电力科学研究院有限公司,国网电投(北京)科技中心,《计算机工程与应用》杂志社.第三届智能电网会议论文集——智能用电.第三届智能电网会议论文集——智能用电,2019:43-46.
- [5]高丽宏,王娟.实现电力营销工作中的精益化管理的分析[J].中国新通信,2019,21(13):159.