

供电企业电力营销管理的现状与对策分析

李景

北京朝阳电力实业开发有限公司, 北京 100022

[摘要]近年来社会对电能需求量不断增大,我国电力事业也得到越来越广泛的关注。随着电力市场改革不断深入,电力企业经济利益受到不同程度影响。为了进一步优化供电服务,需要加强提升企业供电质量,做好企业品牌形象树立,提升电力营销管理水平,推动企业长远发展。

[关键词]供电企业; 电力营销; 管理

DOI: 10.33142/hst.v4i3.4098

中图分类号: TP3;TM7

文献标识码: A

Analysis on the Current Situation and Countermeasures of Power Marketing Management in Power Supply Enterprises

LI Jing

Beijing Chaoyang Electric Power Industry Development Co., Ltd., Beijing, 100022, China

Abstract: In recent years, the social demand for electric energy is increasing, and Chinese electric power industry has also received more and more attention. With the deepening of power market reform, the economic interests of power enterprises are affected to varying degrees. In order to further optimize the power supply service, we need to enhance the quality of power supply, establish a good corporate brand image, improve the level of power marketing management and promote the long-term development of enterprises.

Keywords: power supply enterprises; power marketing; administration

1 电力营销管理

1.1 电力营销管理的价值

我国电力行业在市场经济发展背景下得到快速发展,各个企业之间也面临着越来越激烈的竞争,供电企业需要及时改进创新,提升自身营销水平。提高电力营销服务质量是供电企业做好营销管理的基础。现如今国家大力倡导节能环保,企业在电力行业中市场核心竞争力的提升也需要重视发展节能环保技术。通过电力营销管理能够将企业用电客户的用电需求有效满足,有助于客户多样化要求的满足和企业经济效益水平的提升,有助于企业自身综合发展能力的提升。

1.2 电力营销特点

以客户需求为工作核心是供电企业电力营销管理的基础。现如今客户用电需求不断加大,市场发展也处于持续变化当中,电力以一种商品的形式存在于市场当中,保证客户用电经济、安全、提高客户用电体验是优化供电企业电力营销管理能力的有效途径,是提高客户用电满意度、企业提供细致、全面的电力营销服务的基础。具体来讲,电力影响管理具有如下特点:

第一,作为一种商品,电力的存在主要体现在电压、电流等具体参数和指标上。客户无法储存电力,只能通过不同级别的电力配网提供电能,无法储存也是电力的一个主要特点,该特点决定,电力运输不可或缺的元素之一就是载体。第二,公共性是电力营销管理的另一个主要特点。在现代社会,人们的工作、生活等都离不开电力这一商品,可以说电力是一种具有社会性质的全面需要的资源,所以公共性也是电力营销管理的一个主要特点。第三,特殊性。电度表是电力营销计量的主要工具,通过电度表能够将具体的用电数值反应出来。

2 供电企业电力营销管理存在的问题

2.1 供电企业电力营销管理理念陈旧

根据对供电企业电力营销管理问题的研究,我们不难发现供电企业电力营销管理理念的落后是产生一系列问题的根本前提。一些供电企业没能将现代经营管理思想和市场经济作为电力营销管理工作的必要前提,导致供电企业电力营销管理中市场化程度不足、可行性不强,这些缺陷和不足不但难于做到对供电企业电力营销工作的有效保障,而且使供

电企业电力营销丧失了综合性、系统性和连续性。在供电企业实际展开的电力营销管理工作中没有对国家产业政策、能源政策、市场建设的深入分析和系统研究,导致国家和产业政策中的潜在资源和主导思想被管理者和决策者所忽略,既不能实现供电企业电力营销管理思想上的突破,也难于规范而系统地实施供电企业电力营销管理工作,降低了供电企业电力营销管理实际工作的效能、质量和水平。

2.2 供电企业电力营销团队的素质有待提高

从供电企业电力进行的营销与管理实际来看,人员素质、团队能力和综合技能水平上存在于客户需求、发展目标、市场要求的巨大差距,这导致供电企业电力营销产品适应性不强、影响力不足、管理效能低下等一系列问题的出现。究其原因,一方面,当前供电企业缺乏针对电力营销的教育培训体系,没有针对性的发展和提升机制是其重要的原因,这造成人员专业知识、操作技能、管理方法上的不足,难于系统性、全面性地适应电力市场发展的实际,进行的供电企业电力营销,推出的电力营销产品出现与客户要求的背离。另一方面,供电企业缺乏对电力营销和管理人员职业道德的发展机制,造成很多营销和管理人员深受社会不良风气的影响,出现操作不规范、工作拮据怕重、违法乱纪等问题层出不穷,在思想上、行为上为供电企业电力营销和管理人员的长期发展造成了阻碍。

2.3 电力营销管理有待改善

服务管控缺失和产品创新缺失是供电企业电力营销管理方法陈旧的主要体现。一方面,供电企业传统的电力营销管理中并没有有效覆盖服务项目和基础活动,这导致供电企业电力营销工作中长期忽视服务管理工作,导致没有高效融合电力用户和供电企业、客户需要和电力营销、营销服务和市场实际情况,最终供电企业电力营销服务水平没有得到及时更新和优化,供电企业所开展的服务和管理工作的难以和电力市场变革大局相匹配,导致供电企业风险较大。另一方面,传统的供电企业主要以传统模式作为电力营销管理工作方法,而传统的管理模式缺乏创新,更新速度慢,和客户的需求有着较大的差异性,虽然有新型营销产品不断推出,但是由于市场调研、行业分析、系统研判不充分,导致营销产品难以充分满足用户的实际需求,对于电力用户的用电体验改善作用不大,同时也导致供电企业的电力营销产品影响力和功能性降低。

3 电力营销管理措施

3.1 提升供电企业的品牌形象

为了将供电企业自身的市场占有率扩宽,加强用电用户的吸引,需要将供电企业自身服务回评提高,将自身服务形象树立起来。不过单纯地依靠广告宣传难以真正达到品牌形象树立的效果,供电企业需要加强掌握用电用户的实际需求,并且以用户的角度加强创新和完善供电服务策略,将用电服务水平针对性地提升,从而构建自身良好的品牌形象,推动供电企业持续健康地发展。

3.2 强化电力营销信息化系统的建设

我国信息技术近些年随着社会的发展不断提高,供电企业在信息技术的助力下也得到了进一步的发展。在电力营销中应用现代化信息技术能够让供电企业对用电需求和电力系统运行情况进行实时充分了解,能够有力支撑电力营销策略的制定。可见,我国企业需要加强自身信息化建设力度的强化,加强完善和强化自身的现代化营销系统,利用多渠道信息服务平台共享企业之间的信息资源。此外,可以借助微信等居民常用的信息平台实时推送精准的营销信息,借助 APP 查询电费余额、缴纳电费,提升电力用户营销服务的满意度。

3.3 进行电力市场的开拓

在落实电力营销管理工作过程中,供电企业需要以我国电力市场发展的实际情况为基础深入挖掘用电市场的潜力,加强电力营销业绩的扩大和提升,从而开拓良好的电力市场。为此,供电企业要积极配合政府相关部门,加强招商引资的力度,积极拓宽现有的用电市场。供电企业还要加强开拓农村电力市场,重视农村电力工程施工管理,严格地管理并且实施各个环节。供电企业还要做好需求侧管理从而达到电力供需平衡,优化电网运行方式,以此为基础实现用电负荷的转移,保证大幅度提升电能的使用效率,同时达到节约电能损耗和满足用户电能需求的效果,这也是未来我国电力市场持续发展的重要方法。

3.4 优化产品质量

供电企业营销策略推进的核心工作就是提高供电质量,只有不断优化产品质量才能保证达到电力用户的要求,才能将供电企业良好的品牌形象树立起来,才能推动供电企业持续健康地进步。所以,企业要加强重视优化供电产品质

量,提高电力营销策略,加强电力故障紧急维修水平的提升和优化,积极应用自动化、智能化技术,保证第一时间有效处理各种电力故障,从而将电力系统运行的稳定性和可靠性提高,优化供电服务质量。此外,供电企业还要详细记录电能供给过程中产生的相关数据,定期检查或者不定期抽查各种输电设备,将所有供电线路所用材料的质量优化提升,达到优化供电质量的效果,为优化、落实、应用各种电力营销策略创造良好的条件。

3.5 进行管理机制的创新

供电企业要结合自身发展需求创新和优化管理机制,不断优化和完善自身各项管理制度和考核制度,结合实际情况明确各个部门、各个工作岗位的具体工作职责,从而保证管理中心能够实现下移,各个人员可以及时将自身的工作责任和目标高效完成。此外,为了激发员工工作的积极性,确保各项机制高度落实,充分发挥出员工的价值,可以合理使用配套的激励措施,通过物质奖励、精神奖励结合的方式鼓励员工积极工作,进一步提升供电企业自身的管理水平。

3.6 加强营销人员综合素质的培养和优化

营销人员的综合水平直接影响着供电企业电力营销方案的落实情况,为了进一步提升营销效果,提升营销人员的综合能力,首先需要做好培训方案科学合理地制定,重点将电力营销工作人员的技术能力和专业知识能力提高,将电力营销工作人员的专业水平提升。其次,要加强培养营销工作人员的工作责任心和思想素质,将责任意识和服务意识灌输到营销人员的思想当中,培养工作人员的爱岗敬业品质。最后,要做好用人机制的构建和完善,将营销工作人员的技术能力比重提高,实现工作人员技术能力培训强化、综合素质提高的效果,同时可以加大引入专业的营销人才,选聘专业素质和学习能力强的工作人员,做好相关法律知识、经营、策划等方面工作的熟练掌握,将电力营销的管理水平全面提升。

4 结语

现如今社会生产和生活的各个方面都已经离不开电能,供电企业只有提高自身服务质量才能提升用户的用电满意度,才能提高自身营销管理工作效率效果,才能有效完成电力营销管理工作。相关工作者要积极改进创新,加强现代信息技术的应用,提升电力营销水平,实现供电企业长远、稳定地发展。

[参考文献]

- [1]郑东升,郝明勇,许锋.供电企业电力营销管理策略与实施[J].中国高新区,2017(24):210.
- [2]韩义.供电企业电力营销管理总体策略探讨[J].中国新技术新产品,2017(20):115-116.
- [3]周汉峰.供电企业电力营销管理的创新发展探析[J].低碳世界,2017(26):141-142.
- [4]吴征彦,王德洪.关于新时期供电企业电力营销管理的对策分析[J].城市建设理论研究(电子版),2017(6):28-29.
- [5]田宇剑.供电企业电力营销管理的现状分析及其策略[J].低碳世界,2017(4):120-121.

作者简介:李景(1980-),北京朝阳电力实业开发有限公司,本科毕业,电力工程及自动化专业,从事工程送电及工程管理工作。