

# 试析新时代电力市场营销服务的实施策略

许 姣

沈阳供电公司皇姑供电分公司 辽宁沈阳 110000

**摘要:** 进入新时代以来,在先进技术与互联网的作用下,社会的发展速度加快,发展模式也发生了巨大的变化。电力作为一种清洁能源,经济性能源,在各个领域都得到了广泛的应用,无论是社会生产生活所需,还是各行各业发展所需,都高度依赖电力资源,电力企业更是处于蓬勃的发展态势之中。尽管如此,并不表示电力市场的竞争不激烈,现实情况是,企业间的竞争反而延伸至各个方面,各个细节上,从管理上,到服务上,到客户关系与拓展上,都是一场看不见的战争,尤其是营销方式,渠道路径,在很大程度上决定了企业的生存与发展。所以,就必须结合市场需求做好营销服务工作。通过针对不同客户的使用特点,使用需求,从客户的角度为考虑点,出发点,以及服务点,并将这些需求做为营销的切入点,高质量的服务来获得客户的信赖,从而为企业的发展创造良好的条件。本文就新时代电力市场营销服务中存在的问题进行深入分析,并就电力市场营销服务的有效策略进行简单介绍。

**关键词:** 新时代; 电力市场; 营销服务; 有效策略

## On the implementation strategy of electricity marketing service in the New Era

Jiao Xu

Shenyang Power Supply Company Huanggu Power Supply Branch, Liaoning Shenyang 110000

**Abstract:** Since entering the new era, under the action of advanced technology and the Internet, the development speed of the society has been accelerated, and the development model has also undergone great changes. As a kind of clean energy, economic energy, electric power has been widely used in various fields. Whether it is needed for social production and life, or for the development of all walks of life, it is highly dependent on electric power resources, and electric power enterprises are in a vigorous development trend. In spite of this, does not mean the electricity market competition is not fierce, the reality is that the competition between enterprises extends to all aspects, each detail, from management, to the service, to the customer relationship and development, is an invisible war, especially the marketing way, channel path, to a large extent determines the survival and development of the enterprise. Therefore, we must combine the market demand to do a good job of marketing services. By according to the use characteristics of different customers, use needs, from the perspective of customers for the consideration point, starting point, and service point, and these needs as a marketing entry point, high-quality service to obtain the trust of customers, so as to create good conditions for the development of enterprises. This paper deeply analyzes the problems existing in the electricity marketing service in the new era, and briefly introduces the effective strategy of the electricity marketing service.

**Keywords:** new era; electricity market; marketing services; effective strategy

### 前言:

随着全球经济一体化趋势的逐渐加剧,信息高度互

联互通,蓬勃的发展空间与激烈的市场竞争并存,电力行业也是如此,虽然电力在参与人民生活与工业生产中发挥了重要的作用,但其本质仍然是商品,商品要得到广泛的认可除自身质量过硬外,还离不开有效的营销手段与服务措施来提升商品的影响力,争取更多的市场份额,在最大化发挥电力商品价值的同时,同时也为企业

**作者简介:** 许姣,1983年1月,女,辽宁沈阳人,大学本科,工程师,单位:沈阳供电公司皇姑供电分公司,研究方向:电力营销。

的发展创造好有力的发展条件。但是,从当是电力市场营销服务的实际情况来看,还存在着一定的发展空间,没有结合用户需求,市场环境变化来进行相应的调整与革新,总体上还存在着一定的问题,制约了电力营销的有效性。并且,与营销相关的其它工作上,还存在着很大的进步提升空间。显而易见,新时代背景下,电力企业想要突破发展瓶颈,获得更广阔的发展空间,就需要从全方位着手,从发展决策,到管理落实上不断完善,面对问题,分析问题,解决问题,才能让企业在激烈的形势下有所突破。

## 1 新时代电力市场营销服务中存在的问题

### 1.1 缺乏科学的营销服务管理机制

尽管在电力行业中,营销服务一直都作为电力企业日常经营管理中重要的一部分在推进。但是推进的渠道与方式会直接影响营销的效果,而且,当前的市场形势已经不再是传统相对较为封闭的市场环境,而是更加开放,自由的竞争环境,对于电力行业也是如此。要实现企业的可持续发展,高质量发展,就需要从内部管理上,从营销服务上,不断加强,积极改革与创新。但是,从当前电力市场营销服务的现实情况来看,部分电力企业缺乏这种敏锐的市场嗅觉与观察力。被动服务的模式十分明显,对于自身资源的特殊力过于自信,对于市场的变化与发展趋势缺乏详细的调查与清晰的认知。尤其在营销服务上,没能与时俱进的对营销服务的理念、方法、路径进行针对性的创新,导致在营销服务效果上不尽人意,无法紧紧抓住市场的走向来发展壮大。深层原因不外乎在于,对市场变化的敏锐度不足,对于市场变化而做出的应对措施不到位等等,种种原因导致无法获得更广泛的市场支持,无形之中影响了企业的可持续发展。

### 1.2 缺乏大客户管理服务思维

在电力企业的成长与发展过程中,离不开大客户的支持。电力企业在电力市场上的竞争,很大程度上是大客户竞争。大客户的服务与管理在电力营销中具有极为重要的作用,从电力企业而言,很多的发展机遇,发展借力点,都是由大客户所带来的,但是与大客户之间的营销关系的管理与维护也需要与时俱进的创新并完善的,因为,大客户也会随着市场的变化来不断的调整自身的发展方向,并衍生出相应的发展需求,包括对电力商品的需求也会出现变化。所以,主动服务就是,要主动从大客户的使用需求上去考虑,并积极调整服务方向,创新服务模式,力求更高效,更精准,更到位,从而获得大客户一如既往的支持。但是,从当前大客户管理服务的现状来看,无论是在客户关系管理上,还是服务上,

都还存在着一定的不足。具体表现在,没能从客户的角度为出发点,对于客户的需求了解不及时,而且信息反馈的渠道不够畅通,大客户需求来对企业的管理和服务进行相应的改革,提供更加精准的多元化服务。这就导致了企业开拓新市场,新客户的成本增加,从长远来看,不利于企业市场占有率和核心竞争力的提升,也不利于电力企业的进一步发展。究其背后的原因,与缺乏大客户管理思维,缺乏主动服务的意识不无关系。

### 1.3 缺乏高素质的电力市场营销服务队伍

随着时代的发展与进步,市场营销的模式发生了根本性的改变,而营销效果与营销队伍人员的能力素质不无关系。高素质的营销服务队伍意味着,不仅仅要有良好的营销理念,同时也要具备强烈的服务意识。这就需要能够深入市场,及时掌握客户的需求状态。以及能够结合市场的变化,营销服务是一门应用性,变化性极强的工作,不仅仅需要理念,更需要方法和经验。但是,从当前市场营销服务队伍的整体水平来看,参差不齐的现象还十分突出,营销服务人员对于市场的变化缺乏敏锐的观察力,从而导致在新时代背景下,无法根据这些变化,来做好营销服务,所以,要注重对人才队伍的培训与教育,不断加强营销服务的综合素质,从而发挥出电力商品的服务性作用。

## 2 新时代电力市场营销服务的有效策略

### 2.1 结合市场形势,转变营销理念

当今时代,是一个巨变的时代,随着市场化改革的持续深入,营销服务的难度不断加大,就需要企业结合当前的市场环境,以及客户对于电力商品的现实需求,来对企业的营销服务理念,模式等进行转变和调整。从全球布局的眼光上着手,从企业的服务特色,服务能力上着眼,来对电力企业的营销与服务工作做出科学的规划,包括市场营销架构的建构,服务体系的补充与完善,市场营销路径的拓展等等多个方面。总的来说,就是要结合大客户的使用需求。并且,作为企业的掌舵人,要带头利用一切可利用的渠道与方法,比如,要利用好信息技术的先进性,所以,企业管理层要高度重视营销服务对于企业发展的关键性作用,同时,积极认可新时代环境下,电力市场变化的现实性与残酷性,并与电力企业的市场营销服务工作形成有效的补充。从营销布局上,服务开展上,更加贴近客户的使用需求,加深客户的良好体验,从而获得更加广泛的市场支持。

### 2.2 结合时代变化,创新营销服务渠道

新时代背景下,社会高质量发展的典型性特征在于自动化、现代化、智能化发展,这就意味着电力商品的应用重要性,与广泛性更加突出。这不仅有利于电力

企业的进一步发展,同时,也意味着企业间的管理与服务必须更加精细化,才能记得更多客户的支持。显而易见,在这种形势下,电力企业想要获得更好的发展,就必须从方方面面来不断革新,内部管理是一方面,业务的拓展与发挥也十分关键。尤其是营销方法与手段决定了营销的效果。所以,除了传统的营销方法之外,还要积极利用先进技术的优势性来拓展营销服务的渠道与路径。转变传统营销服务的落后模式,以先进技术为依托,为纽带,为桥梁,来开展多元化的营销服务模式。除了传统的营销服务路径之外,电力企业还要积极依托互联网与信息技术来开辟新的营销与服务模式和渠道,以多种方式的营销途径来使得营销效果更加突出。比如,利用新媒体平台来开展个性化的营销与服务工作。互联网从最初信息资源优势,发展至今,无论是对电力企业的技术支持上,还是管理支持上,以及营销渠道的拓展上,都为电力企业的营销方法开辟了新路径,在当前的市场环境下,新媒体平台不再局限于社交、娱乐、资讯获取的功能上,而是有了更全面的功能。电力企业通过利用新媒体进行营销,一方面可以与客户进行及时的沟通,及时的了解客户的需求与诉求,同时结合客户的诉求来调整服务方法,同时也可以结合客户需求来及时了解市场的动向,包括一些先进服务理念,与电力市场相关的发展动向等等。而且,利用信息技术与互联网的营销服务,对于电力企业来说是十分有益的,不仅可以节约渠道成本,而且能够很好地扩大电力企业的影响力,因为在互联网的支持下,企业信息,企业特色,企业服务理念,都是可以持续展示的,这是很好地提升企业影响力的方法。

### 2.3 加强大客户管理

电力企业的可持续发展与壮大离不开大客户的支持,所以说,加强大客户管理,做好大客户的服务工作,是突出营销服务成果的重要前提。随着时代的发展,个性化时代来临,客户的消费方式与需求发生了巨大的变化,基于此,电力企业要重点突出“以顾客为中心”的管理理念,为大工业客户和重点优质客户提供专门化服务,提供客户个性化增值服务,有利于进一步完善企业的客户服务体系,扩充服务内容,增强客户的满意度。在大客户的管理与服务上,可以从几个方面着手,一是要建立与大客户沟通的直达平台,实时了解大客户的用电需求,用电特征。二是建立个性化的服务模式,包括面向不同的客户类型,来提供日负荷曲线,帮助大客户合理设置用电模式,并站在客户的角度上,提供建设性的节约用电建议等;三是,对于一些大型制造企业的客户来说,为了帮助大客户节约成本,实现经济效益最大化,

可以提供针对性的电网改造服务,从专业的角度出发,充分发挥出电力企业的优势性作用,包括对电网,电器,用电分布等,进行改造与优化,从而实现节约用电,高效用电的需求,从根本上满足客户降低成本,提供效益的需求。简单来说,要将大客户的利益置于首位,要力所能及的提供专业的建议以及技术支持,帮助大客户合理用电,节约用电,安全用电,只有客户的利益得到了充分的保障,电力企业的业务才能够深入开展,不断拓展,从而获得更好地发展前景。

### 2.4 加强基础设施建设,提升服务水平

电力企业要获得持续的发展,营销服务是关键,营销是引进客户,扩大企业的服务范围,为企业的发展提供更多可能。而服务则是巩固客户,留住客户,开拓客户的关键性因素。所以,仅有良好的营销手段还不足以促进企业的健康发展,还需要从服务上不断加强,提升客户的满意度。在服务水平的提升上可以从几个方面着手,一是,加强企业的基础建设,提升服务能力,包括服务响应的及时,检维修服务的及时有效等等。通过应用先进的技术手段,包括加强智能配台区,智能化线路监测系统等,来对电力传输的过程进行及时的监测,及时发现故障,锁定问题,并及时排除,以确保电力供应的连续性,为客户的生产稳定有序进行提供保障。二是,结合不同的客户类型来建立相应的服务机制,配备专业的服务队伍,针对可能出现的问题进行预演,并就问题类型,问题解决的方案进行规划,当问题真正出现时,能够及时,快速,准确的处理,确保客户用电正常。

## 3 结束语

综上所述,新时代背景下,电力企业面临的挑战与困难是多方面的,但并非是不能克服的。这就需要加强企业管理,尤其是要做好营销服务管理工作,从机制建设,到队伍建设,到渠道拓展,多途径,多路径的来解决企业发展中的问题。

### 参考文献:

- [1]张宇,胡维鹏.试析新时代电力市场营销服务的实施策略[J].中国室内装饰装修天地.2020(23):358-358.
- [2]欧向明.试析新时代电力市场营销服务的实施策略[J].科技风.2021,(22):0037-0037.
- [3]陈戈.试析新时代电力市场营销服务的实施策略[J].科技风.2021(000),008:188-188.
- [4]王佳薇.电力营销工作中的客户关系管理[J].科学与财富.2019,(22):0037-0037.
- [5]金晶.试析新时代电力市场营销服务的实施策略[J].电测与仪表.2020(000),008:98-98.