

如何有效提升供电企业农电营销管理

罗松卓嘎

国网西藏电力有限公司昌都供电公司 昌都 854000

【摘要】随着农村经济的快速发展,电力需求不断增加,供电企业农电营销管理面临的问题日益凸显。为提升农电营销管理水平,促进农电事业的可持续发展,需要认真分析现有问题,并采取有效对策加以解决。本文分析了农电营销管理的现状,包括组织结构、人员配置、渠道策略、服务模式、技术应用、客户满意度与忠诚度等方面。针对现有问题,提出了提升农电营销管理的策略,包括优化管理体系、提升服务水平、强化信息化建设等。同时,提出了实施保障措施,如加强组织领导、完善考核激励机制、强化培训与学习等,以确保策略的有效实施。这些策略旨在提高农电营销管理的效率和效果,提升客户满意度和忠诚度,为供电企业的持续发展提供有力支持。

【关键词】农电营销管理;优化策略;服务水平;信息化建设;保障措施

引言

近年来,随着国家经济的快速发展,农村用电需求日益增加,农电营销管理面临的问题日益凸显。在新形势下,供电企业需要转变观念,积极适应新常态,立足客户需求,不断创新农电营销管理体系和服务模式,全面提升农电营销管理水平,为农电事业的可持续发展提供有力支持。本文将对农电营销管理的现状进行分析,包括组织结构、人员配置、渠道策略、服务模式、技术应用、客户满意度与忠诚度等方面,并提出提升农电营销管理水平的策略,以期促进农电事业的可持续发展。

1 农电营销管理的现状

1.1 农电营销管理的组织结构与人员配置

当前,我国供电企业的农电营销管理组织结构仍存在一些问題,具体表现在:一是农电营销组织机构设置不够完善。在组织结构上,农电营销管理部门一般只有一个,在这种情况下,部门内部的工作人员并不能将具体的工作责任落实到每个人身上,工作人员对于自身职责范围内的工作内容缺乏应有的认识,导致了营销管理的效率不高。二是农电营销人员配置不合理。由于农村居民经济收入水平相对较低,在进行日常用电过程中会存在用电质量问题,所以农电营销人员多为兼职性质,大部分都是以农民身份参加农电营销管理工作,对自身职业规划没有明确的认识。

1.2 农电营销的渠道策略与服务模式

(1)农村营销渠道。目前,农电企业的销售渠道主要有两种:一种是电力批发市场,另一种是农村直接销

售市场。目前,电力批发市场的数量在逐年减少,对电力批发市场的依赖也在逐渐减弱。随着农村经济的不断发展,农民对电力需求的不断增加,电力销售渠道也在不断扩大。从整体上看,目前我国电力销售渠道仍以农电企业为中心,围绕农村用电市场和农网改造升级为中心来进行发展。

(2)农村直接销售市场。以农村乡镇为中心的区域市场和以县城为中心的区域市场是农电企业的主要销售市场。从目前来看,我国农村乡镇用电客户占了整体农电用户的90%左右。在我国大部分农村乡镇地区,农电企业拥有较为完善的网络设备,并且农电企业对用户的供电质量也得到了保证,所以,农村乡镇用户也逐渐成为了我国农电企业的主要销售市场。根据统计数据显示,农电企业的主要销售对象就是农村乡镇用户。

1.3 农电营销的客户满意度与忠诚度分析

为满足客户的用电需求,供电企业除了需要加大对电网设备的投资力度外,还需要充分挖掘客户潜力,提高服务水平,开展全方位、多层次的用电营销服务,提高客户满意度。

目前,供电企业在农村地区所开展的用电营销服务主要有两种方式:一是供电企业以上门收取电费的方式进行供电服务;二是供电企业通过乡镇供电所提供的“一站式”用电服务来进行供电服务。从客户角度来说,这些方式均能够在一定程度上满足客户用电需求,但其缺陷也十分明显,如:在客户办理相关业务时,往往需要排长队、花费较长时间才能完成业务办理,导致客户满意度较低。

2 提升农电营销管理的策略

2.1 优化农电营销管理体系

2.1.1 建立完善的农电营销管理制度

营销管理制度的制定，不仅要满足国家相关的法律法规要求，还要符合国家电网公司的相关规定，其目的是为了能够最大限度地满足农村客户对电力需求的基本要求，并确保供电企业能够在市场竞争中获得一定的优势地位。因此，在营销管理制度制定过程中，必须要充分考虑到农电客户的实际需求，在此基础上制定相应的营销管理制度。在农电营销管理体系建设中，客户服务中心是为农电客户提供各项服务的平台，因此，其各项工作制度的建立要遵循科学性、规范性、系统性等原则，其内容包括：

(1) 客户服务中心要制定客户投诉管理办法、受理制度、考核制度、奖惩制度等相关管理制度；

(2) 建立农电营销业务标准作业程序(SOP)和基础资料档案管理标准作业程序(SOP)；

(3) 建立农电营销业务培训制度，组织开展形式多样的培训活动；

(4) 建立农电营销业务考核制度，对营销人员进行绩效考核，将考核结果与岗位任免、薪酬待遇挂钩。

2.1.2 加强农电营销团队建设

对农电营销管理人员进行培训，提升他们的营销知识水平，使其能够为客户提供更加优质的服务。

(1) 优化人员结构，组建专业人才队伍：积极开展营销人员招聘工作，提高人员素质水平，并对现有员工进行业务培训和指导，让他们能够更好地适应工作环境。

(2) 制定人才培养计划：通过理论学习、实践锻炼等方式，为员工提供更多的学习机会和实践平台，使员工能够更加系统地了解营销管理相关知识，为其提供更多的发展空间和机会。

(3) 建立激励机制：对于表现优秀、贡献突出的员工要进行物质奖励，并设立专项奖励基金用于营销管理团队建设和企业文化建设。

2.2 提升农电营销服务水平

2.2.1 提高供电服务质量

(1) 服务品牌：“企业与客户共赢”是供电企业的服务品牌，优质的服务能够促进供电企业的发展，优质服务主要包含了以下几个方面：①通过向客户宣传电力相关知识，使其了解到电力对自身生活和工作的影响；②通过

业务咨询、投诉受理等形式，帮助客户解决用电难题；③在工程项目施工阶段，对客户进行相关用电安全知识的宣传；④通过提供优质的供电服务，对客户进行回访。

(2) 服务形象：企业员工的行为规范、精神面貌以及对客户的态度等都会影响到客户对企业形象的评价。因此，供电企业应加强对员工的职业道德教育，在员工中树立“以人为本”和“客户至上”的理念。

(3) 服务效率：供电企业应建立规范化、标准化的服务流程，如客户资料的录入、用电业务的办理、用电检查的申请等，并针对不同用户制定不同的流程，使员工能够熟练掌握每一个业务流程。

(4) 服务质量：供电企业应将“客户满意”作为服务目标，不断改进服务方式和提高服务水平，以满足客户需求为中心，在提供优质服务的基础上，提高供电企业的经济效益。

(5) 服务沟通：供电企业应加强与客户之间的沟通，了解客户对电力系统建设及供电方面的需求和意见，并及时将相关信息反馈给上级部门和相关技术人员，以便做出相应调整。

2.2.2 加强与客户的沟通与互动

(1) 要想提升农电营销服务水平，要积极加强与客户的沟通，了解客户的需求，并及时解决客户提出的问题，以提高农电营销服务质量。

(2) 要建立完善的农电营销服务管理体系，对农电营销人员进行定期培训，提高农电营销人员的综合素质与技能水平。

(3) 要建立健全客户信息管理系统，提高农电营销服务效率与质量。在农电营销服务系统中，要对客户的信息进行记录和分类，并在系统中建立起相应的档案，将客户信息与公司管理信息系统相对接，及时掌握客户的用电需求，以便于为客户提供优质、高效、满意的服务。

(4) 要定期进行客户满意度调查，并及时总结调查结果，对客户反映的问题及时解决。

2.3 强化农电营销信息化建设

2.3.1 推广智能电表和用电信息采集系统

用电信息采集系统的建设对于电力营销有着十分重要的意义，随着电网结构的不断完善，将信息采集系统引入到电力营销领域，对电力营销信息进行采集和管理，有利于实现对用户用电情况的实时监控，能够及时掌握用户用电

情况,提高工作效率,对于完善电力营销体系有着重要的意义。在农电营销管理中,应用电力信息采集系统能够及时了解农村用电情况和电费回收情况,能够为企业制定发展策略提供有效参考。在农电营销管理中应用电力信息采集系统可以实现对用户的实时监控,可以及时发现电能浪费和窃电现象,减少企业的损失。

2.3.2 利用大数据和云计算技术提升营销决策水平

在农电营销管理中,营销系统的信息数据是一个庞大的信息体系,但是这些信息数据是分散在各个系统中,没有进行统一的整合与分析,所以农电营销管理中缺乏决策的支持。在农电营销管理中,要利用大数据和云计算技术提升营销决策水平,建立营销数据模型和营销数据挖掘模型,为农电营销管理提供有效的数据支撑。在农电营销管理中,还要建立大数据分析模型,对用户用电行为进行分析和研究,以便制定更加科学合理的电力营销策略。

3 实施保障措施

3.1 加强组织领导

成立营销管理提升领导小组,由公司主要领导担任组长,分管营销工作的副总经理、营销专业部门主要负责人、各基层供电所所长为成员。领导小组负责统筹协调农电营销管理提升工作,明确各成员的职责分工和工作要求,定期召开推进会议,研究解决重大问题。期间需要将农电营销管理提升纳入公司年度重点工作计划,制定农电营销管理提升实施方案,明确工作目标、具体措施和责任人,并将农电营销管理提升工作纳入各供电所年度绩效考核范围,层层分解、层层落实目标责任,确保农电营销管理提升工作有序开展。

3.2 完善考核激励机制

(1) 建立以营销、生产、财务等专业为主体,覆盖所有农电人员的全专业指标体系和全员绩效考核体系,实现指标横向到边、纵向到底,的全过程闭环管控;(2) 在完善农电营销指标考核体系的同时,创新建立农电营销综合评价指标体系,全面评价农电营销工作质量、管理水平和服务效能,实现营销业务全方位、全过程管理。(3) 在明确考核的基础上,建立健全激励机制,以业务指标、管理指标为基础,以服务质量、营销风险防控为重点,完善激励约束机制,实施多维激励评价:在劳动报酬方面体现“多劳多得”和“公平公正”;在发展空间方面体现“能上能下”和“能进能出”。

3.3 强化培训与学习

一是开展全员培训,将营销工作纳入营销部门员工岗位技能培训计划,做到“全覆盖、不间断”。

二是针对农电工开展专项培训,按照“缺什么、补什么”的原则,对农电工进行营销基础知识、营销业务技能、营销工作流程等方面的培训。

三是加强农电员工业务技能培训,充分利用远程教育、内部网络平台等多种方式,组织开展业务技能培训。

四是开展“岗位练兵”活动,通过以老带新、以赛促训的方式,开展农电员工技能竞赛,不断提高农电员工的专业技能水平。

五是加强岗位练兵竞赛成果转化应用,将学习成果转化为实践能力,培养一支懂营销、懂业务、会管理的农电营销队伍。

4 结束语

总而言之,在农电营销工作中,要想提高农电营销服务水平和市场竞争力,必须不断创新和完善农电营销管理体系。通过加强农电营销团队建设、提升农电营销服务水平、强化农电营销信息化建设等措施,可以进一步优化农电营销管理体系,提高农电营销服务质量和效率,增强农电营销的市场竞争力。在实施这些措施的过程中,需要制定具体的实施方案和保障措施,确保各项工作的顺利进行。要加强组织领导,完善考核激励机制,强化培训与学习,提高员工的专业素质和工作能力,为农电营销工作的顺利开展提供有力保障。

参考文献:

- [1] 翟桂元. 供电企业大客户营销管理的提升策略[J]. 现代企业文化, 2023(28): 29-32.
- [2] 张晓慧. 供电企业大客户营销管理的提升策略[J]. 企业改革与管理, 2020(08): 105-106.
- [3] 孟莉. 农电市场营销管理中存在的问题和对策[J]. 通信电源技术, 2018, 35(07): 183-184.
- [4] 蔡婷婷. 农电营销智能化技术方案研究[J]. 建材与装饰, 2017(06): 255-256.
- [5] 贺孚威. 如何有效提升供电企业农电营销管理[J]. 企业改革与管理, 2017(02): 119.

作者简介:

罗松卓嘎(1994.4-),女,藏族,芒康人,本科,初级助工,研究方向:农电及综合管理。