

电力营销管理中精细化管理的应用分析

Application Analysis of Fine Management in Electric Power Marketing Management

张洁

Jie Zhang

内蒙古电力(集团)有限责任公司包头供电局

中国·内蒙古 包头 014030

Inner Mongolia Power(Group) Co.,Ltd.Baotou
Power Supply Bureau,

Baotou, Inner Mongolia, 014030, China

【摘要】随着经济社会的发展,电力工作人员必须将电力营销管理工作作为电力企业发展的关键,引进精细化管理模式,为电力企业创造更多的经济效益和社会效益,论文对电力营销管理中应用精细化管理进行了分析,以期对电力营销管理工作提供参考。

【Abstract】With the development of economic and social, staff must be electric power marketing management as the key to the development of electric power enterprises, the introduction of fine management mode, for the electric power enterprise to create more economic benefits and social benefits, the paper applied fine management in the electric power marketing management is analyzed, so as to provide reference for electric power marketing management work.

【关键词】电力营销;精细化管理;应用

【Keywords】electric power marketing; fine management; application

【DOI】10.36012/peti.v2i1.1286

1 引言

在现代化电力营销过程中,很多电力企业引进了精细化管理模式,在很大程度上提升了电力营销水平,满足了现代化社会发展的实际需求。在市场经济的快速发展中,电力营销系统面临着很大挑战,电力企业需要进行自我转变和精确定位,为电力营销工作的顺利实施提供保障。基于此,文章阐述了电力营销管理中精细化管理的重要性,分析了电力营销管理中精细化管理应用的问题,并总结了相应的措施。

2 电力营销管理中精细化管理的重要性

第一,推动电力企业的持续、和谐发展。现阶段,中国很多电力企业的工作人员总量有余,但高素质人才不足、安全意识薄弱,严重影响着电力企业的生产、经营,且受传统思想观念和管理模式的影响,电力企业管理和发展受到了一定的阻碍^[1]。为了改善这一现状,电力企业需要将精细化管理模式渗透到电力营销管理工作中,建设高素质的电力营销队伍,树立全员管理意识,实现电力企业的持续、和谐发展。

第二,提高供电企业的整体执行能力。在现代化电力企业的发展中,电力相关部门需要明确电力营销管理目标,创新并优化传统的电力营销管理模式,为电力企业的持续、稳定运营提供支持。同时,电力企业需要进行协作和配合,实行精细化管理模式,为电力营销管理工作的有效实施提供支持,提高电力企业的整体执行力。

第三,提高电力企业的市场竞争力。在社会经济的快速发展中,中国电力体制改革日益深入,为了应对激烈的电力市场竞争,电力企业需要实行精细化管理模式,做好生产和营销的细节管理,建设资源节约型电力企业,进一步提高电力企业的市场竞争力。

3 电力营销管理中精细化管理应用的问题

第一,管理制度不够完善。随着社会经济的快速发展,很多电力企业越来越注重精细化管理模式的应用,但中国电力营销精细化管理处于摸索阶段,电力营销管理制度还不够完善,受传统管理思想的影响,很多电力企业未建立完善的电力营销管理体系,如电力企业奖励制度不完善、工资和付出之间没有决定关系,严重影响着电力工作人员的积极性,无法提高电力营销的整体效率,降低了电力营销管理工作质量。

第二,服务品质有待提高。在电力企业的经营和发展过程中,电力营销服务品质会受各种因素的影响,如电力服务体系、员工积极性、员工素质、电力营销服务硬件设施等。现阶段,中国电力企业服务品质还有待提高,主要体现在以下两个方面:①服务体制落后。现阶段,中国电力产品发展处于新时期,传统的服务体制无法满足新时期的用户需求,导致用户和电力企业之间出现了很多矛盾,严重影响着电力营销服务的整体质量。②在电力企业营销管理过程中,很多服务追求过于

(下转第 26 页)

有分包和服务合同,解除当地雇员劳务合同,停止运行为金矿和 SIGUIRI 市区供电的发电站,目前当事各方正在协商解决。

几内亚医疗资源很少,医疗设施落后,目前防控新冠疫情面临严峻考验,中资企业携起手来,与几内亚政府和社会各界团结合作,共克时艰,做到防疫生产两不误。

近几年几内亚社会治安风险需要特别加以防范:密切关注政局发展,保持高度警惕;密切关注项目营地及周边地区安全态势,升级安防措施,定期进行演练;加强人员管理,避免非必要外出,防抢防盗;公共场所谨言慎行,不要谈论政治、党派等敏感话题。例如,2020年4月,几内亚湾共报告6起海盗袭击事件,该区域船舶应保持警惕,向当地响应中心和国际海事局报告所有可疑活动,配合当地军队和反海盗力量,及早发现接近的可疑船只,预留发送警报时间,防止海盗登船,必要时撤退至安全舱。中资企业人员遭抢被盗时有发生,外出应规划好路线和时间,与安保人员结伴而行。几内亚反对党和工会经常组织示威游行、封城和罢工,当地工人频繁要求涨薪,影响正常生产生活秩序,避开游行路线,注意周围人群动向,如突然骚乱,立即撤离至安全地点;与工会组织保持良好沟通,协调好劳资关系。

(上接第22页)

表面化,无法实现电力营销管理工作的实质性提升。

第三,精细化管理工作流于形式。电力营销精细化管理工作推行需要持续很长的时间,电力企业需要将各项工作落到实处,充分发挥出精细化管理的作用,注重电力营销细节管理工作,提升电力营销工作的整体水平。但是,很多电力企业还未全面落实完善的服务形式,导致电力工作人员的思想意识还有待提升,使得精细化服务改革不到位,严重影响着精细化管理工作的有效实施。

4 电力营销管理中精细化管理的应用措施

第一,充分利用电力价格优势。为了充分发挥出精细化管理在电力营销管理中的作用,电力企业需要根据人民群众的用电需求,优化电力资源的价格体系。首先,电力企业需要改善传统的服务模式,实行阶梯电价方式,引导用户科学用电。其次,电力企业需要根据用户的用电需求进行市场细分,实行差异化电价方式,改善用户的日常用电情况。最后,注重电力市场开拓,实现电能的充分利用。电力资源是人民群众日常生活中的重要资源,电力企业需要加强与政府部门的沟通,针对电力市场进行宏观调控,优化电力市场格局。

第二,建立完善的营销管理标准体系。为了更好地开展电力营销精细化管理工作,电力企业需要完善相关体系,根据岗

7 结语

2020年是几内亚大选年,大选后将会迎来矿业和基础设施等领域发展的高峰。中国已成为几内亚的最大投资来源国、贸易伙伴和工程承包方,几内亚成为中国最大铝土矿来源国。几内亚电力、矿业等社会经济的良性发展直接影响中国企业的切身利益。以落实中非合作论坛北京峰会成果和共建“一带一路”为契机,中资企业把握机遇,防范风险,不断提高跨国经营水平,互利共赢,创造更好的经济和社会效益。

参考文献

- [1]Energy for ALL en 2030 (SE4ALL),République de Guinée [EB/OL].https://www.sieguinee-dne.org/images/Volume_IA_SE4ALL.pdf, 2014-2-26/2020-5-19.
- [2]Plan National de Développement Economique et Social 2016-2020, République de Guinée[EB/OL].<http://www.mofcom.gov.cn/article/i/dxfw/gzzd/201707/20170702604276.shtml>, 2017-7-4/2020-5-19.
- [3]Rapport annuel d'EDG 2016, Volume1, EDG [EB/OL].https://www.sieguinee-dne.org/images/RAPPORT_ANNUEL_EDG_2016_partie1.pdf, 2017-3-30/2020-5-19.

位的差异实行不同的任务制度,还需要引进考核制度,确保各项任务目标的顺利完成。在电力企业经营过程中,电力企业需要引进精细化管理模式,坚持以人为本的理念,做好良性营销工作,获取更多的经济效益。

第三,提供优质的电力营销服务。现阶段,在实际电力营销管理工作中,电力企业需要提供更多优质的电力营销服务,提升电力企业的综合实力。因此,电力企业必须实行有效的营销服务,针对客户进行全面、综合管理,以适应现代化市场经济的发展,改善传统的管理模式。并且,电力企业在实行精细化管理的过程中,需要促进智能化的应用,力求服务满足社会发展需求,构成良好的电力营销市场环境。

5 结语

综上所述,在市场经济的快速发展中,电力企业需要改变传统的电力营销模式,这对电力企业营销工作进行精细化管理,利用信息技术建立营销信息管理平台,为实现电力企业精细化管理目标提供了支持。因此,必须发挥出精细化管理在电力营销管理中的作用,提升电力企业营销管理的整体水平。

参考文献

- [1]王钊,武广全.电力营销管理中精细化管理的应用[J].现代营销(信息版),2020(1):162.