

# 有关电力营销管理创新策略的探讨

## Discussion on the innovation strategy of electric power marketing management

王禹 杨卓

Yu Wang Zhuo Yang

武汉供电公司 中国·湖北 武汉 430056

Wuhan power supply company, Wuhan, Hubei, 430056, China

**摘要:** 在经济发展的不断推动之下, 人民的生活得到了很大的提升。电力作为我国的基础产业, 在国民经济中占有较大比重。本文根据当前电力营销管理中仍然存在的问题和电力营销管理的创新性策略展开探讨, 希望能对电力营销管理方提出有效的建议。

**Abstract:** with the continuous promotion of economic development, people's life has been greatly improved. As the basic industry of our country, electric power occupies a large proportion in the national economy. Based on the existing problems in the current power marketing management and the innovative strategies of power marketing management, this paper aims to put forward effective suggestions to the power marketing management.

**关键词:** 电力营销; 管理; 创新策略

**Key words:** power marketing; management; innovation strategy

**DOI:** 10.36012/etr.v2i9.2696

前言: 电力行业是我国经济发展的支柱行业。人民群众的生活离不开电力的支撑。但是, 在当前随着当前电力需求的不断增大, 电力企业在管理当中发展速度较慢, 无法跟上人民群众对电力需求的步伐, 所以当前电力营销企业应该加强自己企业的创新性管理。在销售当中能够更好的为电力客户进行服务, 完善电力售后服务。本文对电力营销管理的创新性策略展开具体探讨。

## 1 当前电力营销管理中仍然存在的问题

### 1.1 管理理念缺乏创新

当前我国电力企业的发展仍然受到上个世纪传统管理模式的影响, 在传统管理模式的影响下, 电力企业的管理模式无法向前继续推进。由于电力企业管理模式的落后, 导致电力企业缺乏核心竞争力, 所以电力企业要不断加强自己管理模式的创新, 创造更好的营销模式, 更好地为客户进行服务, 打造自己的核心竞争力, 不断更新管理理念使企业在发展当中保持活力。

### 1.2 营销模式不完善

当前电力营销管理中仍然存在的另一个问题是营销模式不完善, 在当前的电力企业营销模式中信息化程度不高, 缺乏对当前大数据信息的整合。当前一些企业正在加强企业自身的信息化整合, 而电力企业仍然保持传统的管理模式。利用大数据的发展模式来掌握电力客户的具体需求, 能够更加精准的为电力需求者进行服务, 并且能够在电力售后保证对客户的精准服务。除此之外, 信息化的发展是各个企业发展的必经之路, 如果自身发展信息化程度较低, 会导致企业工作效率低下, 造成企业缺乏自己的竞争力<sup>[1]</sup>。

### 1.3 营销中缺乏现代营销模式

随着网络电商的不断发展大部分人民采取网上购物的方式, 在购物当中信息化程度越来越高, 而且各种网上服务信息系统对客户的需求定位也更加精准, 但是当前电力营销企业仍然缺乏现代的营销管理模式, 电力营销企业在营销过程当中较好的发展点是采取了网上交费的模式, 这是电力企

【作者简介】王禹 (1987), 男, 助理工程师, 湖北武汉人, 从事用电检查研究。

业营销中的一大进步。但是随着时代的发展这种营销模式必然会落后于其他企业，所以电力企业要不断创新自身营销模式。

#### 1.4 售后服务不完善

使客户满意的，往往不是在售出时的服务态度，而是售后服务是否完善。当前电力企业在管理当中，仍然存在的一个问题是售后服务不完善，服务意识比较淡薄。造成这种服务意识淡薄的原因是电力企业受制于传统管理模式的影响，许多售后服务员工认为电能资源是人民群众不可或缺的资源，所以却缺乏对客户服务的积极性。这就导致用电市场和服务企业不能达到精准的联系定位，严重阻碍了电力企业的发展。

#### 1.5 电力企业人才缺乏

当前各个企业发展的活力来源是人才的不断引进，电力企业人才缺乏，导致电力企业发展中缺乏活力。当前营销人才是决定电力企业营销改革创新的一个关键，所以对于营销人才的培养和引进至关重要。营销人才的能力和工作服务态度决定了电力企业的发展方向，因为电力企业工作部门对此方面的忽视，导致了企业在招聘中以及在工作服务中出现了诸多问题。这些问题都影响了电力企业的发展。传统的营销人员服务当中缺乏积极的工作态度，使客户对电力企业缺乏信任。

### 2 电力营销管理的创新性策略

#### 2.1 创新管理理念利用网络营销

对于电力企业管理理念缺乏创新这一问题，要加强创新管理理念，加强创新管理理念的主要方式是管理层摆脱传统的管理模式，接纳当前网络营销的模式，以及培训老技术管理人员网络技术使老技术人员感受到网络工作的便捷性和高效性。在管理当中利用信息化的管理可以提高工作效率，以及在营销当中能够方便与其他电力营销企业加强信息资源的交流，加强信息的整合，提高营销中对客户的精准定位。

#### 2.2 完善营销模式，采取多渠道营销

对于电力企业营销模式不完善的问题应该采用多渠道营销。传统的电力营销企业在营销过程当中，认为电力是每个居民不可缺少的家用能源，所以在电力营销道路中消极怠工，缺乏工作积极性造成电力企业在营销当中缺乏具体的方法和渠道。为了改变这种营销模式，要求电力企业要完善营销模式，经营方式利用网络的线上营销和线下营销以及企业内部对于传统老客户的精准定位联合起来。

#### 2.3 加强营销中的信息化管理

在电力营销管理当中，还要加强营销中的信息化管理。在营销中的信息化管理，能够使营销人员能更加准确地掌握电力需求客户的具体需求。方便营销人员能对电力需求客户进行精准的定位，并进行精准的个性化服务，使电力购买客户感受到电力企业的热情和电力企业积极的工作服务态度，建立电力企业与电力客户之间的信任有利于企业赢得良好的口碑，提升企业自身的核心竞争力。对于营销中的信息化管理不仅包括对于营销中客户的信息采集，还包括对于营销人员的管理要采用信息化的管理模式，提高营销人员的工作绩效。

#### 2.4 完善电力售后服务

对于一个企业来说，如果服务体系不完善，就无法得到客户的信任。完善的服务体系包括出售之前对于客户的精准介绍，出售当中对客户的安装服务和客户的信息提供服务以及在售后完善维修服务和故障处理服务。只有企业将服务做到比较完善的情况下，客户才会对企业产生信任是企业获得良好的口碑。只有企业把更加精细的工作做到精益求精，才能使企业营销做的更加成功。与此同时，在营销售后服务当中也要加强对营销人员服务工作态度的转变，将售后服务纳入营销人员的绩效考核制度当中。

#### 2.5 加强对电力人才的培养

当前对于电力营销管理方面营销人才缺乏的问题，要加强对于电力人才的培养要求企业在招聘电力营销人员时要完善招聘考核制度以及在员工上岗之前要加强岗前培训，使员工上岗之后工作态度更加认真、积极能够更加精准的为电力需求客户进行服务。除此之外，政府部门要加大资金投入，加强对电力人才的培养，提高对电力人才的工作待遇和社会待遇。

### 3 结束语

总而言之，随着当前电力企业的不断发展。电力营销也要随之进行改革，不断完善对电力需求客户的服务，为人民群众创造一个更加便捷的用电服务环境。同时政府要加强对电力营销人才以及电企业管理人才的培养为电力营销管理的创新提供支持。

#### 参考文献

- [1] 张东. 浅谈电力营销管理创新策略[J]. 中国高新技术企业, 2014(36):152-154.