

电力营销稽查与电力营销改善

林 澎

国网山东省电力公司莒南县供电公司 山东 临沂 276600

摘要: 本文探讨了电力营销稽查对电力营销活动的影响及其重要性,分析了电力营销稽查的主要内容和实施方式,并提出了电力营销改善的策略和方法。通过优化电力营销策略、提高服务质量、加强电价执行力度、完善电力营销管理制度等,可以提高电力营销活动的有效性,满足客户需求,提高市场占有率。希望本文的探讨能为相关领域提供参考。

关键词: 电力; 营销稽查; 营销改善

引言

随着电力市场的不断发展和变化,电力企业在市场竞争中面临着越来越多的挑战。电力营销作为电力企业的重要业务之一,对于提高企业市场竞争力、满足客户需求、实现企业可持续发展具有重要意义。而电力营销稽查作为电力营销管理的重要手段,对于规范电力营销行为、提高电力营销质量、保障电力企业利益等方面具有重要作用。因此,本文将对电力营销稽查与电力营销改善展开探讨。

1 电力营销稽查的重要性及其对电力营销的影响

电力营销稽查是电力监管部门对电力营销活动进行全面、公正、透明的管理和监督,旨在保障电力营销活动的规范性和有效性。首先,保障电力营销活动的合规性。电力营销稽查可以确保电力营销活动在法律法规允许的范围内进行,防止违法行为的出现,维护电力市场的秩序。通过电力营销稽查,可以对电力企业的营销行为进行规范,防止企业违法行为的发生,从而保障电力市场的正常运行。其次,提高电力营销活动的有效性。电力营销稽查可以督促电力企业优化电力营销策略,提高服务质量,降低电力营销成本,从而提高电力营销活动的有效性。通过电力营销稽查,可以发现电力企业在营销活动中存在的问题,从而促使企业进行整改,提高电力营销活动的整体效果。再者,维护电力企业的形象与信誉。通过电力营销稽查,可以提升电力企业在公众心中的形象,增强公众对电力企业的信任,有利于电力企业在市场竞争中脱颖而出。电力营销稽查可以让公众了解到电力企业对营销活动的管理和监督力度,从而提高公众对电力企业的信任度,为电力企业在市场竞争中创造有利条件。此外,电力营销稽查还可以促进电力企业的自我完善。在电力营销稽查过程中,电力企业可以发现自身在营销活动中存在的问题,从而进行自我完

善,提高电力营销活动的整体水平。同时,电力营销稽查还可以提高电力企业的管理水平,促进电力企业的可持续发展。最后,电力营销稽查有助于维护电力消费者的权益。通过电力营销稽查,可以对电力企业的营销行为进行监督和管理,确保电力企业按照法律法规的要求进行营销活动,从而维护电力消费者的权益。

2 电力营销稽查的主要内容和实施方式

2.1 主要内容

电力营销稽查主要包括以下方面,合法性审查:合法性审查是对电力营销活动的法律法规遵守情况进行检查,确保电力营销活动符合国家法律法规要求。包括检查电力企业在营销活动中是否遵守电力法、合同法、价格法等相关法律法规,以及是否符合电力市场监管部门的相关规定^[1]。合规性审查:合规性审查是对电力营销活动的行业规范、企业规章制度遵守情况进行检查,确保电力营销活动符合行业规范和企业规章制度要求。包括检查电力企业在营销活动中是否遵守电力行业的相关标准和规范,以及是否符合企业的内部规章制度。合理性审查:合理性审查是对电力营销活动的市场准入、市场退出、电价制定等方面进行检查,确保电力营销活动公平、公正、公开。包括检查电力企业在营销活动中是否符合市场准入条件,是否公平对待所有客户,以及电价制定是否合理。服务质量检查:服务质量检查是对电力营销过程中的服务质量进行评估,包括电力企业的售前、售中、售后服务等方面的服务质量。包括检查电力企业在营销活动中是否提供及时、准确、周到的服务,以及是否满足客户的需求。电价执行检查:电价执行检查是对电力营销过程中的电价执行情况进行检查,包括电价政策的执行、电价公示、电价结算等方面的检查。包括检查电力企业在营销活动中是否严格按照电价政策执行,是否公示电价信息,以及是否及时结算电费。电

力计量检查：电力计量检查是对电力营销过程中的电力计量情况进行检查，包括计量设备的准确性、计量数据的准确性、计量管理的规范性等方面的检查。包括检查电力企业在营销活动中是否使用准确的计量设备，是否按照计量规则进行计量，以及是否对计量数据进行有效管理。

2.2 实施方式

电力营销稽查的实施方式主要包括以下形式，定期检查：定期检查是指电力监管部门按照一定的周期对电力营销活动进行检查。定期检查可以确保电力营销活动在法律法规和行业规范允许的范围内进行，防止违法行为的出现，维护电力市场的秩序。专项检查：专项检查是指电力监管部门针对某一具体问题或某一环节进行深入检查。专项检查可以针对性地解决电力营销活动中存在的问题，提高电力营销活动的有效性。交叉检查：交叉检查是指不同监管部门之间相互对电力营销活动进行检查，以提高检查的公正性和有效性。交叉检查可以确保电力营销活动在各个环节都得到有效监管，防止违法行为的出现。随机检查：随机检查是指电力监管部门对电力营销活动进行不定期的抽查。随机检查可以提高电力营销活动的透明度，防止违法行为的出现。投诉检查：投诉检查是指电力监管部门对客户投诉的问题进行调查和处理。投诉检查可以及时发现电力营销活动中存在的问题，保障电力消费者的权益。合作检查：合作检查是指电力监管部门与其他相关部门合作，共同对电力营销活动进行检查。合作检查可以提高电力营销活动的监管力度，防止违法行为的出现。

3 电力营销改善的策略和方法

3.1 优化电力营销策略

根据稽查结果，我们发现电力营销策略需要进行进一步的调整和优化，以更好地适应市场需求和提升营销活动的有效性。以下是具体的优化策略，市场细分：对市场进行细分是电力营销策略的重要组成部分。通过对客户需求和特点的深入了解，将市场细分为不同的群体，为每个群体制定有针对性的营销策略。例如，可以根据行业、用电量、客户需求等因素进行细分，为每个细分市场制定相应的营销策略。产品创新：随着电力市场的变化和客户需求的多样化，开发新的电力产品和服务势在必行。电力企业应根据市场需求，创新电力产品和服务，满足客户的多样化需求。例如，可以开发智能电表、绿色电力等创新产品，提供更加便捷、高效的电力服务^[2]。营销渠道拓展：电力营销活动需要多渠道的支撑，除了传统的营业厅、代理商等渠道外，还应积极拓

展线上渠道，如官方APP、电商平台等。这些线上渠道可以提供更加便捷、高效的服务，提高电力产品和服务的覆盖范围。营销组合策略：合理运用产品、价格、渠道、促销等营销组合策略是提高电力营销活动整体效果的关键。电力企业应根据市场需求和竞争情况，制定合理的营销组合策略。例如，针对大型工业用户，可以提供定制的电力套餐和优惠价格；对居民用户，可以通过线上活动、折扣等方式吸引他们使用更多的电力服务。通过以上优化策略的实施，我们可以进一步提高电力营销活动的有效性，满足客户需求，提高市场占有率。同时，我们还应注重对营销活动的监控和评估，及时调整策略，确保达到预期的营销效果。

3.2 提高服务质量

根据稽查结果，对电力营销服务中存在的问题进行整改，提高服务质量，是电力营销改善的至关重要的策略和方法。（1）售前服务是指在销售过程中，为客户提供准确、及时、周到的咨询服务，帮助客户了解电力产品和服务，提高客户对产品的认知和购买意愿。在电力营销中，可以通过多种方式提供售前服务，例如在营业厅设置咨询台、电话咨询服务、网络在线客服等。可以及时解答客户疑问，提供专业建议和解决方案，增强客户的信任度和购买意愿。（2）售中服务是指在销售过程中，为客户提供便捷、高效的服务流程，提高服务效率，让客户享受到更好的购买体验。在电力营销中，可以通过多种方式优化售中服务，例如简化业务流程、提高业务办理速度、提供个性化的服务方案等。通过这些措施，可以缩短客户等待时间，提高服务效率和质量，增强客户的满意度和忠诚度。（3）售后服务是指在销售后，为客户提供及时、有效的服务保障，满足客户需求。在电力营销中，可以通过多种方式完善售后服务体系，例如建立客户服务热线、定期回访、提供维修保养服务等。通过这些措施，可以及时解决客户遇到的问题和困难，提高客户满意度和忠诚度，同时也有利于提高企业的口碑和竞争力。（4）客户关系管理是指通过建立客户关系管理系统，对客户信息和数据进行收集、整理、分析和利用，以优化服务质量、提高客户满意度和忠诚度。在电力营销中，可以通过多种方式建立客户关系管理系统，例如建立客户档案、对客户进行分类管理、开展客户满意度调查等。通过这些措施，可以了解客户需求和反馈，及时调整和优化服务策略，提高服务质量和水平。

3.3 加强电价执行力度

在电力营销稽查过程中，发现电价执行是一个容易

出现问题的环节。因此，加强电价执行力度是电力营销改善的极其重要的策略和方法。（1）电价政策宣传：为了提高客户对电价政策的了解和认识，电力企业应该加强电价政策的宣传力度。可以通过多种渠道进行宣传，例如在营业厅、网站、社交媒体等渠道发布电价政策相关信息，或者通过电话、短信等方式向客户进行一对一的宣传解释。通过广泛的宣传，可以增强客户对电价政策的认知和理解，提高电价执行的规范性和准确性。

（2）电价执行规范：在电价执行方面，电力企业应该严格按照电价政策执行，确保电价信息的准确性和及时性。对于不同客户和不同用电类型的电价标准，应该进行详细分类和明确规定。在执行电价政策时，注意避免出现人为因素导致的误差和错误，例如人为篡改电价信息、私自调整电费等。（3）电价监督检查：为了确保电价执行的规范性和准确性，电力企业应该建立完善的电价监督检查机制。通过定期对电价执行情况进行监督检查，例如开展定期的电费审计、用电检查等工作，确保电价执行符合相关政策和规定。还可以通过开展客户满意度调查等方式，了解客户对电价政策的反馈和建议，及时调整和优化电价政策。（4）电价违规处理：对于故意违规的行为，应该依法进行处理，例如对相关责任人进行罚款、解除合同等措施；对于非故意违规的行为，应该采取相应的纠正措施，例如重新审核电价信息、加强内部管理等方面。通过严肃处理违规行为，可以维护电价执行的公平性和公正性，提高客户对电力企业的信任度和满意度^[3]。

3.4 完善电力营销管理制度

根据稽查结果，对电力营销管理制度进行完善和优化，提高电力营销管理的规范性和有效性。完善电力营销管理制度的具体措施，（1）制定完善的管理制度：制定完善的管理制度是完善电力营销管理制度的前提和基础。电力企业应该根据电力营销活动特点，制定符合实际需要的管理制度，明确电力营销活动的流程、标准和

规范等。同时，在制定管理制度时，应该充分考虑客户的需求和反馈，以客户需求为导向，提高电力营销管理制度的科学性和有效性。（2）强化内部监督：电力企业应该建立内部监督机制，对电力营销活动进行全过程监督，确保电力营销活动的规范性和合法性。同时，应该明确内部监督的责任和权利，建立监督考核机制，将内部监督与员工绩效挂钩，激发员工的积极性和主动性。

（3）优化绩效考核：电力企业应该完善绩效考核体系，将电力营销活动的绩效与员工绩效挂钩，激发员工的积极性和主动性。同时，应该建立科学的绩效考核标准和方法，明确考核指标和权重，使绩效考核更加科学、公正和透明。（4）定期培训与考核：电力企业应该定期对员工进行业务培训与考核，提高员工的业务素质和服务水平。同时，应该建立培训考核机制，对员工的学习成果和表现进行评估和反馈，促进员工不断提高业务素质和服务水平。

结语

综上所述，电力营销风险管理是电力企业营销的重要组成部分，直接关系到企业的发展。营销稽查作为当前营销管理的重要手段，对于提高电力企业的营销管理水平、保证营销工作行为以及质量等具有非常重要的意义。通过进行营销稽查工作，可以降低企业的经济损失，提高电力企业的管理能力和信誉，促进电力企业的发展和经济效益的提升。

参考文献

- [1]史琳,刘丰威.应用信息化智能管理技术的电力营销稽查方法[J].微型电脑应用,2022,38(12):139-142.
- [2]冷娇娇,姜迅.电力营销数字化稽查监控体系建设分析[J].大众用电,2022,37(01):18-20.
- [3]牛任恺,张鑫磊,王玉君,等.基于数据挖掘的电力营销稽查业务监管系统[J].吉林大学学报(信息科学版),2022,40(01):103-110.