

供电企业电力营销管理的问题及对策

李桐

国网河南省电力公司虞城县供电公司, 河南 郑州 476300

[摘要]随着市场经济的发展,我国各个行业都面临着激烈的市场竞争,而电力企业也不例外,电力竞争市场在逐渐完善。电力行业在我国经济中扮演着举足轻重的角色,它不仅推动了工业的发展,还为人们的日常生活提供了强大的能源支撑。因此,在电力营销工作中,应该积极把握市场发展趋势,构建以客户需求为导向的营销模式,以精细化管理和优质服务为核心,不断提升营销理念,提高营销能力和服务水平,以确保电力企业可持续发展。

[关键词]电力营销;管理;服务;需求

DOI: 10.33142/hst.v6i1.8027

中图分类号: F426

文献标识码: A

Problems and Countermeasures of Electric Power Marketing Management in Power Supply Enterprises

LI Tong

Marketing Department of Yucheng County Power Supply Company of State Grid He'nan Electric Power Company, Zhengzhou, He'nan, 476300, China

Abstract: With the development of market economy, various industries in China are facing fierce market competition, and electric power enterprises are no exception, and the electric power competition market is gradually improving. The electric power industry plays a pivotal role in Chinese economy, not only promoting the development of industry, but also providing strong energy support for people's daily lives. Therefore, in the work of electric power marketing, it is necessary to actively grasp the market development trend, build a customer demand oriented marketing model, focus on refined management and high-quality service, continuously improve marketing concepts, improve marketing capabilities and service levels, and ensure the sustainable development of electric power enterprises.

Keywords: electric power marketing; management; service; requirement

面对越来越激烈的市场竞争,电力企业也需要不断进行创新,在企业内部进行相应的改革,提升电力企业的综合实力和市场竞争力。在电力营销过程中,往往会出现一系列的风险问题,这些风险问题在很大程度上影响了供电企业的各项经营效益。因此,加强对电力营销管理的认识成为了当前电力企业最为重要的研究课题。

1 电力营销的重要性

1.1 电力营销保障电力企业的发展

电力企业的发展是为了更好地满足人们的需求,它们不仅要科学合理地利用电力,而且要不断提升自身实力,以满足人们的需求,为人们带来更多的便利和意义。此外,科学合理的电力营销也是保证电力企业长期发展的关键,它能够帮助电力企业在经济中取得更大的成就。尽管我国电力系统的发展取得了长足的进步,但仍有许多挑战需要我们共同努力。^[1]最为突出的是,电力企业中存在的管理缺陷,传统的管理模式仍然被广泛采用,这种落后的管理方式严重影响了电力系统的正常运行。因此,为了确保电力系统的有效运作,必须及时解决管理上的挑战,摒弃陈腐的管理思维,确保管理的有效性和科学性,让电力企业的职工有效地分配任务,并采取安全可靠的操作模式,以确保电力企业的安全可靠,实现其最大的经济效益。

1.2 加快电力企业的改革创新

采取有效的电力营销管理措施,不仅能够促进电力企业的转型升级,而且还能够构建一套全面的、高效的管理体系,从而使得电力企业能够在未来的竞争中脱颖而出,获得更好的发展。随着政府的政策调整,企业的转型也越来越受到重视,这种变革的气息也越来越浓郁。但是,许多企业没有及时实施这一转型,导致许多经营管理上的难题。为了解决这些问题,电力公司必须加强管理创新,以便更好地满足消费者的电力需求。

1.3 保障了电力企业在行业中的竞争力

通过采用先进的营销策略,电力企业不仅可以实现创新发展,而且可以大大提升其在行业内的竞争力。随着我国经济的迅猛发展,电力企业遍布全国各地,但同时也面临着诸多的机遇与挑战。^[2]在竞争激烈的电力市场中,为了确保企业能够持续发展,必须采取有效的电力营销措施,以确保企业的长期可持续发展。确保电力营销活动的顺利开展,不仅可以有效地解决电力供应中的各种问题,而且还可以为大 型电力市场提供统一的规范。

2 电力营销管理存在的问题

2.1 营销人员素质较低

电力公司的电力营销团队的整体能力存在显著的不

同,许多管理者缺乏实际操作的经验,管理能力较弱,对于理论的掌握也不够深入,难以将理论和实际应用相结合。许多基层供电公司的营销人员的能力明显不够,他们大部分已经退休,文化程度较低,没有学习的热情,思维模式陈旧,并且过度依赖传统的营销方法,这些因素都严重影响了市场的发展,无法满足消费者的需求。尽管许多营销人员拥有出色的专业技能,但是他们缺乏竞争意识,这限制了他们为客户提供卓越的服务。因此,电力公司必须加强对营销人员的培训,以便更好地提升电力营销的效率,并且增强自身的市场竞争力,以实现可持续发展。

2.2 市场营销手段有限,开拓市场成效不大

随着政府不断投入更多资源和技术,电网的建设和完善取得了长足的进步,使得供电企业仍然占据着重要的市场份额,但是,由于地方政府的不断干预,电力市场也发生了巨大的变化,为社会的可持续发展提供了坚实的基础。为了更好地推动电力销售,我们需要将不同的用电市场进行精准划分,以便更好地发掘潜在的商业机遇,并准确地挑选出最适合的目标客户群。^[3]尽管电力企业在电力营销方面取得了不错的成绩,但他们仍然缺乏充分利用自身优势的能力,以及对市场的全面把控,这使得他们在当前的市场环境中处于劣势。这主要是因为他们的基础工作薄弱,信息不足,无法准确地分析用电市场、用户的消费需求、心理预期、用电潜力,从而导致电力市场的开发程度较浅,也无法提供必要的技术支持,从而无法及时跟踪用户的用电变化。

2.3 营销服务意识问题

随着时代的进步,电力企业在市场营销方面的认知和实践能力也在提升,他们能够更好地满足消费者的需求,提高了电力产品的销售,改进了供电服务的质量,建立了一套完善的服务体系,以应对日益增加的电力需求,这也是推动电力行业发展的重要因素。虽然电力营销在电力企业中扮演着重要的角色,但由于市场变化日新月异,电力企业面临着越来越多的电力需求,而这些需求又受到各种因素的限制,使得电力企业难以应对,从而导致其市场竞争力大幅下降,甚至无法获得竞争优势。获取市场信息对于把握市场动向和实际状况至关重要,这样才能及时调整营销战略,适应市场的变化。尽管电力市场营销的重要性和实践价值已得到广泛认可,但是在思想观念上,仍有许多缺陷,其中最显著的就是营销观念不够清晰,管理服务观念也相当薄弱,过分强调垄断行为,却忽视了提供优质的服务,并且没有建立起良好的服务态度。随着市场的竞争越来越大,薄弱的服务态度严重地制约了电力企业的向前发展。因此必须采取相应的措施提高电力企业工作人员的服务意识。虽然目前的供电企业正在努力改善和完善营销管理机制,但仍存在诸多漏洞,这些漏洞阻碍了他们实现更加合理、科学的发展,以及推动信息化市场的建立。随着技术的进步和市场的变化,电力营销管理已经从以往

仅关注生产转向了更加关注市场需求,并且形成了良好的服务意识,使得电力营销管理能够真正走上服务化的道路。

2.4 电价机制不够完善

当前,我国电价体系存在诸多挑战,如定价缺乏规律性、市场调节能力不足、管理不力等,这些问题严重阻碍了当地经济的发展和消费者的需求,给社会带来了极大的不利影响。为了有效地解决当前的电力市场问题,政府应当加大对电价的监督力度,构建一个完善的、科学合理的电价体系,以满足消费者的需求。价格波动对市场的运行起着至关重要的作用,它不仅可以有效地控制资源的配置,还能够为经济的长期健康发展提供强大的支撑。为了促进可持续发展,政府和社会各界应该共同努力,完善电力价格体系,制定出更加科学、公正、合理的电价政策,以期达到最佳效果。

2.5 信息化程度低

随着科技的飞速发展,供电企业正在大力推行信息化,以提升电力生产的效率和质量。然而,由于缺乏有效的IT支撑,电力企业的电力营销管理仍存在诸多挑战,因此,必须加快改革步伐,构建更具前瞻性的营销管理模式,以满足市场的需求。许多公司未能充分认识到信息化建设在电力营销管理中的重要作用。实践表明,一个完善的信息系统可以大大提高电力营销管理的效率。^[4]然而,如果信息系统缺乏有效的维护和升级,就会导致安全漏洞的出现,严重影响企业的营销活动,甚至可能带来不可预料的风险和威胁。为了提升营销管理的效率和质量,企业应当大力投入资源,加强信息系统的建设与完善,以期达到最佳的营销管理效果。

3 电力营销管理存在问题的应对策略

3.1 强化市场营销理念

供电企业应当以客户为中心,积极推进市场营销,以满足客户的需求为导向,全面开展电力的售前、售中、售后服务,建立以客户服务为核心的电力营销管理体系,以满足客户的当前需求,并确保客户利益得到有效保障,从而使供电企业在行业中具有更强的竞争力。重新构建这句话:首先,我们应该将客户的需求作为核心,不仅要满足用户的所有需求,还应该考虑他们在不同时期的变化,并且应该根据客户的特殊需求来调整我们的策略。我们应该加强对营销人员的思想政治素质和专业技能的培训,增强他们的市场意识、服务意识和竞争意识,并提升他们的营销技能,以便更好地满足客户的需求。为了提升电力企业的信誉和竞争力,并扩大电力消费市场,我们应该树立诚实、守信、公道的优质服务的良好形象。随着信息技术的快速发展,供电企业应该积极践行精细化管理理念,全面优化和提升管理水平,并利用信息技术和移动互联网技术,加强与用户之间的紧密联系。为了实现更加可持续的发展,电力企业应当不断学习新技术,把握时代脉搏,积极拓展

市场,提升自身综合实力,采用更加人性化的营销管理模式,并不断创新,将先进的管理理念融入到电力营销管理的改革中,以求达到更高的发展水平。

3.2 提高服务质量

随着我国电力市场的迅猛发展,为了在激烈的竞争中取得优势,电力企业必须加强自身的竞争力,各部门和员工都要认真负责地履行自己的职责,提升营销意识,建立起与客户的紧密联系,以实现企业的可持续发展。电力公司应该根据客户的特点,采用个性化的服务策略,并且精心设计出完善的服务流程,以确保客户的期望能够被满足。此外,还应该建立良好的客户忠诚度,让他们能够长期信任公司,从而达到双赢的局面,并且建立起良好的客户与公司之间的关系,以提高客户的满意度。在电力企业中,应该坚持以市场需求为导向,把客户的利益放在首位,努力让客户和电力企业达到最佳的互动,从而最大限度地满足客户的需求。为了更好地激励员工,公司应当建立一套严格的考核机制,定期对员工的表现进行评估,将奖惩与绩效评价有机地结合起来,以此来促进员工的积极性,提高公司的整体服务质量。^[5]为了提升客户体验,我们建立了一个完善的客户反馈系统,它能够收集、分析和评估客户的反馈,并以此为基础制定出更加有效的改进方案,以满足客户的需求。为了提高客户满意度,我们必须建立一套完善的评估标准,并采用科学的方法来衡量它们。为此,我们可以利用多种渠道,如电话、问卷调查等,收集数据,并寻求有效的解决方案。

3.3 采取科学合理的营销策略,不断扩展市场

为了更好地推广电力产品,我们应该将竞争理念和客户满意度放在首位。应该根据客户的具体情况,采取多种有效的营销策略,提升我们的管理水平。还应该定期回访客户,收集他们的反馈,并根据这些信息不断改进我们的营销方案,使我们的产品更加适应市场的变化。通过实施精细化的管理思想,以及采取有效的措施,可以大幅度提高供电企业的核心竞争力,同时也能够更好地适应电力市场的变化,并且能够有效地预测各种可能的不利影响,从而制定出有效的应对措施。为了提高电力营销效率,我们应该重视并加强对电力营销管理程序的实施。我们应该科学有效地简化传统电力模式中复杂的操作步骤,以提升用户的使用体验。此外,我们还应该不断拓展电力营销业务渠道,扩大业务范围,并结合当前客户和经济市场的实际需求,使用先进的服务技术和程序。^[6]为了实现长远发展,

供电企业应该全面分析自身的优势和劣势,并在统筹利用资源的基础上,制定多样化、高质量的策略,以满足客户的长期需求,并建立符合市场运行需求的营销服务管理体系。

3.4 建立完善的营销管理网络系统

随着 IT 的不断发展和普及,它已经深刻地影响了人们的生产和日常生活。供电企业也不例外,在实施营销管理策略时,应该充分利用 IT 手段,以提升营销管理的系统性和效率,从而更好地推动企业的发展。建立完善的电力企业营销管理网络,利用信息服务平台,为用户提供更加便捷、高效、安全的用电服务,以满足用户的需求。通过利用网络平台,可以实现缴费查询、意见反馈等功能,同时,利用 IT 的支持,对电力用户进行系统性的用电信息普查,并利用数据统计技术建立完善的用户电子档案,以便更好地了解用户的实际情况,从而更好地满足不同用户群体的用电需求,特别是针对重要客户群体,可以更加有效地实现营销管理。通过制定个性化的电力服务方案,可以更有针对性地开展电力营销工作,从而提升效率和质量。

4 结语

综上所述,电供电企业必须正视电力营销工作的重要性,根据企业本身的实际情况定位市场和客户,制定适合企业自身实际发展情况的营销战略,树立市场经济意识和服务意识,营销体系的设定需要紧跟市场变化的要求,挖掘和刺激用电消费,不断开拓市场,提高企业的经济效益。

【参考文献】

- [1] 汤贝妮. 供电企业电力营销管理的现状及对策[J]. 大众用电, 2021, 36(7): 18-19.
- [2] 韩立通. 供电企业电力营销管理的问题及对策[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2019(12): 27-28.
- [3] 袁长东. 供电企业电力营销管理的问题及对策[J]. 化工管理, 2019(34): 7-8.
- [4] 姚亮. 供电企业电力营销管理的问题及对策[J]. 现代营销(创富信息版), 2020(12): 161.
- [5] 肖利华. 探析新时期供电企业电力营销管理的问题及对策[J]. 低碳世界, 2022(11): 160-161.
- [6] 张传东, 赵振兴. 供电企业电力营销管理的问题及对策[J]. 商业故事, 2021(13): 99.

作者简介: 李桐(1993.1-), 毕业院校: 郑州大学, 所学专业: 电气自动化技术, 当前就职单位: 国网河南省虞城县供电公司, 职务: 班员, 职称级别: 助理工程师。