

供电企业电力营销管理的现状及创新路径

李逢时

国网吉林省电力有限公司通化供电公司 吉林 通化 135300

摘要:随着我国社会经济的发展,工业化进程的加快,人们对电力需求也越来越多,而电力营销管理的模式,是关系到供电企业的生存与发展的关键。近几年,供电企业在电力营销管理方面没有太大的进展,现阶段的管理模式已经不能迎合新时期的要求。在竞争日益激烈的电力市场中,不仅降低了电力企业的竞争力,还会降低电力企业的经济效益。那么,想要提高电力营销管理措施,就必须不断的优化管理模式,创新管理理念。因此,本文针对供电企业电力营销管理的现状进行分析,提出几点相关的创新路径,仅供参考。

关键词:供电企业;电力营销管理;现状;创新路径

近几年来,我国城市化建设进程的加快,人们的生活水平不断的提高,与此同时,对供电企业电力营销管理工作也提出了更高的要求。由于供电企业电力营销管理直接影响着供电企业在电力市场中竞争地位,所以要加强供电企业电力营销管理的水平,才能稳定供电企业的健康发展^[1]。供电企业要重视电力营销管理工作的重要性,在进行具体的管理过程中存在很多的问题,只有及时将这些问题解决,并制定相关的解决措施,才能有效的提高电力营销管理水平,从而提高供电企业的经济效益的增长。

1 供电企业电力营销管理的现状

1.1 供电企业电力营销管理意识不强

在新时期社会经济发展中,供电企业传统的电力营销模式,虽然也在不断的进行升级。但在电力行业市场被垄断的情况下,导致了供电企业电力营销管理意识降低,尤其是在电力营销管理的科学型、综合性和系统化的管理中,已经与现在的市场脱节,并且电力营销人员的营销意识也在不断的下降,促使目前的供电企业电力营销管理的观念,不能满足现在社会的发展需求,导致供电与用电之间有了很大的矛盾冲突点^[2],也在一定程度上降低了供电企业电力营销管理的整体效果,非常不利于供电企业的健康发展。

1.2 供电企业电力营销管理体系不健全

由于受到了传统的电力行业的发展影响,供电企业没有重视电力营销管理工作的重要性,并且缺少对基础用电和服务项目的覆盖范围,使供电企业和通电用户之间产生很大的距离差距,加上供电企业的电力营销管理体系的不健全,致使电力营销管理的理念和实际用电用户的实际需求不一致,并且产品在更新换代方面不及时,营销观念比较滞后,缺少创新意识,对电力市场的发展现状没有做好相关的调查分析,这不仅会降低用户的用电体验,也会导致供电企业的发展受到非常大的影响,发挥不了供电企业电力营销管理的功能。

1.3 供电企业电力营销渠道不畅通

在供电企业电力营销渠道方面,由于原来的配电网络与

主网的施工没有同步建设,供电结构之间链接不到位,导致供电出现瓶颈期,并且供电的结构缺少创新技术的设计,致使供电企业的部分供电环节的电力供应不足,从而导致供电主网的供电受到限制,就会造成整个电网的实际供电能力没有办法达到用户的要求,会在一定的程度上丢失很大一部分的客户。

1.4 供电企业电力营销缺乏风险意识

供电企业电力营销管理不仅能提高供电企业的经济效益,还能发挥营销管理的最大价值。在供电企业经济增长的同时,一些安全风险和经营风险也随之而来。随着电力行业的快速发展,对于供电企业的环保资源风险也越来越多,其中包括电表数计量和电费催收等,这些都能够对供电企业带来一定的经营风险。在激烈的市场经济的发展中,绿色环保理念的提出,加快了我国市场经济的发展速度,并且在现今的电力市场中,出现了大规模的节能环保能源,在一定程度上发展成了社会的主流产业,在供电企业电力营销管理的过程中,如果还是采用传统的管理模式和管理理念,就会在市场中缺少竞争力,造成更大的经营风险,从而会导致电力资源和产品被市场淘汰,影响到整个供电企业的可持续发展进程^[6]。

2 供电企业电力营销的创新路径

2.1 创新电力营销管理理念

在新时期的社会经济发展过程中,供电企业要重视创新电力营销的管理理念,积极的对供电企业的管理体系进行优化,要确保发展理念能够跟得上现今的社会经济发展的步伐。与此同时,也要最大限度的满足不同的用电客户的不同需求,高效的为用电客户提供更加安全优质的电力服务,进而推动供电企业电力营销管理工作的顺利进行,坚持将创新营销理念进行有效的实施。在保障电力产品质量的基础上,供电企业要积极的建立良好的供电企业文化和企业文化形象,同时也要加强供电企业电力营销的宣传力度,通过对环境保护和不可再生资源保护方面进行深入的宣导,要让用电客户对电力的功能理解更加全面,加深用电客户对供电企

业文化的理解,引导广大用户在平时的生活中积极的使用电能。供电企业电力营销人员要不断的拓展电力市场,提高在市场中的竞争力,为供电企业的文化形象打下良好的基础,因此,要创新电力营销管理的理念和管理模式,不断深化营销服务的重要性,从而实现供电企业健康发展的目标。

2.2 完善供电企业电力营销管理系统

供电企业电力营销管理工作想要的到经济效益的持续增长,就需要建立全面的电力营销管理体系和管理制度,通过营销管理工作的不断优化升级,将管理理念和管理模式制定细化的实施方案,充分的将现阶段的电力市场的优势发挥出来,同时要完善供电企业内部的部门之间的协作,并且完善供电合同的相关管理制度,确保电力营销管理系统化的管理模式能够得到高效的落实,并保证执行力度的到位^[3]。建立供电企业电力营销用电客户管理系统通过系统的完善加强在电力营销过程中对客户的统计,对用电客户进行全面的营销服务,将客户用电要求进行详细的了解和记录,然后加强完善供电企业电力营销的监督制度,进而提升供电企业电力营销管理的专业性,严格的按照相关的规定进行电力营销。把营销客户管理系统通过相关人员的专业服务,将电力营销管理工作更加有效率的完成,促进供电企业的进步发展。

2.3 创新电力营销宣传和渠道开发

供电企业电力营销管理中,电能的质量是电力营销基础保障,要不断的对电力的发展环境进行优化升级,尽可能的将电网的建设更加的安全合理化,建设现代化的优质电网。同时,要加强清洁电能的高效开发,增加管理措施的落实,进而达到电网的使用更加安全,经济效益能够得到大幅度的提升。因此,供电企业要加强对市场中电力产品的开发设计,从而满足社会经济发展高标准需求,要进一步的加强电力市场的调查与分析,有利的把握住现如今电力市场环境的发展时机,采取有效的措施,加强电力营销管理工作,进而降低供电企业的发电成本,尽可能的在电价方面为用电客户带来更多优惠活动,在电力配网的建设方面,要符合人们实际的用电需求进行科学合理的规划然后供电企业要严格执行国家制定的电价优惠政策,准确切实的对电价的标准进行高效的落实。供电企业要针对工商业的实际用电量较大的客户,进行电力市场的目标分析,通过有效的用电价优惠方案,提高开发供电企业的发电效益。供电企业电力营销管理中心,要加大电能产品的宣传力度和营销渠道的开发,并严格的控

制成本,让更多的客户享受到电价优惠政策,营销人员要从专业的角度为客户提供用电指导,从而进一步的扩大供电企业在市场中的份额占比,增加企业经济的可持续增涨。

2.4 加强电力营销风险管理的意识

供电企业电力营销管理在开展过程中,要加强风险管理意识,相关的管理人员要重视电力营销的信息化体系的建设,并且要完善体系的风险管理监督措施,通过互联网进行信息技术的开发,将信息技术的便捷性和有效性完全的发挥出来,并且高效地对网上缴费系统进行改善,完善服务项目的多元化,进而全面的提升供电企业电力营销管理信息化的管理水平,最大限度降低用电用户的缴费困难的问题。与此同时,也要加强供电企业对突发事故的处理速度,提高电力营销的后期的管理工作,并且提升服务能力,要及时的发现客户的用电问题,采取相应的措施用来保障用户使用电力系统的过程中,能够实现安全稳定的运行状态,从而增强用户用电的可靠性和安全性,促进供电企业电力营销工作的顺利开展。

结束语:

综上所述,在社会经济不断进步的新时期,供电企业的电力营销管理过程中,只有将营销管理理念不断的进行创新,开展准确的市场调查和研究,加强自身企业的竞争意识和风险的防控意识,并且健全相关的管理体系和监督管理制度,高效的拓展电力营销渠道,加大宣传力度,培养高素质的营销管理人才,根据供电企业的电力营销策略进一步的将营销人才的专业知识进行系统化的培养,才能保证电力营销管理工作能够适应现今社会的发展需求。

参考文献:

- [1] 曹恺祺. 供电企业电力营销管理的现状与对策分析[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版),2021,18(3):66-68.
- [2] 李佳,雷思雨. 供电企业电力营销管理的现状与对策分析[J]. 中国科技投资,2021(14):182,191.
- [3] 贺涛. 供电企业电力营销管理的现状与对策分析[J]. 数码设计(下),2021,10(5):205-206.

作者简介:李逢时 1992年4月,籍贯:吉林省长岭县 民族:汉,男,学历:本科 中级工程师,毕业于东北电力大学 研究方向:电力营销。