

# 精细化电力营销服务管理分析研究

钟磊磊

国网浙江余姚市供电有限公司 浙江省 宁波 315400

**摘要:**在我国电力资源的需要在呈逐年递增的态势,由于我们生活品质的提升,对用电量的稳定性、安全系数等多个方面给出了更高要求,进而给供电系统企业电力营销服务管理方法带来一定的考验。要实现电力营销服务精细化管理方法,供电系统企业必须大力加强健全内控管理,及时处理经营过程中存在的不足,构建起智能化营销推广体系,推动供电系统企业稳步发展。文章分析现阶段电力营销服务管理方法存在的问题,对于如何增强电力营销服务精细化管理方法得出意见和建议。

**关键词:**精细化;电力营销服务;管理分析

## 引言

近年来随着经济发展改革开放创新的进度,各个行业也将面临愈来愈严峻的挑战,同时还会获得更多的机会和更宽广的高速发展演出舞台。供电系统企业也是如此,一样正面临着相同的机遇与挑战。想在新趋势下把握机遇,提高企业的形象竞争能力及其整体实力,现在来看,执行精细化的供电系统营销服务管理模式无疑是尤其关键性的一步。近几年来,近年来随着电力事业发展的飞速发展,电力销售市场也产生了很大的变化,电力企业若想在激烈的竞争市场中完成身心健康、迅速、相对稳定的发展趋势,就一定应加强本身具体情况的融合,运用前沿的科技进步,慢慢提高电力营销服务管理方法的精细化水准,创新管理模式,合理推动电力企业经济收益的获得。

## 1 精细化电力营销服务管理的意义

电力企业营销服务管理方面的精细化监督是一种切实可行的方式,结合实际,精细化管理方法根据合理的工作组织与分配,能够从根本上解决电力企业安全性责任意识不够、员工行为规范低等一系列问题,进而降低成本,确保企业与客户关系管理的稳定,从而为电力企业产生更多的经济收益与社会经济效益。次之,精细化管理营销服务管理方法能够在一定程度上提高电力企业执行能力,融合精细化管理方法,电力企业可以确立自己的营销策略,搭建详尽营销实施流程,进而全面提高企业的销售效率,提高企业内每个部门工作效率,从而实现企业执行力的全面提高。除此之外,精细化营销服务管理方法针对提高电力企业的竞争能力,推动企业的长远可持续发展观也是有着非常重要的作用。现如今行业竞争日趋猛烈,电力企业需要不断在营销与服务上不断改进,完成企业的精细化营销推广及其专业服务,才可以

全面提升竞争能力,获得持续发展。

## 2 电力营销服务管理精细化的必要性

在社会经济发展环境下,供电公司电力营销服务精益化管理具有一定的重要性。在竞争白热化电力市场里,应该根据客户的实际需要精准制订营销服务,优化执行营销程序流程。最先,精细化管理电力营销服务管理方法能提高供电公司核心竞争优势,精细化服务管理机制的实行能够精确填补供电公司管理的过程中出现的系统漏洞,对工作实践进一步规范,用规范化实施细则提升公司员工的总体执行能力,提升供电公司在市场上竞争能力次之,能够降低电力营销风险性,通过对电力营销服务的精益化管理,能够进一步优化供电品质、服务质量,减少电力营销风险性。最终,精细化管理电力营销服务管理方法的实行能够促进供电公司的可持续发展观。大部分供电公司员工多,但专业化管理不够,内部结构组织架构疏松,管理方案落实不到位,造成相关工作人员工作中不认真,给用电工作人员增添了一定的电力安全风险。根据对电力营销服务的精益化管理,能够管理者的工作意识,提升供电公司队伍管理,更改原先的经营模式,促进供电公司的可持续发展观。

## 3 现阶段我国电力营销工作中服务营销所存在的问题

### 3.1 主动服务的意识较低

电力营销业务流程是为了更好的为电力顾客给予用电感受和用电而所提供的性供电业务流程,因而电力营销业务人员在开展服务项目营销业务过程中需要针对性地为电力顾客给予高质量服务,并将其作为服务理念因而,开展有目的性的贴心服务,以较大水平处理用电顾客存在的困难,是如今在我国电力公司应尽的岗位。但剖析目前在我国电力销售市场相关信息发觉,目前很多电力营销公司没有足够的独立责任意识,公司内部一部分相关人员对独立

服务的概念欠缺真正意义上了解,因此没法恰当应对用电顾客存在的不足,电力销售市场目前

### 3.2 难以满足市场需求

我国现阶段的电力营销工作中无法达到在我国日益极大市场需求。即电力营销工作滞后于在我国电力消费者的需求。比如,电力公司在电力营销环节中并未对很多终端产品用户自己的特点开展细致入微的科学研究与分析,造成电力营销工作没有完备的售前咨询机制和售后服务制度,这将会很好地促进在我国电力销售业务的开展除此之外,电力营销工作中无法达到市场的需求,还体现在电力客户自己并没有以要求为核心,供给与需求比较严重失调,这类问题存有促使电力营销工作中无法为电力客户提供周全、令人满意的服务项目

### 3.3 营销手段落后

营销方式的落伍对电力营销相关工作的影响力是致命性的。在我国很多电力公司的营销方式十分有限,因而销售市场开拓实际效果通常较弱。比如,很多电力公司的基本上营销网络不健全,欠缺客户资料,促使人们对于用电行业和客户自己的消费市场、期望值和用电发展潜力欠缺十分清楚的了解。此外,营销方式的落后主要体现在很多电力公司不能及时掌握电力客户自己的生产经营状况和电力机器的调整容积情况。

### 3.4 服务观念较差

现如今国内很多电力企业的服务观念落伍,责任意识不够。如很多电力企业的营销一部分觉得高质量的营销只是便是在街上宣传策划、工作员传单派发宣传策划、给予优质服务、营销设备升级等比较浅薄的具体内容。可是需注意,电力营销服务更实质基本内容了加速办电速率、提升供电可靠性、减小断电损害等相关信息,对这种信息进行改善电力企业才算真正意义上的提升了自己的服务观念,并且能在以后的竞争中获得优良之间的竞争主动权。

## 4 精细化电力营销服务管理策略

### 4.1 对营销信息管理系统进行合理构建

工作员能从营销信息系统中获得自身所需要的数据信息,为剖析工作中带来了比较多的便捷标准,此外运用数据库管理,数据分析系统计算及其联网数据信息信息挖掘等新技术,将商务智能运用至精细化管理电力营销服务管理方面中,能够最大限度的提升电力营销服务管理效益及实际效果。在具体搭建时需要搞好如下所示几个方面工作中:其一,相关负责人必须对电力企业现况,现有自动化技术,客户用电量级别及其容积低等开展综合考虑;其二,对营销管理系统中数据信息真实

性及完好性开展提升;其三,对消费者档案资料开展搜集,审查和清除,防止客户档案资料发生错误或是重复状况。

### 4.2 树立现代化精细营销管理理念

供电企业要执行精细化营销管理方法,既需要电力基础设施建设与科技技术适用,并且必须企业管理人员与营销工作人员具备现代化细致营销核心理念。①供电企业工作人员必须具备营销市场理念。供电企业要建立销售市场在运营、项目投资及生产制造等方面主体地位,融入销售市场新形势下,对电力销售市场进行分析及预测分析,并利用优秀管理方法意识和方法,提升用电量经营的管理品质,创新管理核心理念,可提升电力营销的幅度,提升供电企业的市场竞争力。②塑造营销的创新思想。在这个社会数字经济时代,供电企业仅有与时俱进营销核心理念,加强电力提供服务的精益化管理,才可以与时俱进企业管理方案,拓展企业的电力业务流程,从而获得核心竞争力。③供电企业要牢固树立电力营销服务的价值观念。在市场经济体制下,电力是一种产品,而水电费是企业营销中的盈利,加强水电费管理方法,可提升企业电磁能的销量,并得到资产,这也是供电企业的营销服务管理方法最基本的规则,健全企业经济效益目标评价指标体系,可以促进企业营销成效和价值的高效完成。这就需要大力加强营销人员及管理专业的技能培训,将学习到的核心理念转变成工作方式,提升营销人员的营销服务素养。

### 4.3 规范精细化管理业务流程

最先,电力公司有关营销管理方法责任人根据客户具体情况,融合流动性推动业务管理模式,调节提升公司电力客户服务性能和有关营销管理制度,完成电力营销提供服务的工作流程、电力营销服务项目效率与服务次之,有关营销负责人需要结合公司电力营销的具体情况,对电力营销期内的每个情况进行细致入微的叙述,进而梳理出解决问题工作经验,便于可以对将来可能发生的难题给予指导,与此同时电力营销工作中中涉及的相关内容最终,在优化和精益化管理电力营销工作流程的过程当中,相关负责人还应当保证业务流程总进展和分进展总体目标可以并行处理明确,明确电力营销业务流程的实际贸易顺差与营销时限中间相关性,完成竖向工作流程的横着变换

### 4.4 提高竞争意识

现阶段科技水平发展快速,新能源技术已经持续研究与开发中,售电市场早已逐渐开放,对电力营销活动产生的影响不可忽视,供电公司应该具有销售市场竞

争心理,搞好电力营销提供服务的精益化管理。最先,积极主动更改营销意识。电力企业应该从重视生产制造变为重视用户需求,仔细研究客户电力需求,制订多种多样电力营销方案,能够更好地满足客户多样化规定。次之,高度重视职工之间的竞争。供电公司理应按机构营销工作人员开展市场竞争工作中,搞好营销人员的品德教育,使之深刻认识开展电力营销服务项目的重要性,塑造提升观念,严格执行管理制度开展电力营销工作中。最终,开展电力营销的持续布署。供电公司审时度势,高度重视电力营销服务项目未来发展趋势科学研究,做好电力营销服务项目的持续合理布局,不断优化和改进以满足用户需求,积极主动占领售电市场,提升电力营销服务水平和能力

#### 4.5 提升营销水平

推行电力营销服务项目精益化管理,理应积极主动采取有力措施,在电力营销程度上,一方面招聘高质量营销优秀人才。供电公司严格监督招聘,招聘营销工作人员重视从电力专业知识、营销专业知识等多个方面调查,合乎调查规定之后再招聘。另一方面,牢牢把握电力营销工作人员的专业技能。为了能电力营销人员的营销水准,供电公司应经常聘用技术专家,机构营销工作人员开展活动,解读电力营销方法与技术性,规定营销工作人员努力学习,结合工作实际运用与此同时,在高度重视礼仪规范的情形下,规定电力营销工作人员以更好的使命感激情看待客户,妥善处理客户反应的问题。除此之外,按时召开电力营销工作总结会议。供电公司按时机构营销工作人员召开电力营销大会,认真聆听众多营销工作人员的建议,汇总营销活动中的缺陷,立即不断改进,使众多营销工作人员彼此共享成功案例,相互学习,不断提升自身营销技能。

#### 4.6 精细化营销服务管理人才培养

精细化管理电力营销服务相关工作的执行过程中,从人才培养上也要高度重视,可以从总体上提高营销人员培训的品质,让营销服务人员的专业素养能力和工作中的需求相符合。电力营销推广不是简单的营销方式,其中还有宣传策划及其意见反馈服务等众多的活动,这会对营销服务人员的专业素养也是有着相对较高的规定,必须对各类工作流程了解,并能给顾客非常高的服务体会,这样才可以进一步提高了营销服务的品

质。销售人员培训学习过程中需要让销售人员对区域客户特征精确剖析,选用数据分析系统来对整个工作流程进行梳理,将在其中繁杂具体内容执行简单化解决,进而提升营销服务工作人员的业务能力。但从服务人员的相关工作的开展来说,这个时候就需要精益求精的高度重视,提高服务人员业务水平,学习时一定要做好相对应记录工作中。

#### 4.7 合理运用电力营销服务数据平台

目前,整个社会发展已进入到互联网时代,一切领域内的发展都需要有统计数据做支撑,供电公司要尽可能选用前沿的互联网技术、电子信息技术、传感器技术等,搭建精细化管理、智能的供电营销服务系统软件,顺应时代发展脚步,重视服务数据平台的长远规划基本建设,提升服务里的精益化管理。应用服务数据平台,能够把供电公司的具体发展现况与系统中销售数据分析开展数据分析,依据客户的用电量级别、额定电压等,根据数据平台信息挖掘技术实现精确评定,提高电力营销服务管理工作的及时性,提升电力营销服务高效率,协助供电公司完成统一的动态化管理,从而实现供电公司电力营销服务管理精细化目标。

结束语:在这个社会发展的所有行业,服务产品质量是危害领域发展的重要因素。高质量的服务能提高顾客满意度,从而使企业获得客户的认可以抢占市场。电力市场销售服务是体现电力企业社会效益的重要对话框,是电力企业发展的关键所在。顾客满意度是检测服务品质的关键规范。为了保证供电企业的可持续性发展,需要构建一套完备的服务质量认证体系,根据完备的服务核心理念满足客户要求,推动电力领域高效率发展。

#### 参考文献

- [1]庞建军.基于大数据的电力营销管理分析[J].集成电路应用, 2019, (12).
- [2]段丽丽.新时期下电力营销管理与供电优质服务工作[J].通讯世界, 2019, (12).
- [3]石辉龙.提升电力营销服务管理水平的措施探讨[J].国际公关, 2019, (12).
- [4]王红艳, 刘清.电力营销优质服务现状及改进对策分析[J].企业改革与管理, 2020, (11).
- [5]陈静.试论电力营销业扩流程的精细化管理[J].中小企业管理与科技(下旬刊), 2021, (11).