

# 新时期下电力营销管理与供电优质服务工作

陈巧红

国网厦门供电公司厦门电力工程集团有限公司 厦门湖里 361006

**【摘要】**在新时期背景下，电力市场竞争日益激烈，电力营销管理工作的重要性不言而喻，本文以电力营销作为研究对象，从新时期电力营销管理存在的不足的角度入手，论述其具体问题并提出针对性的建议，以供业内人士参考。

**【关键词】**电力营销；管理策略；电力事业

## 前言

伴随着科技进步和电力市场发展的不断变化。对电力企业而言，市场营销的重要性日益凸现。在这种情况下，为了更好地开展电力市场营销工作，提高工作效率，对营销工作进行管理就变得越来越重要。传统的电力市场营销模式必须与时俱进，不断革新，才能保证电力市场的健康发展。

## 1 电力营销管理所存在的问题

### 1.1 营销意识不足

营销意识薄弱是目前我国供电企业普遍存在的问题。特别是随着新能源的兴起，对电力市场产生了巨大的影响。在此背景下，电力企业在营销管理方面也面临着深刻的变革与创新。尽管目前的市场形势较好，但是要想进一步扩大市场占有率，也具有一定难度。近年来，新能源产业得到了迅猛的发展，使得电力市场上的竞争日趋激烈。为了在激烈的市场竞争中立于不败之地，电力企业必须制定相应的市场战略。通常，电力市场的定价是由政府统一制定、调控的，因此，企业定价权受到一定的制约。长期以来，我国大多数电力企业具有垄断性的特征，但是新能源技术的出现，使企业面临着市场的巨大冲击，这就要求我国电力企业进行思想观念上的改革。电力企业需要增强营销意识，改变传统的管理观念，提高服务水平，进行营销战略的创新。同时，也要密切关注新能源技术的发展动向，坚持符合国家方针的前提下，积极开拓市场空白，为用户提供个性化和差异化的服务，以适应瞬息万变的市场需要。面对当前新形势的挑战，电力企业必须认清市场的重要地位，加强市场营销的改革和创新。通过提高服务质

量，创新营销战略，密切关注市场动态来提高电力企业的竞争力。唯有如此，才能使电力行业在日益激烈的市场竞争中立足，为国家电力事业的繁荣与发展作出贡献。

### 1.2 缺乏风险意识

随着人们对环境保护的重视，电力行业进入了高速发展时期。目前国内新型的发电技术以及新型能源产业对电力行业产生了很大的冲击，与传统电力企业相比，新兴技术和能源产业在市场竞争方面有其独特的优势。为了适应消费者对环保、便捷和智能化的要求，电力企业需要在技术上加大革新力度，更多地关注用户的体验感，为用户提供更多的人性化服务。首先，电力企业要转变发展策略，增加技术的研究与开发，提升电力企业自身的竞争能力。其次，面对当前激烈的市场竞争，电力企业必须强化内部管理、提升运作效率、降低运转成本。同时，电力企业也要注意品牌的建立与营销，提高电力产品在消费者中的认可度与接受度。新时期背景下，电力市场的变化是对传统的电力企业既是一种机遇，也是一种挑战。只有与时俱进，开拓创新，电力企业才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。随着科学技术的进步，因此，电力企业务必要积极探索传统电力行业的转型升级之路，走新时代电力事业发展的道路，推动电力企业实现可持续化发展。

### 1.3 信息技术水平较低

当前，我国正处于信息技术高度发展的时期，信息技术的开发与应用已渗透到各行各业。但是，在电力企业的营销管理工作中，仍有许多滞后的方面，不能与现代社会相适应。这在一定程度上制约着电力企业的发展，同时也制约着电力供应的质量与效率。信息化在电力企业营销工

作中占有举足轻重的地位。信息技术有助于企业实现高效率经营、改善工作质量、降低经营成本、增强企业竞争能力。在电力系统的运行中,想要实现电力系统的资源最优化,改善电力系统的运行效率,减少系统的故障处理时间,降低系统的事故率,就必须强化信息技术的应用。虽然信息化的重要性毋庸置疑,但许多电力企业还停留在陈旧的营销理念上,不愿意接受新兴技术和新兴理念,不愿意在学习、融合和变革上下功夫。因此,企业往往将营销管理工作的改革视为企业发展的“锦上添花”,而忽视对其自身发展的必要性。尤其是忽视了对信息化可能产生的技术性困难、不能习惯新的工作方法、甚至可能暴露企业的内部管理问题等问题,而这种思想对电力企业的长期发展是不利的。在这样的形势下,电力企业必须意识到,要想提高营销管理水平和服务水平,就必须进行信息化建设。企业要积极投身于信息化建设中,改变传统的思维方式,积极地学习信息技术,与企业未来的发展道路相适应,才能使电力企业在激烈的市场竞争中保持优势。

#### 1.4 市场营销队伍的整体素质偏低

当前,电力行业的发展正面临着空前的严峻挑战。企业管理人员的整体素质与市场的要求不相适应成为了突出的问题。随着电力市场的不断发展,电力企业营销管理方式已不能满足现代化市场发展的需要。以往,由于电力行业的垄断,用户对供电品质的要求不高。但是,在激烈的市场竞争和更高的用户需求下,电力行业营销人员的整体素质问题日益突出。因此,在新的市场环境下,要从多方面着手,努力提升电力企业营销人员的整体素质。通过加强培训,提高管理力度,密切关注市场动态,以更好地满足用户的需要,增加用户的忠诚度和信任度,获得用户的信赖与支持。

### 2 新时期提供优质电力营销服务的措施

#### 2.1 制定合理的市场营销战略

为了在激烈的竞争市场上占据一席之地,使企业获得更多的经济效益,使用户能够更便捷地获得更优质的服务,就必须不断地更新电力企业的营销理念。在平时的经营中,制定合理的市场营销战略,最大限度地实现企业的利益,降低管理成本,进一步提升营销管理的效果,可以针

对企业的具体情况,以及目前的环境,制定切实可行的营销战略,即对传统的营销观念进行变革。在此过程中,要加强对电力市场的营销管理,提高电力市场的管理效率。一是以用户为本。在当前激烈的市场竞争中,用户的需求与满意度才是企业最关心的问题。这就要求电力企业要根据用户的实际情况,对其进行有针对性的服务。同时,不断地完善用户服务流程,以提高用户的满意度。

二是进行市场营销战略的创新。要构建基于互联网和大数据技术的新型营销模式,扩大销售渠道,增加市场份额。此外,电力企业要注重对人才的培养,不断提升其专业技能与服务质量。通过建立有效的激励机制,充分调动营销人员的工作热情和积极性,为企业的可持续发展提供强大的动力。三是加强企业管理和运营模式的创新。要深入推进信息化和数字化建设,提高企业的管理水平和运营效率。同时,要注重引入先进的管理理念和方法,不断完善企业的内部管理体系,确保企业运营的规范化和高效化,同时营造积极向上、团结协作的企业文化,激发员工的归属感和创造力。通过举办各类文化活动和培训,提高员工的专业素养和综合素质,为企业的长远发展提供坚实的人才保障。在新时期背景下,电力企业在面对新的市场环境和竞争压力时,需要积极寻求创新和突破,不断拓展新的业务领域和市场空间,加强管理和企业文化建设,不断提高企业的核心竞争力,实现可持续发展。

#### 2.2 加强对市场营销队伍的管理

在电力企业的发展和经营过程中,人才是实现高质量管理的基础,也是推动营销管理工作质量得到突破的关键,营销管理工作中,唯有提高营销人员的个人素养和专业技术,才能让相关工作人员能够更好地处理日常工作中出现的问题,从而在用户心目中建立起一个良好的企业形象,并保证日常工作的顺利进行。因此,电力企业在具体的层面上,要将先进的营销理念灵活运用。另外,电力企业还应加强对相关电力营销人员的思想素质教育,增强对营销知识的认知,让其真正做到爱岗敬业,增强营销管理人员的责任感。另外,还需要对营销人员进行专业培训,提高该群体的专业水平和能力。在提高员工素质的同时,也要注重电力产品的创新,电力产品是提高电力企业核心竞争

力的关键。电力产品作为企业与客户交流的纽带，唯有不断地进行创新，才能更好地适应瞬息万变的市场与用户的需要。因此，企业要加强对产品研究开发的重视，通过对市场的敏感性，把握住产业发展的趋势，在激烈的电力市场竞争中保持领先地位。同时，要把产品创新和企业文化发展有机地联系起来，形成自己独有的品牌形象，从而提高企业在市场上的竞争能力。其次，电力企业应该充分利用信息和社会化媒体等多种传播途径，把自己的产品进行大力推广。与此同时，电力企业要与其他合作方进行广泛的合作，扩大营销网络，达到双赢的目的。另外，为了降低成本，提高效率，企业也要注重对渠道的选择和优化，对于营销渠道要进行筛选和甄别，方能推动营销管理工作的高质量发展。

### 2.3 以人为本，提高服务品质

提高营销人员的专业素质是改善目前电力市场营销工作面临的一个重要课题。电力营销人员作为企业与顾客沟通的桥梁，顾客满意度对企业绩效有很大的影响。所以，应加大对电力企业的业务知识、业务素质等方面的培训。电力营销人员必须对电力事业有较深的认识，熟悉电力市场的运行机理，掌握相关的政策法规及最新技术动向。通过内部培训、外部培训以及考取职业资格证书等手段，提高电力营销人员的职业素质。要重视营销技能、顾客管理等方面的培训。相关工作人员要具备较强的营销技能，如市场调查，客户关系管理等。通过必要的培训，使他们能够更好地与客户沟通，更好地进行产品及服务的营销，并与客户建立起良好的关系。应强化团队协作与交流能力，在电力市场中，往往涉及多个不同的部门、不同的团队的沟通，所以，加强团队协作、交流是提升工作效率、提升顾客满意度的关键。通过开展小组培训，开展跨部门协作计划，有效提高营销人员的团队合作与交流能力。随着电力事业的飞速发展，各种新技术、新模式层出不穷，电力市场营销人员必须经常处于常学常新的状态，不断地进行更新自身的知识储备。电力企业应鼓励电力营销人员参加行业会议、研讨会及培训，为他们提供学习与成长的机会，促进电力营销人员的专业素质得到有效地提高。

### 2.4 树立企业良好形象

在新时期背景下，电力营销管理与供电优质服务工作对于树立良好的企业形象至关重要。企业应当通过持续优化服务流程、提升服务效率和质量，以及创新服务模式，确保满足客户多样化的电力需求。同时，加强与客户的沟通与互动，通过客户反馈机制不断改进服务，提高客户满意度，构建和谐的供用电关系。此外，电力企业需要积极履行社会责任，推动绿色能源的发展，展现企业的环保形象和社会价值。通过这些措施，电力企业不仅能够巩固现有的市场地位，还能在激烈的市场竞争中塑造出独特的品牌形象，赢得公众的信任和支持，从而在新时期的电力市场中占据领先地位。积极探索线上线下相结合的服务方式，打造全方位、多渠道的电力服务平台。通过线上平台，客户可以随时随地进行业务办理、查询和反馈，享受更加便捷的服务。而线下服务则可以通过设立专门的客户服务中心、优化服务流程等方式，为客户提供更加贴心、高效的服务。

### 3 结束语

总而言之，在目前的社会发展进程中，电力行业依然扮演着不可替代的角色。电力行业应该牢牢把握住这个特点，转变自己的市场营销管理思路，提升自己的服务品质，树立对外良好的企业形象，让用户的满意度得到进一步的提升，只有如此，电力行业才能真正走上可持续发展的道路。

#### 参考文献：

- [1]张杰.新时期电力事业电力营销管理不足及改进措施[J].电力设备管理,2019(5):36,69.
- [2]黄玉龙,王芳,李昕.网格化后电费回收管理的优化措施[J].中国电力企业管理,2020(8):44-45.
- [3]匡莎莉.智能电网建设中电力营销智能化体系研究[J].现代营销(经营版),2019(5):87.

#### 作者简介：

陈巧红(1975.10-),女,汉族,福建安溪人,本科,工业工程师,研究方向:电力营销相关。