

互联网时代电力营销服务模式创新刍议

杨晓媛

国网河北省电力有限公司肃宁县供电分公司 河北省沧州市 062350

摘要: 互联网时代的到来给这个时代带来了翻天覆地的变化,人们日常的经营模式也受到了影响,发生了改变。随着网络营销模式的产生与发展,愈来愈多的企业使用网络营销模式,其中包括供电单位。随着社会的发展,人们对于工单单位的营销服务提出了更高的要求,以往所使用的线下销售模式已经不能满足人们的需求,所以供电单位开始依托互联网进行营销模式。在我国国民经济发展的过程中,电力单位也做出了很大的付出与贡献,正文主要就电力单位在互联网背景下所使用的营销模式进行分析。

关键词: 互联网; 电力营销模式; 服务模式; 创新研究

为了进一步平衡国家经济建设与环境保护工作之间的关系,我国各个产业在发展的过程中要以产业环保为立足点,根据实际情况对传统的电力产业进一步提出了要求。多数电力产业根据自身发展的实际情况,不断突破自身的营销模式,对自身营销模式中存在的问题不断进行改正与突破,使用现代化营销手段与市场进行连接,提升自身运行的稳定程度,满足社会对电力资源的需求。

1. 当前我国电力营销市场的现状

自改革开放以来,我国经济得到了快速发展,在此背景下我国电力单位的发展受到了社会各界认识的关注,市场经济的发展也对电力单位的发展产生了很大的影响。在电力单位运行的过程中,营销环节对当前电力单位的发展产生了很大的影响,使用不同的营销方式可以加强电力行业发展的稳定性。此外,随着客观环境影响国家宏观调控,电力单位要顺势进行电价改革工作,如在继续使用以往的营销模式,存在一定的问题以及矛盾,经过时间的迭代,问题不断积累与发展,导致电力资源的使用成效较低。

1.1 忽视电力营销的发展

当前我国电力单位在发展的过程中占有诸多的优势,并且在市场经济发展的过程中处于卖方的角色,使得多数电力单位并没有意识到营销工作在其发展过程中发挥的重要作用以及重要意义,没有落实展开有效的营销工作。此外,根据调查发现,电力单位在为人民群众提供服务的过程中,没有依据人民群众的实际需求以及市场的发展规律为其提供所需服务,无法了解关注到人们真实的需求。在进行营销工作过程中,没有充足的营销经验以及工作基础,不能了解销售工作真正的性质。此外当前我国电力单位的营销系统存在较多的问题,大大影

响了电力单位运行的稳定性,营销工作也无法发挥真正的价值与作用。

1.2 营销方式具有局限性

在市场经济发展的过程中,多数企业单位都在对自身的营销模式进行突破与改进,以此弥补当前营销活动中存在的不足。在创新与优化营销模式的过程中,各个单位应该根据市场经济的变化以及市场的变化对自身的营销模式进行改变,我国电力单位也不例外。电力单位当前还是以传统的营销模式为主,利用纸质传媒或者电视广告来进行营销活动,此种营销方式不仅不能利用互联网的优势,此外也无法充分展现电力单位的实际价值,严重浪费宣传资源,影响宣传效果。

1.3 缺少相应的营销服务意识

根据调查发现,我国电力单位内部分工作人员在技术应用方面存在不足之处,自身的专业水准较低,在开展型业务的过程中不能熟练操作,不能熟练应用新技术,自身的业务能力依旧停留在基础服务层面,不能适应快速发展的社会。例如,电网单位在响应相关部门要求,进行清洁能源供应以及节能减排活动以及在使用新型环保节能技术时会出现技术问题。另外,随着新能源汽车的出现与发展,电力单位对于新能源汽车充换电工作上没有出台相应的管理标准以及供电标准。

1.4 营销服务成效有待提高

当前电力单位对于营销服务的方式、渠道以及措施都存在不足之处,没有根据实际需求提供相应的服务,在建设软硬件平台工作时没有根据工作的实际情况进行作业,此外,没有依据市场的变化对产品服务以及产品的价格进行优化与创新,依旧使用以往的方式进行作业。比如说当前电网单位将自营的供电营业厅当做销售工作

的重要环节，忽视了互联网服务站以及电子服务渠道的重要性，在电子公众号以及网站服务等渠道的投入较少，面对不同类型的供电服务标准以及功能，无法给出统一的标准，不同服务之间的区别较大，不同服务之间无法有效进行转换工作，降低服务工作的成效。

1.5 国家提出更高的市场要求

国家相关部门的新能源布局对电力单位的发展造成了影响，电力单位将面临较大的挑战。在此次改革中，电力企业最大的亮点是向资本社会有序放开售电业务，此时的电力市场身份发生了变化，从以往的“卖方市场”转变为“买方市场”，提升了服务的成效。随着节能减排口号的提出，相关部门加强对节能环保企业的干预，愈来愈多的发电厂将会利用分布式电源、余热余压发电等形式进行作业，供电企业的供电销售市场将会面临更加严峻的挑战。

1.6 电价改革造成营销困难

我国科技处于高速发展时期，科技的研发与发展需要大量的电力支持。电力能源的过度使用会造成能源的短缺，为了有效提升公民的节约意识，国家相关部门对电价进行了调整，对电力整体进行了宏观的调控，有效唤醒了人们的节约意识。可是对电价进行调整，不同的用电规格费用不同，增加了工作人员的工作难度，营销工作也不例外。

2. 在互联网时代对营销服务模式进行创新的方式

2.1 完善网络区域营销工作

对于人民群众来而言，完善网络营销工作可以增加人们的选择权，减少人们群众解决电力业务时地理条件等客观因素的限制，可以自行选择营业厅来完成自己所需要办理的电力业务，不需要严格按照区域要求去制定地点办理业务。此外，以往用户们所看到的营业厅多数是有众多小型营业厅合并为一个大的营业厅，取消了区域限制之后，人民群众可以选择任何一个银联银行完成缴费工作，增加供电营业厅的业务范围。对于网络营业厅，可以实行24小时服务，这样用户不管在哪里，随时都可以完成业务办理，增加人们群众的体验感。对于供电营业厅来讲，不仅可以提供传统的营销读物，还可以给客户们介绍一些更好的产品以及服务，根据用户们的实际需求，提供所需服务，满足客户的实际需求，提升电力营销的服务品质。

2.2 提升综合营销服务意识

在互联网环境下进行电力营销工作时，工作人员需要加强管理力度，不断提升工作人员的工作水准，提升

自身的服务水平。管理人员需要服务人员定期进行培训，并对服务人员自身的业务水平进行考核。管理人员还可以聘请营销服务方面的专家对工作人员进行培训，并在完成培训之后相关业务考核，只有通过考核之后才能够继续工作，提供更加优质的服务。在为人们提供服务的过程中，工作人员要注意自身的形象，注重电力单位的形象。另外，工作人员在工作时一定要放低自身的姿态，要充分为客户考虑，提供更好的服务。当前，多个城市都已经实现了互联网自助服务，电力单位要不断完善互联网服务，加大对网上国网app的推广力度，让更多的人民了解app业务，实现app快捷办理业务。也可以通过创建微信公众号的方式，向人们传播电力信息，实现一对多的传播功能。因为公众号最主要的工作目的是推送消息，自身具有互动性较差等缺点，所以要增加与用户的互动性，提升自身的服务品质。

2.3 完善自身互联网营销模式

随着时间的推移，愈来愈多的人愿意主动参与供电服务工作，人们愈来愈关注供电工作的可靠性以及供电的稳定性，此时需要对互联网营销服务模式不断进行完善，面对人们提出的问题，工作人员要及时进行解决，提升人们的使用感，吸引更多的人们，增加使用用户，突破传统营销模式所带来的限制、此外，电力行业要利用互联网的优势，借助微信、支付宝等平台来进行服务营销。不断向人们宣传推荐app，优化业务办理流程，简化缴费流程，让更多的人掌握网上国网app缴费方式。最后，电力单位的营销人员认识接收到网络工单，需要及时跟进提供服务，获得用户的信任。

2.4 创建市场导向的营销理念

电力单位在优化与发展营销服务时，需要及时了解市场的变化以及市场的发展状况，根据市场的动向，采取科学合理的技术对市场情况进行深入分析，根据市场的潜在发展状况进行评估，获得最适宜的营销发展战略，对市场进行扩展与挖掘。

2.5 建立符合客户需求的营销机制

不管是哪个企业单位在生产运行的过程中，若想要提升自身的市场价值以及发展的稳定性，需要根据客户的实际需求来进行生产活动，电力单位也不例外。根据客户的实际需求，创新与优化自身的营销理念，提升自身的服务成效，选择合理有效的营销方式。电力单位在发展的过程中，一定要根据客户的需求，通过互联网技术对自身的服务方式以及服务成效进行优化与提升，并且要对自身的业务能力进行提升，更好的达到客户的要求。

2.6 实现“互联网+”网络互动营销

网络互动营销属于一种新型的营销模式，此种营销模式以网络平台为载体，以此来实现与客户之间的互动沟通，进行产品推荐服务，创造良好的品牌形象。因为电力产品是一些需求弹性较低并且产品间的差异较小，所以在进行营销服务时，更加重要的是服务，工作人员在进行服务时要向客户解释产品具有自身属性。供电单位要建立专门的客户热线作为与客户沟通的主渠道，提升营业厅的营销工作品质，加强与客户之间的沟通工作，与此同时要积极拓宽网络联动方式，才能达到更加良好的互动成效。

2.7 依托大数据平台精准营销

对于电力单位而言，除了固定的客户热线可以为客户提供优质的服务之外，还可以利用大数据平台等，为人们提供所需要的服务。比如说，用电单位在向客户提供用电服务时，可以根据客户的性质以及用电参数等，为其定制专门的用电方案。对于用电量加大的客户，工作人员可以为其提供完善的应急方案，并对其定时进行用电排查工作，排查用电过程中存在的安全隐患。电力单位可以对客户的各项数据构建数据库，收集整理客户资料，但是工作人员一定要注意，在收集客户资料的同时要注意保护客户的隐私不受侵犯。

3. 结束语

总而言之，电力单位在发展的过程中，可以借助互联网平台，创建线上线下的一体化电力服务平台，不断完善网上国网APP的服务内容，不断对自身的服务内容以及服务方式进行优化与创新，在此过程中一定要注意信息安全。此外，随着社会的不断进步与发展，我国电力单位在发展的过程中依旧会面临更多的问题，例如能源危机以及环境污染，国家出台政策进行宏观调控等，可是想要解决根本问题还是需要电力单位的自身实力及采取的应对策略，电力企业要不断对自身的电力营销服务进行评估，对其过程中存在的风险进行合理管控，持续推进我国电力事业的进步与发展。

参考文献：

- [1]晏荣煜，李向阳，高秉强.国家电网公司“互联网+”下的信通支撑架构和运营模式研究[J].电力信息与通信技术，2018，16（01）：1-5.
- [2]康鹏，张钟元，刘松涛.面向互联网的德国企业创新发展模式及其启示[J].中国科技论坛，2016（12）：134-140.
- [3]康鹏，张钟元，刘松涛.面向互联网的德国企业创新发展模式及其启示[J].中国科技论坛，2016（12）：134-140.