

基于供电企业的电力营销管理策略探究

王萌

国网湖北省电力有限公司建始县供电公司, 湖北恩施 445300

摘要 : 在经济水平高速发展的背景下, 电力行业发展也较为迅速, 同时也逐渐提高了电力行业的竞争力。供电企业想要不断提高自身竞争力, 就需要将现有的营销管理策略进行不断地优化与创新, 在保障电力产品自身品质的同时, 利用多种形式的营销方式逐步增强供电企业的经济水平。但是在实际工作中, 电力营销环节还会受到多种因素的影响, 因此供电企业需要对现阶段存在的不足进行深入分析, 并制定详细的营销管理策略, 逐步提供管理工作的整体水平, 进而促进供电企业稳定长远发展。

关键词 : 供电企业; 电力营销; 管理策略

中图分类号 : U223.1

文献标识码 : A

文章编码 : 2023030228

Research On Electric Power Marketing Management Strategy Based On Power Supply Enterprises

Wang Meng

State Grid Hubei Electric Power Co., LTD. Jianshi County Power Supply Company, Enshi, Hubei 445300

Abstract : Under the background of rapid development of economic level, the power industry is also developing relatively rapidly, and the competitiveness of the power industry has been gradually improved. If power supply enterprises want to continuously improve their competitiveness, they need to continuously optimize and innovate the existing marketing management strategies, while ensuring the quality of power products, and gradually enhance the economic level of power supply enterprises through various forms of marketing methods. However, in the actual work, the power marketing link will also be affected by a variety of factors, so the power supply enterprises need to conduct an in-depth analysis of the shortcomings at the present stage, and formulate detailed marketing management strategies, and gradually provide the overall level of management work, so as to promote the stable and long-term development of power supply enterprises

Key words : power supply enterprise; power marketing; management strategy

引言:

随着社会经济的稳定增强, 供电企业也获得了良好的发展趋势, 其自身范围也在不断地扩大, 同时也对电力营销管理工作有效较高的需求, 供电企业为了满足当下各行各业的用电需求, 就要不断提高电力产品的自身品质, 并利用科学合理的电力营销管理方式逐步提高供电质量, 为提高供电企业自身竞争力奠定坚实基础。在当下的具体工作中, 供电企业在扩大自身范围时, 并没有对电力营销管理工作提高重视, 导致该工作还存在多方面的问题, 因此供电企业需要在日常工作中将电力营销管理措施进行不断地优化与创新, 有利于逐渐提高营销效率, 为提高供电企业的经济效益与社会地位奠定坚实基础。本篇文章对供电企业的电力营销管理策略进行深入分析, 希望大家可以当做一个参考。

一、供电企业的电力营销价值

供电企业在运营环节中电力营销占有相当关键的地位, 企业管理人员需要对电力营销进行多方面的了解, 充分认识到电力营销具有的重要性, 并在企业今后发展环节中, 对电力营销进行不断地创

新与优化, 现阶段可以从几个方面体现出电力营销具有的价值:

第一可以塑造企业品牌形象。电力企业具有一定的服务性, 需要各个行业与人民群众的日常生活提供电力, 现阶段电力行业的竞争力也在逐渐的提高, 也为供电企业造成了较大的压力, 只有电力企业创建具有针对性的品牌形象时, 才能逐渐提高自身的

作者简介: 王萌, 1992年9月, 男, 汉族, 湖北宜昌人, 工程师, 硕士研究生, 现就职于: 国网湖北省电力有限公司建始县供电公司, 担任副总经理一职, 主要研究从事电力营销方向。邮箱: 287644049@qq.com

竞争力，为电力企业的长远发展提供大力帮助。当供电企业对外开展电力服务时，电力营销就是一项较为有效地措施，借助各种形式的营销活动，可以将供电企业的经营理念、服务水平等多项内容展示给人民群众们，有利于为电力企业创建高质量的品牌形象，进而促进供电企业的长远发展^[1]。

第二能够提高企业的经济效益。在供电企业的运营阶段中，其主要是对电力产品进行交换，并获得经济效益，结合社会发展销售电力产品，是促进供企高效发展的重要基础，借助电力营销可以帮助供电企业及时了解市场发展需求，进而分对电力产品与营销方式进行不断地创新与优化，尽可能满足人民群众对电力的需求，逐步提高电力产品在市场上的占比份额，进而增强电力企业的经济效益。

第三可以增强企业市场占有率。供电企业在电力行业中的占有率与自身发展有着较为密切的联系，为了有效提高供电企业自身的占有率，就需要对电力市场与市场需求进行多方面的分析与预测，借助电力营销可以开展具体工作，当开展电力营销工作时，可以扩大供电企业的发展空间，为提高供电企在市场上的占有率提供大力帮助。

二、供电企业的电力营销管理存在的不足

（一）电力营销管理制度不完善

供电企业内部的营销管理工作与社会发展具有较为密切的联系，现阶段电力营销管理工作具有较强的复杂性与多样性，目前的电力营销管理制度也不符合社会发展的具体需求^[2]。当下社会信息具有简单、高效等特征，不仅具备标准化的模型，还需要对数据信息进行整合。现阶段营销管理制度不符合信息技术发展速度，并且供电企业内部的档案信息还存在不完善等现象，因此也对电力营销工作造成不同程度的影响。

（二）营销管理人员综合水平偏低

在开展电力营销管理工作时，工作人员的综合水平也会对电力营销管理工作效果造成不同程度的影响，当下电力企业还存在服务意识偏低、缺少专业的工作人员、电力营销管理工作水平偏低等不良现象。与此同时营销管理人员还缺少团队组建意识，导致电力营销管理工作无法顺利开展，甚至还会影响电力营销管理工作的整体水平^[3]。

（三）管理方式与管理模式存在不足

随着信息技术的高速发展，电力营销管理方式与模式还存在不智能等现象，不能满客户的具体需求。其次部分供电企业不能认识到电力营销管理工作存在的重要性，不仅加大了管理人员的工作压力，甚至还提高了营销管理工作的难点，目前供电企业还存在操作风险大等特点，是当下营销管管理部门的工作重点。

三、供电企业的电力营销管理策略

（一）提升服务意识

想要提高供电企业的营销管理工作效率就需要不断提升服务

意识，在以往开展营销管理工作时，由于缺少专业的服务意识，不仅无法对营销管理方式进行创新与优化，甚至还会影响电力营销工作的整体水平，不能满足电力企业在发展阶段的需求。因此供电企业需要从多方面提供服务意识与水平。首先可以在企业文化中融入服务理念，在日常工作中不断增强工作人员的服务意识，也是提高服务效率与满足用户需求的基础内容，不仅保障供电企业的稳定发展，还能让工作人员认识到电力营销管理工作存在的重要性，可以为人民群众提供个性化的服务工作，有利于提高营销管理项目的有效性^[4]。其次供电企业还可以创建客户中心系统，提高企业内部各个部门之间的沟通，不仅可以保障电力营销活动的顺利进行，还可以在客户系统的帮助下及时处理相关问题，并且还能够收集客户对电力服务的建议，帮助工作人员及时营销计划，有利于促进供电企业的稳定发挥。最后还可以对工作人员开展培训，逐步提升工作人员的专业水平与职业素养，为提高服务工作的整体水平提供帮助^[5]。供电企业需要对行业发展需求进行深入了解，结合具体情况制定科学合理的服务标准，对工作人员的工作能力、专业水平等内容制定明确标准，同时还可以对工作人员的具体情况进行深入了解，对工作人员的综合能力进行分析，并结合具体情况制定完善的培训计划，逐渐提高工作人员的综合素养与工作能力，为开展个性化服务工作奠定扎实基础。

（二）加强信息化系统建设力度

随着信息技术的高速发展，各个行业也逐渐朝着信息化方向发展，针对供电企业而言，在其自身发展阶段中将信息技术融入到电力营销管理工作中，可以有效提高服务工作整体质量。供电企业可以结合社会发展需求，结合具体情况创建科学合理的信息化营销系统，借助信息技术逐步提高供电企业与人民群众之间的沟通，是企业经营模式符合经济发展需求，并在日常工作中对经营方式进行调整，为开展电力营销管理工作提供数据支持。首先可以加大资金投入力度，提高设备信息化程度，将电力营销体系进行不断地完善，在创建信息化电力营销系统时，供电企业需要给予大量的资金支持，将较为先进的信息设备进行引入，可以有效提高营销系统的完善性。将电力营销工作的开展需求作为基础，对系统内部功能进行大力开发，尽可能保障各项工作内容都能在信息化平台上进行。与此同时工作人员还需要具备较强的创新意识，将信息技术发展速度作为基础，将先进的经营技术与理念进行引进，结合具体情况将营销系统进行不断优化，有利于完善各项功能，进而为人民群众开展高效服务，在信息化平台的帮助之下，还能达到资源共享等目的^[6]。其次可以借助多媒体设备拓展电力营销范围，逐渐提高营销工作整体水平，供电企业可以借助公众号、电力APP等渠道，将电力营销的相关展示给人民群众，用户可以在微信软件上绑定自身账户，可以方便自己查阅具体信息，并及时开展用电缴费等内容。创建信息化的电力营销系统，能够有效提高营销工作效果，进而从根本为人民群众提供高质量的服务^[7]。

（三）加大电力市场开拓力度

当供电企业在开展电力营销工作时，不仅要提高当下的电力

业务的服务质量,还需要对电力市场的开发工作提高重视程度,对目前的电力市场具体情况进行深入分析,从多方面不断挖掘电力市场具有的潜力,将电力市场进行不断地开发,可以逐渐提高电力营销工作的整体水平,为促进供电企业的长远发展提供帮助。首先供电企业需要与相关部门建立良好的沟通,得到相关部门的大力配合,并借助招商引资的形式对电力市场进行大力开发,为供电企业提供发展空间^[9]。其次还可以对农村区域的电力市场会进行开发,对农村地区的经济条件进行深入分析,并对该地区的电力工程提高重视程度,并逐渐提供电力工程的整体质量与安全性。最后还可以将电力市场的开拓要求作为基础,将电网运行模式进行不断地优化与改善,不仅要电负荷进行转移,同时还要提高电能利用率,在达到用电标准的基础上,尽可能降低电能的消耗程度,对电力行业的长远发展提供大力帮助。

(四) 提高产品质量

供电企业需要根据用户需求为其提供电力,并保障供电阶段的整体品质。当开展电力营销管理时,需要对电力产品质量提高重视,并在工作中将产品质量进行不断地提升,供电企业可以对电力产品质量进行深入分析,并对用户的使用体验进行多方面的调查,帮助工作人员及时了解电力产品存在的不足,及时开展处理工作,尽可能保障电力产品的整体质量。将电力产品质量进行逐渐提高,不仅可以满足用户的用电需求,还可以提升供电企业的自身形象,有利于逐渐提高供电企业自身的竞争力。可以将提高电力产品质量作为电力营销管理工作的重点内容,供电企业可以在多样化平台的帮助下掌握具体的用电情况,并对用户提出的

建议进行具体分析,有利于优化供电方式与营销方法^[9]。同时供电企业还需要不断提高故障检修与处理工作的效率,在科学技术的帮助之下,在最大程度上提高检修力度与故障防范水平,尽可能降低各类故障的发生几率,不仅可以提升电力产品的整体质量,还可以提高企业服务效率。最后在提高电力产品质量环节时,还需要对电能使用产生的数据信息开展记录工作,并对潜在风险进行深入分析,及时开展处理工作,有利于保障电力系统在运行阶段的顺利进行^[10]。与此同时供电企业才可以安排专业人员对输电设备开展定期的维护与检查工作,尽可能保障输电设备在运行过程中的安全性。同时还要保证供电系统中各种路线材料的整体质量,当出现质量问题时要及时开展更换工作,进而逐渐提升供电产品的总体品质。

结束语

综上所述,在经济水平稳定增强的背景下,供电企业的规模也在逐渐扩大。在供电企业发展过程中,电力营销管理占据着重要地位,开展电力营销质量工作,不仅可以促进供电企业的长远发展,也可以逐步提高供电企业的经济水平。因此供电企业需要结合电力市场发展的具体情况,将现有的营销管理理念加以的优化与改善,逐渐提高工作人员的服务意识,并在信息技术的帮助下将电力营销管理平台进行完善,从多方面开展电力营销管理工作,进而从根本上促进供电系统的稳定长远发展。

参考文献

- [1] 汪超. 试析供电企业电力营销的管理策略与实施措施 [J]. 现代营销 (信息版), 2020, (05): 142-143.
- [2] 阮鑫, 阮洁, 杨剑, 等. 电力营销管理策略与实施措施的探究 [J]. 农电管理, 2020, (01): 56-57.
- [3] 吕剑. 供电企业电力营销管理现状与发展策略 [J]. 集成电路应用, 2020, 37 (01): 112-113. DOI:10.19339
- [4] 丁国文. 供电企业电力营销管理策略与实施措施探析 [J]. 科技资讯, 2019, 17 (35): 83-84. DOI:10.16661
- [5] 黄科, 张静东. 供电企业电力营销管理策略及其实施 [J]. 中小企业管理与科技 (上旬刊), 2019, (12): 3-4.
- [6] 陈喻. 供电企业电力营销管理策略及其实施 [J]. 现代营销 (信息版), 2019, (11): 155.
- [7] 易小伟, 祝明曦. 供电企业电力营销管理的现状分析及其策略研究 [J]. 现代营销 (经营版), 2019, (11): 135. DOI:10.19921
- [8] 周雪冰心. 供电企业电力营销管理的现状分析及其策略 [J]. 现代营销 (经营版), 2019, (11): 141. DOI:10.19921
- [9] 吴良宇, 余勇. 供电企业电力营销管理的现状分析及其策略研究 [J]. 中小企业管理与科技 (中旬刊), 2019, (09): 11+13.
- [10] 袁波, 梁永峰. 关于供电企业电力营销管理策略与实施措施的探讨 [J]. 冶金管理, 2019, (17): 125+127.