

电力企业改革下电力市场营销策略

高源

四川大唐国际甘孜水电开发有限公司, 四川 康定 626001

[摘要]在社会快速发展的带动下,使得各个领域都得到了全面的发展进步,无论是社会发展还是民众生活水平的提升对于电力能源的需求量都在不断的增加,这样就对电力企业运营生产工作提出了更高的要求。因为受到电力市场飞速发展的影响,使得以往老旧落后的电力营销观念已经无法满足电力企业的发展需要了,所以电力营销工作务必要进行适当的调整。就现如今实际情况来看,我国电力企业改革工作正处在稳步发展阶段,怎样针对当下电力市场营销工作中所存在的各种问题加以切实的解决,推动电力企业的持续健康发展是各个电力企业改革工作中的重点。

[关键词]电力企业;改革;市场营销;策略

DOI: 10.33142/hst.v3i6.2998

中图分类号: F426

文献标识码: A

Electric Power Marketing Strategy under the Reform of Electric Power Enterprises

GAO Yuan

Sichuan Datang International Ganzi Hydropower Development Co., Ltd., Kangding, Sichuan, 626001, China

Abstract: Driven by the rapid development of society, all fields have been comprehensively developed and progressed. Both social development and the improvement of people's living standards, the demand for power energy is constantly increasing, which puts forward higher requirements for the operation and production of power enterprises. Due to the influence of the rapid development of the power market, the old and backward concept of power marketing has been unable to meet the needs of the development of power enterprises, so the power marketing work must be adjusted appropriately. In view of the actual situation, the reform of Chinese electric power enterprises is in the stage of steady development. How to solve various problems existing in the current power marketing work and promote the sustainable and healthy development of power enterprises is the focus of the reform work of various power enterprises.

Keywords: electric power enterprise; reform; marketing; strategy

引言

在电力市场不断发展的形势下,电力企业要想保证自身持续稳定发展,那么最为重要的就是需要针对电力市场营销工作进行切实的调整,这就需要相关工作人员合理的引入最先进的营销理念和营销技巧,促进企业能够获得更加丰厚的经济和社会收益。鉴于此,这篇文章主要针对电力企业改革下电力市场营销展开全面深入的研究分析工作,希望能够对我国电力行业的稳定发展起到良好的辅助作用。

1 电力市场营销新理念

电力能源就其性质来说属于一种商品,但是其与其他类型的商品存在本质的差别。电力能源属于一种清洁性能源,在多个领域中都具有较强的实用性。在市场经济飞速发展的形势下,传统老旧的电力市场营销理念很显然已经不能再满足市场发展的实际需要了,所以电力企业务必要充分结合市场各方面实际情况和需求来设立全新的电力市场营销理念。在实施电力营销工作的时候,务必要结合市场的发展形势,综合实际需求,从而将电力能源的价值切实的挖掘出来。

(1) 营销需要与市场紧密结合。电力企业要想保证自身能够稳定持续发挥,那么最为重要的就是需要对市场发展情况加以综合了解,并且需要切实的落实市场跟踪研究工作,针对市场供需情况进行全方位的综合考虑。管理人员积极的落实市场化管理工作,严格遵从相关法律法规来落实各项经营活动,以市场实际情况为入手点,切实的编制生产和销售方案。营销策略需要具备良好的切实性和灵活性,并且要结合市场发展情况进行适当的调整,从而促进营销工作整体效率的不断提高,针对管理方式方法加以优化,不断进行运营扩展。

(2) 营销要以用户需求为导向。在开展各项营销工作的过程中,务必要秉承诚实守信,客户至上的原则,各项工作的开展都需要以切合客户的实际需要,保证营销工作的整体效率和效果。加大力度积极落实基础电网建设工作,尽可能的为各类客户群体提供需要。综合行业发展趋势和市场需要来对产品进行创新,针对各种不合理的问题进行解决,从而促进服务工作水平的提升。

(3) 电力营销要提供优质服务。高品质的服务工作不但可以有效的促进营销工作的整体水平的提升, 并且还可以获得客户的一致好评, 提升服务质量是电力企业保证稳定健康发展的重要基础。高品质的服务理念需要电力企业合理的运用最先进的方式方法来对电力营销工作加以完善和优化, 提升服务工作的整体效率和效果, 并且电力企业内部机构和 workflows 的设计也需要以满足客户实际需要为核心, 合理的运用社会化服务机制, 尽可能的为客户提供满意的服务^[1]。

2 电力企业营销特点

电力企业营销可以更加高效的对电力客户的实际需要加以了解, 在保证满足客户需要的基础上提升营销的效率, 这样才能确保电力企业与用电客户二者可以维持良好的供需关系, 为电力行业的稳定发展创造良好的关系。我国电力公司营销活动具备良好的服务性质, 首先强大的服务能力, 电力市场结构公益性和社会基础性导致其市场具有良好的综合性, 并且电力营销计划的制定务必要对这一属性加以综合考虑。其次, 电力市场服务的整体性^[2]。电力行业市场结构与电力企业自身结构所具有的特殊性导致了电力市场服务具有十分突出的整体性, 电力企业在实施销售的时候, 通常都是利用企业电网来完成的, 电力企业电网电力输出能够将电力销售涉及到的所有环节串联在一起, 促使电力营销形成完整的销售体系。

3 电力企业改革下电力市场营销存在的问题

因为电力行业与其他行业相对来说具有一定的特殊性, 在当前计划经济环境下, 因为受到以往以产定销的销售理念的影响, 所以导致销售部门服务消费者的理念较为欠缺, 市场营销在电力企业管理中没有发挥出良好的作用。因为正处在接轨和市场营销的初级阶段, 所以电力市场营销工作并没有达到成熟的水平, 其中还存在诸多的问题需要我们加以切实的解决。

第一, 市场营销体系无法满足市场变化的需要, 专业网店布局存在不合理的情况, 营销组织结构不完善, 工作团队整体素质较为低下^[3]。

第二, 运营理念的设计缺少与市场情况的结合, 往往还是沿用老旧的“靠国家、靠政策、靠行政手段”的方法来对市场经济环境中所存在的各种问题加以解决。

第三, 市场经营意识较差, 详细的来说主要集中在市场营销知识欠缺, 市场观念与市场变化没有得到统一, 对市场分析研究不到位, 市场拓展不足。

第四, 服务工作效率效果较差。当前电力企业坐等客户上门的情况十分的明显, 服务形式和服务项目无法切实的满足客户的实际需要^[4]。

4 基于电力企业改革下的电力市场营销策略

4.1 制定营销战略

电力企业的营销战略其实质就是企业在某阶段时限内为了实现营销目标而制定运营工作方案。详细的来说, 营销战略涉及到营销企业决策管理层、各个职能部室、一线工作人员三个级别。

(1) 企业决策管理层。务必要从营销战略的角度入手, 针对营销职能部室工作进行合理的安排规划, 并且针对各个部门之间的工作实施给予协调, 将企业内外营销工作进行沟通, 从而为营销工作的有序开展创造良好的基础。

(2) 营销职能部门。就企业营销职能部门来说, 其主要职责是针对企业决策管理制定的营销方案加以执行, 并且担负一定的营销职责, 为实现既定的营销目标提供需要的服务。并且营销职能部门需要组织基层工作人员制定详细的营销计划, 促进各项工作有序的开展。在营销战术方面可以适当的引用最前沿的理念和方法。不能将电能产品销售看作是唯一的着手点, 而是应当充分结合客户的实际需要来加以综合考虑, 对于短期营销目标的盈亏应当给予适当的分析研究, 并对那些隐形消费需要给予更多的重视, 为企业稳步持续发展给予良好的辅助^[5]。

(3) 营销岗位人员。营销岗位工作人员是实践落实营销工作的人员, 因为我国电力市场还处在起步阶段, 所以营销岗位工作人员的专业水平较差, 所以急需对营销工作人员进行专业培训, 促使工作人员专业水平和实践能力的不断提升。

4.2 与客户加强沟通

要想更加高效的全面掌握客户的实际需要, 那么最为重要的就是需要利用各种方式方法来与客户进行沟通, 从而结合客户实际需要来对营销方案加以适当的调整。在实际落实各项工作的时候, 需要重视与客户的沟通效果, 挑选适合的方式方法来提升与客户的沟通质量, 这样才能为后续的工作开展创造良好的基础^[6]。

4.3 采取市场拓销策略

社会的快速发展,使得各个领域内部的竞争形势越发的严峻,在这种形势下我们需要综合各方面实际情况和需要来扩展更多的销售渠道,并且积极的推进宣传工作,这样就可以为客户提供更多的选择,满足人们的不同需要。充分结合当前国家所制定的各项发展计划和发展政策,为电力行业的发展创造良好的条件,不断的开拓农村店里市场,运用一户一表的方式来为农村民众提供充足的电力能源,从而为农村经济的发展创造良好的基础。切实的拓展用电市场,并且制定多种多样的用电补贴政策,增强对新型电力市场的扩展,尽可能的提升电力行业的综合实力,促使人们形成正确的用电意识,针对性的制定分段用电价格,控制人们高峰用电量,大范围的引用分时用电装置,提升用电的效率和效果。

5 结束语

总的来说,我国电力市场营销工作与其他发达国家相对比来说较为落后,所以我们需要针对当前电力市场营销工作进行深入的研究分析,对于其中存在的各种问题利用有效的方法加以解决,这样才能推动我国电力行业的稳步健康发展,为社会和谐稳定发展创造良好的基础。

[参考文献]

- [1]杨歌.基于电力市场改革的电力营销管理[J].中国新技术新产品,2019(15):115-116.
- [2]孙艳芬.电力企业改革下电力市场营销策略研究[J].营销界,2019(24):186-188.
- [3]罗仕杰.电力企业改革下电力市场营销策略探究[J].科技创新导报,2017,14(15):175-176.
- [4]李浩然.电力企业改革下电力市场营销策略研究[J].科技创新导报,2017,14(8):235-236.
- [5]齐大鹏.电力企业改革下电力市场营销策略研究[J].黑龙江科技信息,2016(7):67.
- [6]李艳梅.电力企业改革下电力市场营销策略研究[J].财经界(学术版),2013(32):136.

作者简介:高源,男(1993.5-),职务:市场营销部交易员,毕业院校:成都理工大学,所学专业:电气工程及其自动化,职称级别:初级。