

县供电公司如何做好营销信息化管理

格来朗杰

(国网西藏电力有限公司洛扎县供电公司 西藏洛扎 851200)

摘要：在现在这个信息化时代，随着经济的快速发展，市场竞争日益激烈，对供电企业的要求也越来越高。而对于供电企业而言，其核心就是营销，只有加强营销信息化管理，才能适应市场竞争的需要。本文主要对县供电公司如何做好营销信息化管理进行了分析，主要从理念转变、营销系统建设、营销数据质量控制、客户经理业务平台等方面进行阐述。

关键词：县供电公司；营销；信息化管理

引言

随着信息化时代的到来，县供电公司要想在市场竞争中立于不败之地，就必须加强对营销信息系统的建设、完善和管理，不断提高其业务水平和服务质量。县供电公司营销系统是利用计算机技术、网络技术和数据库技术，建立起来的集生产、销售、用电管理于一体的、能进行大范围、全方位信息采集，为供电公司提供各种营销业务服务的信息系统。对于县供电公司而言，营销系统是其核心和关键，因此做好营销信息化管理将显得尤为重要。

1 县供电公司营销管理中存在的问题

1.1 缺乏高素质营销人才

在进行营销管理时，对高素质营销人才的需求日益强烈，但目前我国县供电公司中缺乏高质量的营销人才。由于县级供电公司在发展过程中，受传统的思想影响较深，对现代企业管理观念不够重视，导致县供电公司在营销管理工作中存在严重的不足，其主要体现在以下几个方面：首先，我国县供电公司缺乏科学的营销管理制度和培训机制，使员工难以将工作落实到位，不能将营销管理工作开展起来。其次，在进行营销管理时，存在较多问题没有得到及时解决，如对供电市场情况的了解不全面、对客户信息资料缺乏重视、工作人员积极性不高等问题。

1.2 信息化管理基础薄弱

县供电公司的营销管理水平受到多方面因素的影响，如历史遗留问题、领导重视程度等，其中信息化管理基础薄弱是一个重要因素。很多县供电公司在进行信息化管理过程中，其信息化建设比较落后，导致其营销管理水平得不到提升，甚至严重影响了营销管理效率的提升。在当前时代背景下，很多供电公司开始对营销系统进行升级，以应对复杂的业务处理和不断增加的数据量。但是在实际应用过程中，很多县供电公司在系统升级方面缺乏科学性和规范性，导致系统功能出现缺陷和不足，不仅不能满足营销管理需求，反而会增加营销管理难度。

1.3 市场开拓能力不足

市场开拓能力不足表现为两个方面：一方面是县级供电公司营销管理中的传统营销方式，主要依靠电力部门的行政命令或行政措施来实现，在电力市场竞争日趋激烈的今天，传统的营销方式已不能满足当前供电公司

营销管理工作的需要。

另一方面是现代电力企业营销管理工作中的开拓创新能力不足。从我国县供电公司市场开拓能力方面看，表现为以下几个方面：一是思想观念落后，营销管理工作仍然沿用计划经济时代的管理理念；二是产品结构单一，缺乏新产品研发能力，导致在市场竞争中处于被动地位；三是信息化水平较低，未能充分利用现代信息技术开展有效营销工作。

2 信息化对供电公司电力营销产生的影响

2.1 电力营销信息的实时监控

在电力营销工作中，要想实现信息化的目标，就必须对客户信息进行实时监控，以此来对用户进行有效的管理。而要想实现这一点，就必须将营销信息进行实时监控，在这一过程中，我们主要从以下几个方面来进行：

(1) 用户信息的实时采集，通过计算机系统对用户的实际用电情况进行有效的记录和处理，这样才能实现用户信息的实时采集；

(2) 实时采集的用户信息，需要从多个方面来进行，如供电公司的管理人员、营销管理部门、用电客户以及供电公司与客户之间的各种信息等。要想实现这一目标，就必须要对这些信息进行实时采集和处理，通过计算机系统来实现这一点；

(3) 进行电费结算，在这一过程中要对电力公司的电费收入与支出进行有效的记录和统计。

2.2 提高了电力营销服务质量

通过在系统中加入电费计算功能，可以有效的进行电费计算，并将各种客户信息在系统中进行存储，还可以根据用户的不同需求进行定制，同时也可以设置相应的计费方式，当用户出现电力故障时，系统会自动报警，并采取相关措施对其进行处理。

同时，为了保证数据信息的安全性和可靠性，系统会在数据库中对所有信息数据进行备份，以防止因为系统故障造成数据信息丢失。

另外，还可以通过电费管理系统将用户的电费缴纳情况及时的反馈到营销管理中心，同时还可以在系统中建立用户信息档案，将用户信息详细的记录下来，从而对电力企业提供有价值的信息。

2.3 建立了电子客户信息档案

供电公司电力营销的信息化建设，促进了电力企业的发展，也推动了电力营销的发展，也给电力企业带来

了利益。信息技术的不断发展,让电子信息系统得到了广泛应用,而且,现在已经实现了对客户的管理。对于县供电公司来说,建立客户信息档案是非常有必要的。

在建立客户信息档案之前,县供电公司要先对客户进行分类和管理,在这个过程中,要先确定客户的用电情况和需求情况,然后根据这些情况制定出具体的电力营销方案和措施,对客户进行管理和服务,这样做就是为了满足客户的需求和期望,使服务更加到位。

3 县供电公司做好营销信息化管理的举措

3.1 增强电力营销信息化管理理念

随着科学技术的不断进步,电力企业必须要积极对自身管理模式进行优化,并且要结合营销信息化管理的相关知识,使电力企业能够建立一个完整的信息化管理平台,将相关数据进行统一处理,并且可以针对数据进行合理的分析和研究,并且在此基础上对各种数据信息进行统计,使其能够更好地反映出当前企业的经营状况,并且可以有效地对各个部门进行监督和管理,使电力企业能够更好地满足用户对电力的需求。另外,在对营销信息化管理进行实施的过程中,要始终将服务质量放在第一位,并且要提高工作人员自身的专业技能和素质水平。对于工作人员而言,要充分发挥出自身的主观能动性,使其在工作中能够将营销信息化管理工作做得更加到位,并且要不断学习和研究,使自身的专业技能和素质水平得到有效的提高,这样才能够为用户提供更优质的服务。

3.2 加强电力营销系统建设

针对目前存在的问题,加强电力营销系统建设是促进县供电公司营销管理工作进一步发展的重要举措。具体来说,应从以下几个方面入手:第一,建立健全电力营销管理系统。电力营销系统是基于计算机技术、网络技术、信息技术等的基础上建立的一个现代化的、科学的企业管理系统。在系统中,县供电公司应以客户为中心,充分结合自身实际情况,采用先进的信息化管理模式和手段,充分利用电力营销系统中的相关功能,实现电力营销管理的全面优化,进一步促进电力营销工作的不断发展;第二,提高信息技术应用水平。要想做好电力营销系统建设工作,就必须注重信息技术在电力营销管理中的应用。在电力营销系统建设中,县供电公司应采取多种措施,如加大信息技术投入,对相关人员进行专业培训等,进一步提高信息技术在电力营销管理中的应用水平,促进电力营销管理工作的不断完善和优化。

3.3 加强营销数据质量控制

县供电公司应当明确营销信息化管理的目的是对电力企业营销过程中的各项信息进行收集、处理、传输和保存,是一项集数据收集、数据加工、数据分析、数据存储和管理等功能于一体的综合性管理系统,在营销信息化管理中,县供电公司应当建立健全相关的业务流程,并将各项业务流程严格按照国家相关标准进行梳理和划分,同时对各环节中的数据进行采集和处理。

对于收集到的各种数据信息,县供电公司应当对其进行科学处理,将其转化为具有实际意义的信息数据,并建立完善的数据质量评价体系,从而为后续工作提供

更加可靠的依据。此外,在数据质量评价体系的建设和县供电公司应当合理设置指标,并且从不同方面对指标进行细化,比如将统计分析指标按照不同类型进行划分,并将其分解到各个部门,从而为后续的营销管理工作提供更加有效的指导。

3.4 客户经理业务平台建设

客户经理业务平台是服务营销客户经理的重要平台,是供电企业为客户提供“一站式”服务的重要支撑,也是县供电公司提高服务营销水平的重要手段。

客户经理业务平台主要由工单管理、统计分析、电费管理、设备档案管理等模块组成,通过信息技术手段,将业务系统数据进行集中管理,实现供电企业对客户服务营销信息的全过程管控,确保各项业务数据准确、真实、完整。

客户经理通过系统提供的报修工单、投诉工单、报修记录等功能模块对用户报修申请进行受理并进行工单派发和跟踪,同时对用户报修信息进行记录,定期统计分析工单处理情况,对客户反映问题的处理进度进行跟踪。

同时,利用客户经理业务平台提供的计量管理、用电检查、营销稽查等模块,可以及时掌握和了解用户用电情况,并根据不同时期的用电特点和用户用电需求,有针对性地对用户进行用电检查和用电服务,保证各项业务准确、及时地处理,提高企业经营效益。

此外,客户经理业务平台还提供了丰富的营销业务数据,利用这些数据可以及时准确地了解企业经营情况,为供电企业决策提供有力支持。在电费回收方面,县供电公司可以通过系统的电费回收提醒功能来实现对电费回收的管理和控制,从而及时发现并纠正各类违约用电行为,保证电费及时回收。

4 结束语

总而言之,供电企业要想在市场中获得更好的发展,就必须要加强营销信息化管理。营销信息化管理不仅能够提高工作效率,还能够保证数据的准确性,为企业的经营决策提供重要依据。因此,供电企业要想做好营销信息化管理,就必须加强对营销系统的建设、完善和管理,不断提高其业务水平和服务质量。本文通过分析县供电公司在营销信息化管理中存在的问题,提出了几点建议,主要包括理念转变、加强营销系统建设、加强营销数据质量控制、客户经理业务平台建设等方面。

参考文献:

[1]曾明会.探究做好县级供电公司的营销管理工作的措施[J].通讯世界,2020,27(03):153-154.

[2]张硕,陈薇.基于电力体制改革的县级供电公司营销策略分析[J].通讯世界,2019,26(12):194-195.

[3]石辉龙.提升电力营销服务管理水平的措施探讨[J].国际公关,2019(12):225.

[4]刘爱娟.供电公司电力营销管理中营销管理信息系统的研究[J].营销界,2019(42):38-39.

格来朗杰(1989.2-)男 西藏山南洛扎县人 藏族 本科 初级工程师