

电力市场化背景下电力营销管理与优质服务措施研究

陈璐 李洪祯 吴江啸

国网江西省电力有限公司乐安县供电分公司

摘要:随着我国社会的进步与发展,人民生活质量和生活水平有了极大地提升,对于电力管理水平以及服务质量提出了更高的要求。在电力市场化的背景下,电力企业要想在激烈的市场竞争中占据有利地位,就需要提升电力营销管理,为客户提供优质服务。基于此,本文先分析电力市场化背景下电力营销管理与优质服务的价值,之后针对电力市场化背景下电力营销管理与优质服务存在的问题,提出合理措施,帮助电力企业更好发展。

关键词:电力市场化;电力营销管理;优质服务

电力是国民经济中一个重要组成部分,影响着居民的生活和工作,因此在电力市场深入推进的基础上,电力企业为跟上电力市场的发展,需要加强电力营销管理与优质服务。在电力市场背景下提高自身优势,坚持以市场为导向,不断提升营销质量,获取更多客户的满意。为更好提升整个电力市场的发展,本文将研究电力市场化背景下电力营销管理与优质服务措施,旨在为相关企业工作者提供帮助。

1 电力市场化背景下电力营销管理与优质服务的价值

1.1 提高电力企业经济效益

从当前电力企业的发展来说,提升企业经济效益,不仅是企业未来发展的目标,更是维持企业进步与发展的必要条件。电力企业主要的经济收入来源为电力营销服务,只有工作人员加强服务水平,获取客户的满意,才能够帮助企业获得更大范围的影响力,吸引更多客户,从而增加经济收入,在激烈的电力市场竞争和市场经济中占据有利地位^[1]。

1.2 提升企业形象

电力企业发展中电力营销是一个重要组成部分,电力营销的发展主要是为客户提供多样化的电力产品,方便客户选择。在实际电力营销服务中,服务人员的态度会直接决定客户对于企业的印象。电力市场化背景下,提升电力企业的电力营销管理水平,为客户提供优质服务,将会提升电力企业的外在形象,扩大企业影响力。

2 电力市场化背景下电力营销管理与优质服务存在的问题

2.1 电力市场化背景下电力营销管理存在的问题

2.1.1 营销人员专业性较低

目前,我国电力企业对于营销管理体系的构建,仍存在许多不合理情况。大部分企业营销人员的综合素质较差,电力企业不重视对营销人员的专业化培训,导致员工不能跟随社会的发展使用先进的设备和技术,缺少专业能力。此外,电力企业在进行管理,营销人员的薪酬和奖金差距较大,使多数营销人员出现心理不平衡,在实际工作中缺乏积极性,无法为客户进行专业的服务,从而影响

电力企业的营销质量。

2.1.2 电力市场有待开拓

随着社会的进步,我国开展走绿色可持续发展道路。在这一发展背景下,不仅给电力企业带来了巨大的机遇,也带来了一定的考验。其中考验主要指,天然气和太阳能是目前占市场份额较大的能源企业,并且天然气和太阳能已经获得人民群众的认可,电力市场的开拓面临着较大的挑战,电力市场敏感性较差,并且企业的营销管理无法满足能源企业的发展和用户的需求^[2]。

2.1.3 营销管理存在风险

从当前我国电力市场发展的现状来看,电力企业的营销管理结构还存在较大的问题。首先是技术层面的问题,营销管理结构设计缺陷较大,结构本身缺陷较多;其次是操作层面的问题,电力企业系统维护人员可能会在电价标准修改上出现失误,从而导致电费误算的情况出现,最终造成操作风险;最后风险在于违规操作方面,大多数电力企业维护人员都会利用职务便利,利用较为隐蔽的技术对重要数据进行修改,导致营销管理风险显著提升。

2.2 电力市场化背景下优质服务存在的问题

2.2.1 电力企业服务技术有待提高

在电力市场发展的背景下,电力企业的服务水平需要进一步提高才能获得客户的满意。从当前我国电力企业对于技术支持系统来看,无法达到快速实现互联互通的服务目标,从而导致一些关联数据的更新和补充并没有提升服务效率。在电力企业客户进行服务的过程中,客户若需要分布式电源接入,为办理该项业务,就需要现场和营业厅两边来回跑的方式,才能够办成该项业务,整个过程过于繁琐,客户容易出现厌烦,从而降低对企业的评价^[3]。在客户前往电力企业办理业务时,除了与营业厅服务人员沟通外,不能选择其他服务方式,例如:网上平台实施互动等,当前服务方式较为单一,无法满足用户的需求,降低客户对于电力企业服务满意度的同时,电力企业营销人员对于客户的消费需求不清楚,不能为客户提供优质的服务,服务质量降低。

2.2.2 服务意识薄弱

在电力市场发展的背景下,电力企业需要为社会各阶层提供优质服务。但从目前,电力企业为客户提供的服务来看,供电企业在电力市场有着重要地位,由于市场竞争较小,导致电力企业对于客户的服务意识较为薄弱。大多企业人员认为,即使不给客户提供优质服务,客户也会选择进行消费。因此,电力企业工作人员不会积极主动提高服务质量,甚至部分工作人员还存在欺辱消费者的情况。

2.2.3 服务效率低

在电力市场发展的背景下,服务效率低主要体现在电力企业缺少增值服务。节能减排服务较少,当前我国大力支持和鼓励绿色可持续发展道路,电力企业对于新型环保技术的推广不到位。现阶段,人民群众都依靠手机办理相关业务,而供电企业手机业务办理方面,缺乏创新力,手机端用户使用能力不高,服务渠道狭窄。此外,供电企业服务平台质量不高,服务效率低,用户使用感较差。

3 电力市场化背景下电力营销管理与优质服务措施

3.1 电力市场化背景下电力营销管理措施

3.1.1 对电力营销市场进行划分

为进一步加强电力企业的电力营销管理工作,需要针对市场的具体情况划分。根据行业划分包括:居民用电、工业建筑用电、农业用电以及商业用电等。之后再根据电力市场的发展对电力营销市场进行划分,其中包括两类第一类为现有市场,第二类为潜在市场。在进行电力营销市场划分的过程中,工作人员需要对不同用户的用电进行评价,分析电力为下滑、平稳还是稳定上升的状态,并根据最终数据查看用户是否有按时缴纳电费。根据划分情况电力企业就可以根据划分采取针对性措施。为实现企业的正常盈利,需要保证居民用电、商业用电以及工业用电正常供电;对于一些车间照明或机关室内照明等非居民照明用电,需要为其设置双电源;对于农村用电需要进行长期的考量,查看未来电量是否出现明显上涨。为保证营销管理能够促进企业发展,可以通过“竞价上网”的方式,支持和鼓励电力企业开展竞争观,为客户提供更多优质的电力商品,此外,电力企业需要时刻关注电力营销市场划分情况,预测各区域客户的用电需求,并提出合理的服务预案,提升电力营销管理水平^[4]。

3.1.2 更新电力营销管理,提高风险意识

在电力市场化背景下,供电企业要想获得发展,就需要更新电力营销管理理念,提高风险意识。供电企业电力营销管理的需要制定合理的策略,帮助企业更好地开拓用户市场,不断扩大电力企业在电力市场的市场份额,增加企业收益。在此基础上,电力企业无论是管理人员,还是基层营销人员需要转变营销方式。电力企业提高市场调研等方式,更新电力营销管理方式,帮助工作人员拓展营销渠道,从而保证电力企业的供电人员都能满足人们的各种营销需求,转变营销人员的工作态度。电力企业需要制定科学、合理的营销管理制度,完善奖惩制度,让营销人员能够积极学习先进的营销理念,提升自身风险意识。在未来发展中,电力企业不再是一家独

大。电力企业在今后激烈的电力市场竞争中,占据有利地位就需要提升电力营销管理模式和风险意识,实现营销活动的高效开展。

3.1.3 加快电力升级,实现人工智能管理

目前,我国大部分输配电网老化较为严重,在日常生活中容易出现故障,影响用户的正常用电,电网维修人员的工作较为艰巨。为此,需要尽快实现电力营销管理升级,实现人工智能对电力营销管理后期的维护工作。人工能够实现对用户进行的实时管理,通过大数据分析了解客户的需求,为其提供满意的营销服务,提高企业形象。

3.2 电力市场化背景下优质服务措施

3.2.1 引进先进技术加强客户体验

在社会发展的背景下,积极引进先进服务技术,通过信息化手段,构建客户体验专区,利用信息化平台与客户进行沟通,解决客户电力使用或电力产品使用中的问题。通过引进先进技术满足客户多样化的需要,此外,还可以建立客户积分制,掌握客户电费缴纳情况,当客户按时缴费,无拖欠行为时,在积分达到一定数额,电力企业需要为用户提供奖品,从而加强可用体验获得用户满意^[5]。

3.2.2 完善服务流程,提供服务意识

电力企业要想为客户提供优质服务,就需要对服务流程进行分析,了解服务流程中存在的不足,完善服务流程,不断提升企业服务人员的的服务意识和效率。在完善服务流程过程中,需要电力企业普及手机端缴费,与支付宝或微信进行合作,保证网上缴费的安全性,在缴费完成后需要为客户提供详细的电力使用账单。此外,对于提升服务人员服务意识和效率,需要企业整合电力服务业务,实现电力服务的信息化,开通服务热线、信息化咨询平台等方式,及时了解客户的问题,并能够在第一时间对问题进行处理,保证用户电力的使用。

结束语

综上所述,在电力市场化发展的背景下,电力企业通过完善电力营销管理、为用户提供优质服务才能在今后激烈的市场竞争中占据优势,获得收益。

参考文献:

- [1]王亚.远程用电检查技术应用于电力营销中的重要性分析[J].电气技术与经济, 2023, (10): 171-173.
- [2]申凤玲, 俞文瑾, 印青等.基于半监督谱聚类的电力客户群体细分模型构建[J].自动化技术与应用, 2023, 42 (12): 85-89.
- [3]陈竞, 李宇远, 杜杰.基于 Web Service 的分布式电网营销数据共享方法[J].武汉理工大学学报(信息与管理工程版), 2023, 45 (06): 977-982.
- [4]王雷, 吴广宇.数字化管理模式在供电企业电力营销业务中的价值探究[J].国际公关, 2023, (22): 124-126.
- [5]聂翠红, 陈耿涛.基于 RPA 的电力客服工单智能监控工具的研发[J].电气技术与经济, 2023, (09): 192-193+198.