

关于三型两网新目标下基层电力营销工作的思考

Thoughts on Basic Electric Power Marketing Under the New Target of Three Types of Two Networks

白熊 周超

Xiong Bai Chao Zhou

国网浙江省电力公司杭州供电公司
中国·浙江 杭州 310000
State Grid Zhejiang Power Company Hangzhou
Power Supply Company,
Hangzhou, Zhejiang, 310000, China

【摘要】论文就加强电力营销管理工作的意义、现阶段中国电力营销管理中的问题和相关的优化措施做了简单分析。

【Abstract】This paper analyzes the significance of strengthening the electric power marketing management, the problems in the current electric power marketing management and the related optimization measures.

【关键词】电力营销管理;意义;问题;措施

【Keywords】electric power marketing management; significance; problems; measures

【DOI】10.36012/peti.v1i2.851

1 加强电力营销管理工作的意义

1.1 有利于提高电力企业的市场竞争力

加强电力营销管理工作,首要意义就是有利于提高电力企业的市场竞争力。新时期下,随着中国电力市场的不断完善,国民对于用电质量的要求也越来越高,电气企业的外部市场环境逐渐趋于严峻,通过加强电力营销管理工作,有利于帮助电力企业在激烈的市场竞争中占据有效的市场份额,并通过完善电力营销管理体系,提高电力企业的市场管理管理效益,最终提高企业的服务质量,增强企业的综合综合力。

1.2 有利于满足客户的各种需求

加强电力营销管理工作,还有利于满足客户的各种需求,提高客户的满意度;首先,不同用户对于电力企业的供电需求也是不同的,通过完善电力营销管理体系,加强管理力度,可以同时满足不同用户的用电需求;其次,加强电力营销管理工作,还可以提升用户对企业的忠实度,有利于实现电力企业的长久发展;最后,加强电力营销管理工作,企业还可以根据客户要求,完善电力产品,提供个性化服务,进而保证服务质量,提高企业的品牌影响力。

1.3 有利于促进电力企业的稳定发展

加强电力营销管理工作,还有利于促进电力企业的稳定

发展。第一,企业在电力营销管理的过程中,可以提高营销人员的个人素质和专业能力,进而提高电力营销工作的效率;第二,企业通过加强电力营销管理,也可以应用电力市场上的各种变化,促进企业自身的稳定发展。

2 现阶段中国电力营销管理中的问题

2.1 市场竞争意识有待加强

第一,随着太阳能等新型能源在电力生产中的使用,中国社会对于电力产品质量及其服务水平也提出了新的要求,在很大程度上影响了中国传统供电企业的市场主导地位,部分企业的经营管理观念还没有转变过来,市场竞争意识较为薄弱;第二,中国电力企业从本质上来讲,大部分都是国有企业,企业在实际经营过程中,风险防控意识还有待加强,制约了影响企业的发展进步。

2.2 电力营销管理信息化建设水平有待提高

电力营销管理的信息化建设水平还有待提高,随着中国信息技术的发展,中国电力企业的营销管理工作也逐渐朝着信息化、智能化的方向不断发展进步。但是,就目前中国电力营销管理的基本现状来看,部分电力企业电力营销管理信息化建设水平还有待提高,且存在一定的安全风险。电力管理信息化系统在实际运营的过程中,容易出现数据丢失和系统故

障问题,严重时还会给企业带来不可估量的经济损失,损害营销电力企业的社会形象。

2.3 对电力营销管理的重视程度有待加强

首先,部分电力企业还没有意识到加强电力营销管理对企业发展的重要性,从而在实际的管理工作中,资金投入不足,工作效益也微乎其微;其次,部分电力企业所采取的营销模式的先进性不够,没有重视营销模式的创新,在一定意义上影响了企业的营销水平;最后,部分电力企业在电力营销管理工作中,侧重点存在问题,通常情况下更加侧重电费的收取,对于营销服务水平提升的重视程度则有待加强,进而无法充分发挥电力营销管理工作的作用,促进企业的发展。

3 加强电力营销管理工作的措施

3.1 不断完善电力营销管理体系

电力企业需要不断完善电力营销管理体系。第一,企业要加强对新型电力市场的分析,加强对电力营销管理的重视,不断创新管理模式,拓宽电力营销渠道^[1];第二,电力企业的营销管理人员作为管理工作的主要负责人,要加强学习,不断提高自身的管理能力和技能水平,进而提高电力营销管理工作的效率,并在管理过程中调整营销管理体系,提高电力服务的质量。

3.2 树立品牌,打造服务形象

第一,电力企业要营造良好的工作作风,树立良好的企业形象,接受社会各界的监督,将企业业务进行公开,严格遵守电力企业的服务宗旨,加强对企业社会形象的宣传;第二,电力企业要积极利用杂志、媒体广播、各大网站等加强对企业电力产品的宣传和介绍,从电力产品和电力服务的安全性、经济性、可靠性和便捷性等诸多方面进行宣传,增强企业在用户中的宣传累计效应,完善企业的品牌形象;第三,电力企业还需要加强对用户的分析,明确用户的电力需求,从而通过召开新闻发布会、组织展览会和知识讲座等活动,加强和用户之间的沟通和交流,不断扩大企业在用户中的影响力,促进企业营

销;第四,电力企业还需要结合企业自身发展的实际情况,参与和赞助一些社会公益活动。

3.3 加强营销业务信息平台的精细化

第一,电力企业在对用户供电服务的时候,需要记录过程的数据库,建立并完善电力用户的用电信息和基础信息的档案,进而实现企业电力营销管理的精细化;第二,电力企业要利用新时期下的科学信息技术,加强信息共享,提高营销服务管理的质量;第三,电力企业要对企业在日常经营过程中的业务进行量化处理,并对业务进行优化和整合,建立一体化的动态在线营销服务管理方式,从而在保证管理效益的前提下,降低电力企业营销管理工作的成本,促进电力企业营销业务信息平台的精细化发展。

3.4 加强营销业务流程的精细化

首先,电力企业要对电力营销服务管理方面的业务进行必要的整合与梳理工作,优化营销业务流程;其次,电力企业要将营销业务流程落实到每一个员工身上,提高管理工作的效率;最后,电力企业要充分利用流程驱动服务管理模式的优势作用,优化电力营销中的服务功能和服务程序,完善电力营销管理职能服务平台,提高电力营销业务管理工作的效率。

4 结语

总而言之,加强电力企业营销管理工作,对于提高电力企业的市场竞争力、满足客户的各种需求以及促进电力企业的稳定发展方面有着至关重要的现实意义。因此,电力企业应该重视电力营销管理工作,通过完善电力营销管理体系、树立品牌,打造服务形象、加强营销业务信息平台和营销业务流程的精细化等措施来提高企业电力营销管理工作的效益,促进电力企业的持续发展。

参考文献

[1]刘欢.关于当前电力营销管理的几点思考[J].山东工业技术,2017(23):253.