

供电企业电力营销管理的现状与改进措施

邵洪涛

国网辽阳供电公司 辽宁辽阳 111000

摘要: 供电企业在开展电力营销管理过程中,既要跟社会以及经济效益有关,同时还要跟广大电力用户的利益密不可分,因此该企业务必要重视电力营销管理工作,对其营销理念以及模式进行不断创新,只有这样才能推动电力企业健康稳定的发展。

关键词: 供电企业; 电力营销管理; 现状与改进措施

Current situation and improvement measures of electric power marketing management in power supply enterprises

Hongtao Shao

State Grid Liaoyang Power Supply Company, Liaoning Liaoyang 111000

Abstract: Power supply enterprises in the process of power marketing management should be related to social and economic benefits, but also the interests of the general power users. So the enterprise must pay attention to power marketing management, its marketing concept, and its mode of innovation. Only in this way can promote the healthy and stable development of electric power enterprises.

Keywords: power supply enterprise; power marketing management; Current situation and improvement measures

引言:

电力营销的本质是根据市场营销的基本策略,基于客户对用电质量计划的需求,为用户提供合格可靠又有保障的电力产品,并在此基础上给客户id提供周到的服务。电力产业是我国重要产业之一,随着国家发展能源、节约能源政策的不断推出,电力产业也在不断被优化。如今电力市场营销已经踏入了一个新时代,要时刻抓住发展机遇,总结发展问题,平衡发展需求。

1 电力市场营销新观念

市场营销观念对于电力企业进行电力营销有着巨大的影响,因此,电力企业必须树立新颖的观念,才可以提高电力市场营销水平。对电力市场营销新观念以及优质服务有了全新的认识,才可以更好的进行电力营销工作。总体来讲,电力市场营销新观念主要包括以下几点。首先,树立竞争意识与观念。各类新型能源层出不穷,这就导致电力企业之间以及电力企业与新型能源之间的竞争日益激烈。电力企业应该树立市场竞争意识,密切关注国家关于重大产业结构调整,对于经济发展形式进行深入的分析,从而在激烈的市场竞争中立足^[1]。其次,

树立优质服务意识与观念。优质服务是电力企业的生命线,电力企业应该树立优质服务的意识。因此,电力企业可以加大对于优质服务的培训,帮助他们树立优质服务理念,同时,建立完善的优质服务考核体系,加强对于电力企业电力营销的业绩考核,从而更好地进行电力企业营销工作。最后,树立商品效益观念。当面对客户时,营销人员应该努力将电作为商品推销出去,树立商品效益观念,进而更好地进行电力企业营销,为企业赢得更多的利润。

2 供电企业电力营销管理的重要性

现如今,随着经济的快速发展,使供电企业的竞争力也在逐渐加剧,现阶段计划经济逐渐向市场经济转变,同时市场的需求也发生了很大变化,逐渐涌现出各种新能源,使人们对电力资源的要求逐渐降低,所以供电企业只有进行电力营销管理工作,才能更好的为用户提供服务并且留住用户,为供电企业的竞争提供有效支持^[2]。由于目前市场环境的复杂性,使供电企业要不断的进行创新以及营销管理模式的不断革新,才能更好为消费者提供。再加上已经进入信息时代,该企业的服务质量和

工作效率都提出了更高的标准。因此,供电企业要对营销管理方式进行不断改变,从而有效将管理水平和电力的服务提起来,获取更多的消费者,并且满足不同用户的要求,确保供电企业能够在如此激烈的竞争市场下长远发展,所以针对供电企业电力营销管理工作进行有效开展起到关键性作用。

3 供电企业电力营销管理的现状

3.1 电力营销管理人员的认知不足

由于电力营销管理工作在电力企业运营过程中出现时间较为短暂,导致电力营销管理人员对自身岗位职责的认知仍存在一定的不足,影响电力企业电力营销稽查管理工作的正常运行。首先,部分电力营销管理人员将更多的重心放在对电力用户的监督工作之上,对电力企业内部的电力营销方案没有进行严格的控制,导致电力企业的电力营销工作效率低下。

3.2 服务的渠道单一

这一企业在进行服务工作时始终处于被动服务状态,对服务对象的需求、环境状况并没有进行科学、详细的分析,相关管理工作滞后、不及时,这严重影响了企业此方面服务质量和效率的提升。服务是需要主动接触用户群体的,而这类企业传统的服务模式过于被动,这在当今多元化的时代是不可取的^[1]。再加上企业各方面的革新,信息化的涌入,市场竞争逐渐激烈,企业要充分利用相关技术,开通多元化的服务渠道,提高自身服务质量和效率。

3.3 电力设备落后

当前我国已进入信息时代,信息化管理给各行各业的经营管理都带来了巨大的改变。但是,还有不少的供电企业没有完成信息化建设,或者已经开始建设信息系统,但还不够完善,无法为供电企业提供有效的技术支持,更无法提高电力营销管理工作的效率和质量。相反,技术风险和漏洞的存在、管理人才的匮乏和非专业化,都给供电企业正常工作带来了困扰。

4 供电企业电力营销管理优化

4.1 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^[1]。

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。

4.2 创新营销意识和理念

良好的营销意识和理念对于提升电力营销管理水平具有非常重要的作用,首先必须创新电力营销意识和理念,提高整个电力营销工作人员的素质,促使工作人员能够与时代共同进退,更好地适应市场的变化发展。在进行电力营销管理时,工作人员要有比较强的竞争意识,积极向上的心态,还要充分发挥主观能动性,对态度不认真、没有作为的员工进行及时淘汰,招聘一些综合素质比较高的市场营销人员,并且与市场发展现状相结合设计出良好的营销方案。

4.3 制定科学化的服务流程

精细化的服务流程能规范相关人员的服务工作,提升企业的服务质量和效率。企业可通过以下两方面制定相关流程:首先,电力需求。根据当地供电需求和用户的现实状况,制定科学合理的服务流程,满足当地电力需求^[2]。其次,政府相关部门要求。电力企业是国家的重要企业,政府相关部门会对这样的企业提出具体的要求,相关企业在服务流程的制定方面要满足这一系列要求。两者统筹兼顾,制定优质服务流程,打造一流服务、一流企业。当然,在这一服务流程的建设过程中会遇到许多问题,企业单位要积极采纳用户建议,对其不断优化、不断改善。这样,有一个明确、清晰的服务流程,可以促进企业完成相应的任务,实现相应的目标。

4.4 提高供电企业电力提供质量

供电企业最重要的便是提供电能资源的质量,也是企业的核心竞争力。所以只有提高自身的供电品质,才能得到更多用户的信赖^[3]。传统形势下的供电企业,并不能满足用户自身的基本需求,经常会出现供电质量较差,供电不稳定等质量问题,导致用户在生活以及工作上无法满足自身的需求。供电企业不仅需要提高自身的供电质量,还需要提高自身进行修理的管理水平,一旦出现用电问题的时候,供电企业需要及时地对于出现的供电问题进行抢修,发现其中存在的问题,并且采取及时的处理措施。

4.5 实行电力营销精细化管理

营销项目精益化管理模式是以地市局及以下基层单位的日常工作重心,以基层项目管理人员为主体,覆盖不同类型项目全过程,并以强化营销项目执行、提高营

销项目工作质量与效率为目标，而构建的项目精益化管理模式，作为一种实践型的管理模式，需要在今后不断完善。首先，成立推行机构。为持续完善、丰富营销项目精益化管理模式，需要建立以改善小组为主要形式的营销项目精益化组织，制定小组的改善目标与任务重点，为精益求精提供组织保障。其次，构建管理机制^[1]。建立营销项目精益化管理的改善机制与流程，包含信息反馈、问题收集整理、改善措施与方案、改善落实与评估等机制，确保营销项目的持续优化。最后，项目落地导入。组织地市局、供电服务中心、县区局项目管理人员、实施人员开展营销项目精益化的培训，并将项目精益化管理方法、工具、规范等内容固化于信息平台，以全面提升营销人员的项目精益化管理知识与能力。

5 结语

供电企业的核心业务就是电力营销，企业的生产以

及发展直接被该工作的质量好坏所影响。在开展电力营销管理过程中仍然存在很多问题，并根据存在的问题，制定出更加合理而科学的解决办法，将其管理水平不断提高。一定要设法提高供电企业服务质量，全方位开展营销管理工作，并且结合企业自身的实际情况有序进行电力营销管理，不断创新营销意识和理念，合理应用数据云处理系统等，从而提高电力营销管理水平，促进供电行业的长期稳定发展。

参考文献：

- [1]景孝斌.电力营销稽查精细化管理对提高营销效率的分析探究[J].数字通信世界, 2018(12): 218.
- [2]匡莎莉.新时期供电企业电力营销管理不足及改进措施[J].现代经济信息, 2019(10): 136.
- [3]段丽丽.新时期下电力营销管理与供电优质服务工作[J].通讯世界, 2019, 26(12): 180-181.