

有关电力营销管理创新策略探索

Exploration on Innovation Strategy of Electric Power Marketing Management

梁家

Jia Liang

国网吉林省电力有限公司松原供电公司
中国·吉林 松原 138000
Songyuan Power Supply Company of State Grid
Jilin Power Supply Company,
Songyuan, Jilin, 138000, China

【摘要】做好电力的营销管理工作,对于电力企业来说十分重要。在当今社会,随着经济发展的日新月异,电力营销管理工作也应当有所创新,才能保证相关企业的蒸蒸日上。论文主要论述了现阶段中国供电企业的电力营销管理工作中存在的一些普遍弊端,并在此基础上提出相应措施。

【Abstract】It is very important for electric power enterprises to do a good job in marketing management. In today's society, with the rapid economic development, electric power marketing management work should also be innovative, in order to ensure the prosperity of related enterprises. This paper mainly discusses some common malpractices in the power marketing management of China's power supply enterprises at this stage, and puts forward corresponding measures on this basis.

【关键词】电力营销;管理;创新;对策

【Keywords】power marketing; management; innovation; strategy

【DOI】10.36012/peti.v1i2.848

1 引言

随着中国经济发展速度的不断加快,各行各业的市场竞争也越来越激烈。在供电行业中,经营环境无疑得到了改善,同时也带来了许多挑战。因此,应当引起人们注意的是,目前在中国的供电企业中,具体的营销管理工作仍然存在不少问题,这些问题对于企业的发展前景来说是一项不利因素,应当在下一步发展计划中优先得到解决。

2 当前电力营销中存在的主要问题

2.1 缺乏市场竞争意识

一直以来,在中国电力企业的工作模式中,所采用的电力营销方法较为传统,在这样的状态下,销售业绩一直无法得到提升,从而导致了整个部门形成了一种较为懈怠的工作氛围,从长远来看,对于企业的发展十分不利。随着市场经济结构的不断变化,中国的电力企业也应当做到与时俱进,改变传统的工作模式,吸收更多创新的经营理念,在充分了解市场需求的前提下,制订更具竞争力的发展计划,做好电力营销和管理工作。然而,中国许多电力企业并没有做到这一点,懈怠的工作方式

使得中国电力行业一片死气沉沉,完全没有市场竞争可言。

2.2 缺乏科学的电价方案

从社会实情来说,电力企业的最终归属权为国家,因此,电力的市场价格最终是由国家决定的,这与其他行业的市场竞争存在差别,这种情况就导致了相关电力企业对市场经济的变化不够敏感,落实到营销管理工作上也比较滞后。面对现如今更加多样化的用户以及不同的用电需求,电力企业营销管理工作也应当建立在国家政策允许的基础上,这对于供求双方来说都是一种保障。但中国的电力企业已经过于习惯这种价格制定方式,十分缺乏主观能动性。

2.3 缺乏全面的服务意识

现如今,中国许多供电企业并没有意识到服务意识的重要性。对于现有的客户资源梳理不明确,难免会在服务方面不够具体,这样一来,客户无法获得很好的电力使用体验。在具体的工作内容中,要想做好电力营销和管理工作,就应当提升服务意识,加强服务理念出发,改变传统的工作方式,使得电力的输送更加符合用户具体需求,从而制订更具针对性、更加科学合理的电力供应方案。除此之外,电力企业应反省自身,认识到目前自己在服务意识和管理方面的不足之处,加强对

自身定位的认知,只有意识到问题,才能进一步解决问题^[4]。

3 电力营销管理创新对策

3.1 实现电力营销数字化

现在社会科技进步十分迅速,在这样一个新时代之下,电力企业要想做好电力的营销和管理工作,就必须紧跟时代脚步,为了更加满足新时代对于电力供应和输送提出的新要求,满足不同客户的实际需求,就必须构建完善的电力营销制度,寻求强大的数据后台作为支撑,将工作与先进的现代科技相结合。与此同时,还应当做好资金的管理和规划工作,通过对成本、支出等日常信息的收集和梳理,借助先进计算机系统的分析,减少资源的浪费,争取将每一分钱都用在刀刃上。需要注意的是,数据的收集与处理必须做到详细和准确,在数据的整理和储存环节,还应当安排专门的工作人员进行管理,将责任落实到个人,不放过任何一个微小的细节,这样才能保证数据分析结果的可参考性。

3.2 增强服务意识

随着中国经济结构不断自我完善,对于电力企业的发展来说,也带来了更多的挑战,与以往不同的是,电力企业同样也面临着激烈的竞争,为了能够在这样的市场形势下引导企业走上一条蒸蒸日上的发展之路,中国电力企业就应当吸收先进的经营理念,从电力的营销和管理工作出发,勇于创新,提升企业的服务意识以及服务质量。体现到实际工作过程中,工作人员应当摆正自己的态度,但面对用户提出的关于电力使用的问题时,及时做出回应,同时,在选择合适的供电方案时,必须充分考虑到用户的自身需求,有针对性地提出合理建议,从而帮助用户享受到更加优质的电力服务。除此之外,电力企业的员工应当时刻注重自身专业技能的提升,将提升服务质量、为用户提供更加满意的电力服务作为工作目标。这样一来,电力企业才能在激烈的市场竞争中得以脱颖而出^[5]。

3.3 加大信息化建设力度

面对科技进步迅速之下给人们生活带来的便利,电力企业也应当将自身工作与现代科技相结合,不惧变化的同时又要勇于利用这些变化所带来的便利。首先,用电数据的收集和处理方面,自动抄表系统以及用户缴费系统的更新换代就是一个很好的体验;其次,为了进一步提升用电安全性,对于平时用电量较高的用户,应当采取特殊管理方案,实时监控其电力使用情况,保证供电系统的正常运行,防范安全隐患;最后,通过后台数据的收集,电力企业能够详细了解各个不同用户对于用电的实际需求,包括用电量、用电时间等,这样一来,对于电力的营销和管理工作也有所帮助。随着社会的进步,中国的电网建设水平必然会不断提升,越来越多的先进科技开始

体现到电力企业的日常经营中,必然会使得电力企业的营销管理工作更上一层楼。

3.4 积极更新传统的工作观念

现如今,电力企业应当明确自身经营发展理念,积极吸收先进的管理知识。只有保证经营方向与当前市场发展的方向一致,才能实现电力企业的长远、积极发展。在这一环节中还要对传统的计划用电方式进行改进,逐渐转变为电力营销观念。也就是说,电力营销要将市场作为主体环节,要进一步加强对市场需求的的服务,从而强化企业对电力市场的营销管理。在实际工作中应该切实根据供电服务承诺落实工作制度,为了获取更好的工作效果,应该确保一年更新一次,积极根据实际情况调整工作方案,这样电力企业在对责任制度进行落实的环节中,才能更好地执行承诺,实现必要的营销观念创新。

3.5 积极进行企业组织的创新

从长远的角度来看,要想进一步做好电力企业的营销管理工作,就必须充分结合中国的社会现状,首先,通过国际上在电力营销管理方面的经验,人们应当从中学习其中的先进之处,将其利用起来,并且结合中国国情做出创新,制订一种更加符合中国社会发展现状的电力营销管理模式。与此同时,做好企业组织的创新,不断完善电力企业现有工作内容以及工作计划,为用户提供更好的服务,树立企业良好的形象,也是十分必要的措施。除此之外,为了保证用电安全以及供电系统的稳定工作,防范安全隐患的同时,也为用户提供更好的服务,就必须做好电力企业的日常检修和维护工作,利用更多高新科技,减少供电系统的故障率,才能够使得电力企业的工作质量越来越高。

4 结语

总而言之,要想使得中国电力行业快速进步,电力企业获得良好的发展前景,就必须紧跟时代的脚步,充分了解市场经济的变化情况,做好相关电力营销管理工作,充分吸收创新理念,敢于创新,提升自身竞争能力。从整体来看,电力的营销管理工作直接影响到相关企业的获利空间,以及社会价值的实现,落实到具体工作中,做好电力营销管理工作,还能够改变营销部门的工作作风,进一步提升他们的工作质量及工作效率。因此,针对现阶段中国供电企业存在的问题,逐个解决,制订良好的营销管理方案,勇于创新,是十分有必要的。

参考文献

- [1]黄春仁.浅谈供电企业的电力营销管理方法[J].现代国企研究,2017(24):18.
- [2]王丽.电力企业电力营销风险及防控措施[J].现代国企研究,2017(24):32.