

# 电力营销管理存在的问题及完善策略

## Problems and Improvement Strategies of Electric Power Marketing Management

卢波

Bo Lu

福能(贵州)发电有限公司  
中国·贵州 六盘水 553408  
Funeng (Guizhou) Power Generation Co.,Ltd.,  
Liupanshui, Guizhou, 553408, China

**【摘要】**在社会经济的快速发展中,社会各界对电力资源的需求量在不断增加,市场、客户在电力营销管理中占据着重要位置。在电力企业的发展中,相关部门应该加强对电力营销工作的重视,深入分析市场和客户所需的产品和服务,实行合理的市场营销策略,提升电力企业的营销水平。基于此,论文介绍了中国电力市场的营销特点,阐述了电力营销在社会经济发展中的地位,分析了电力营销管理存在的问题,总结了相应的优化措施。

**【Abstract】**In the rapid development of social economy, the demand of power resources from all walks of life is increasing. Market and customers play an important role in power marketing management. In the development of electric power enterprises, relevant departments should pay more attention to electric power marketing, deeply analyze the products and services needed by the market and customers, implement reasonable marketing strategies, and improve the marketing level of electric power enterprises. Based on this, this paper introduces the marketing characteristics of China's electric power market, expounds the position of electric power marketing in social and economic development, analyses the existing problems of electric power marketing management, and summarizes the corresponding optimization measures.

**【关键词】**电力营销管理;问题;完善策略

**【Keywords】**electric power marketing management; problems; improvement strategy

**【DOI】**10.36012/peti.v1i1.363

## 1 引言

随着社会经济的快速发展,人民群众的生活质量得到了很大提升,大家对电力行业的发展提出了更加严格的要求。电力企业为了提升自身的市场竞争实力,应该加强对电力营销管理工作的重视,为人民群众提供高质量的电力能源。因此,在新时期的发展中,电力企业应强化市场营销管理工作力度,引进先进的管理理念和管理方法,深入分析电力市场营销管理过程中存在的问题,为电力营销企业创造更多效益,实现电力营销行业的可持续发展<sup>[1]</sup>。

## 2 中国电力市场营销的特点

在现代化社会的发展中,中国电力市场的主要内容有用电市场、输配电市场、发电市场等。其中,用电市场指的是面向电力用户的市场,其客户范围和影响力比较大。中国电力市场处于快速发展的阶段,电力企业属于国有企业,直接由国家管理并调控电价,中国出台的相关政策规定了国民经济的发展方向和发展速度,直接影响着市场的实际需求,并在很大程度上影响着中国市场电量的供求关系和电价的变化。电力是社

会经济发展中的重要能源之一,这就决定着电力企业属于属于国有企业,中国还严格规定了电能的公益性。在现代化社会的发展中,市场化的电力企业运营方式使得电力企业的市场竞争实力得到了很大提升,很多电力企业处于完全竞争的市场环境中,但电力企业会受到政策和外部因素的影响,使得两者处于不对等的状态,无法满足人民群众的用电需求,影响着电力市场的发展。

## 3 电力营销在市场经济发展中的地位

在现代化社会的发展中,社会各个领域的用电需求量越来越多,出现了供不应求的问题,相关部门需要加大电力企业运营方向的研究。在社会的发展中,电力供需局面发生了很大变化,供电企业的工作重心实现了生产管理到营销管理的转变,电力营销部门需要满足市场经济的发展需求,优化并创新电力营销服务水平和营销策略,中国电力企业构建的电力营销服务体系已形成完善的组织构架,电力营销部门需要树立将客户作为中心的经营理念,融入电力企业发展的各个领域,建立以市场为导向的营销制度,如四通八达的电力营销运行系统网络等。

在电力营销技术水平不断提升的大背景下,电力企业信息技术为营销管理工作提供了很大支持,使得营销管理在电力信息平台中占据着更加重要的位置。现阶段,电力营销工作服务人员的综合素质和专业水平都具有重要作用,社会各界对电力服务队伍构成提出了更高的服务要求,电力营销工作人员不仅需要掌握专业技术知识和专业经验,还应做好服务客户的工作,深入抢险救灾工作中,这就需要电力企业建立一支技术过硬、综合素质强的电力影响队伍。为了提升电力企业的市场竞争实力,企业不仅需要引进先进的电力营销设备软件,还应该提升电力企业工作人员的专业技能和服务水平,提升客户的满意度。

## 4 电力营销管理存在的问题

### 4.1 专业服务水平有待提升

在电力行业的发展中,很多营销服务人员的专业水平有待提升,在实际的市场竞争过程中,电力企业在遇到突发情况时,无法及时地采取相应的处理措施。同时,很多电力企业的营销服务人员缺乏营销能力和综合素质,营销人员在电力企业中占据很小的比例,导致电力企业缺乏专业水平高、学历高的电力营销人员,无法适应现代化电力营销市场的发展。

### 4.2 电价制度不够完善

在现代化社会的发展中,中国电力企业的电价定价制度缺乏市场调节,其主要原因是电力市场管理工作不到位。但是,在中国市场经济的发展中,价格是市场资源合理分配的关键因素,但中国供电企业缺乏科学、合理、系统的电力定价制度,使得电价制定缺乏市场调节,且在生产运营成本的基础上,很多电力企业根据政府部门的工作指令开展工作,在很大程度上阻碍了电力营销企业的发展。

### 4.3 缺乏专业的电力营销队伍

在新时期的快速发展中,信息收集是各个行业的重点工作,相关人员通过收集并分析各项市场信息,才能明确市场发展方向,并对市场做出快速反应,但电力企业往往是在传统制度下开展的,其过程具有一定的复杂性,需要持续很长的时间,这就使得电力企业在实际营销过程中,失去了很多机会,严重影响着电力企业的综合效益<sup>[9]</sup>。现阶段,电力营销部门的工作人员普遍是电力企业中的员工,这些员工不了解专业的营销知识,缺乏系统培训活动,无法应对市场中的各项变化,难以实现信息资源的共享。

## 5 电力营销管理的完善策略

### 5.1 建立健全的电力营销管理制度

在电力企业的改革过程中,相关部门应该加大电力营销管理力度,并设置专业的管理机构和电力营销管理制度,明确

各个工作人员的岗位职责,以此为基础建立完善的营销模式,这样就能够深入市场进行分析,搜集各项信息。同时,电力企业还应该制定电力营销规章制度,明确各个营销人员的指标,制定相应的考核制度,并将考核制度落实到实际工作中。除此之外,电力企业还应该处理好政府、企业和客户之间的关系,加强对人力、物力和财力的管理,这样电力企业在服务用户的过程中,能够更加便捷,提升电力资源的制定,为电力营销行业的进一步发展提供支持。

### 5.2 加强对电力营销管理工作的重视

在电力企业的发展中,营销部门需要认识到营销管理工作中的不足,分析其中的原因,并采取相应的优化措施,为电力用户提供更多优质服务,还应该深入分析客户的实际需求,掌握市场的实际变化情况和供电区域的经济特点,以满足电力供应市场的实际需求。除此之外,电力企业还应该考核用电报装的各项流程和时间限制,应用便捷的方式为客户提供更好的服务。例如,在用电包装服务过程中,一站式服务深受大家的欢迎,如开放电话、网上、多渠道多层次的优质服务,以及充值卡电费缴纳、银行代收、电费储蓄等,改善用户缴费难、缴费等待时间长等问题。

### 5.3 建立客户数据库

电力企业营销风险评价是在客户收集和整理数据的基础上进行的,电力营销数据库主要包括两部分内容,分别是客户关系分析和综合业务处理系统,电力营销风险管理系统指的是应用分布式数据库为客户提供网上数据查询功能,向企业提供公开的分析决策功能,及时地更新各项营销信息,充分发挥出客户数据库的重要作用<sup>[9]</sup>。

## 6 结语

综上所述,在现代化电力企业的发展中,相关部门需要明确市场的发展趋势,寻求市场中的盈利点,在社会经济的快速发展中不断变化。电力企业的服务与企业的生存和发展联系十分紧密,这就需要电力企业加强对电力营销工作的重视,相关部门需要针对电力营销管理工作的特点及其问题,采取相应的优化措施,提升电力营销服务的整体水平和电力企业的综合竞争实力,满足客户的更多需求。

### 参考文献

- [1]邵永强.电力营销管理存在的问题及完善对策[J].低碳世界,2018(3):125-126.
- [2]陈燕军.强化电力营销管理中电量异常及解决策略[J].低碳世界,2017(16):103-104.
- [3]范琪.浅谈现代供电公司营销管理模式[J].信息化建设,2016(7):265.