

# 供电企业电力营销管理的现状及创新路径

李 凯

内蒙古电力(集团)有限责任公司锡林郭勒盟镶黄旗供电分公司 内蒙古 锡林郭勒盟 013250

**摘要:** 电力资源是人们日常生产和生活中不可缺少的资源,在社会经济的快速发展中起着非常关键的功效。随着我国新时期的到来,电力公司还遇到了开发中的瓶颈,需要继续开展相关的改革以及创新。电力营销工作是电力公司生产和运营过程中的关键构成部分,开展相关的电力营销管理工作非常的重要。因此,在未来的发展过程中,电力公司的营销管理者将继续创新和优化营销管理方式,从而可以有效的促进电力公司的长期以及稳定发展。

**关键词:** 供电企业; 电力营销管理; 竞争意识; 服务意识; 创新路径

引言:自进入21世纪至今,我们国家社会经济的迅速发展以及中国人民的生活水平的持续改善有效的促使社会电力的继续发展。面对这种情况,主要的电力公司不断扩大电网构建的规模,并积极增加了电力营销的管理,以完全满足电力市场的实际需求。但是,由于各种因素的影响,电力营销管理仍然存在许多缺点,这对企业的可持续发展产生了一定的影响。因此,电力公司必须加强创新电力营销管理工作,从而可以有效增强企业的电力营销管理水平<sup>[1]</sup>。

## 1 电力营销管理的内涵

电力营销意味着电力用户可以使用安全,可靠,合格和有用的电力产品,并且可以获得周到且令人满意的服务。专注于为电力客户提供相关的用电服务。电力营销管理主要基于电力用户和电力设备。主要任务具有更合适的权力用户需求,扩大其规模,产生公司和社会利润,回收和使用动力设备,改善公司的经济利益并节省能源。为了可以有效的确保电力安全,电力公司将及时接受电力用户的投诉以及相关咨询和实际时间解决方案,并且需要有效的与政府或相关部门合作,执行相关的安全宣传工作。另外,电力营销管理是电力公司日常工作中非常重要的组成部分。这是电力公司的荣誉,成就和利润的具体展现,在我们国家的国民经济和我们国家的长期以及稳定发展的过程当中起着非常重要的作用<sup>[2]</sup>。

## 2 电力营销管理的重要性

电力营销阶段是电力公司开发和电力公司发展过程中重要的组成部分。随着社会和经济学的快速发展,电力公司的市场竞争正在逐渐增加。计划经济对市场经济的变化改变了电力市场的需求和供应。随着各种新能源的持续出现,对电力资源的需求逐渐减少。因此,电力公司需要在营销管理方面做得很好,以维持更多的客户并提高其市场的竞争力。随着市场环境变得越

来越复杂,电力公司也在参与创新,只有提供营销管理方式的创新才能维持更多的消费者。随着人们日常生活标准的不断提高,信息化的发展已经到来,对各种电子产品的需求正在增加。因此,已经提出了电力公司的服务质量和高效的要求。仅通过不断改变自己的营销管理方式,提高管理水平并不断提高电力服务技术和质量来增加用户依赖性。因此,进行电力营销管理非常重要,为了在激烈的竞争市场中占据特定的优势,有必要继续提升相关工作人员的工作,提高工作效率并提高公司的竞争力。

## 3 新时期供电企业电力营销管理中存在的问题分析

### 3.1 供电企业电力营销管理理念陈旧

根据电力公司的电力营销管理的研究,不难发现电力供应公司的电力营销概念的落后是产生一系列问题的基本先决条件。一些电力公司无法将现代管理管理思想和市场经济作为电力营销管理的必要先决条件,这导致市场化不足和电力公司在电力营销管理中的可行性不佳。电力营销工作的有效保证以及电力公司的电力营销失去了全面,系统性和连续性。关于国家工业政策,能源政策和市场建设的深入分析和系统研究,电力供应公司的实际电力营销管理工作中没有,这导致对潜在的资源以及领先的思想 and 决策的不了解,并建立决策者国家和工业政策。它无法在电力供应公司的电力营销管理思想中取得突破,但也难以标准化和系统地实施电力供应企业的电力营销管理,这降低了电力供应企业的电力营销管理的有效性,品质以及水平。

### 3.2 相关设备体系有待健全

设计电力公司的营销信息管理系统有几个技术问题,因此缺乏专业技能,基本知识和相关意识,从而导致安全问题。该系统无法定期维护或升级,该系统是针对系统维护人员短缺量身定制的。因此,通常会攻击各

种网络以获取信息。换句话说,无法上传并保存信息。在此阶段,电力公司的营销管理业务流程不仅非常复杂。因此,实际操作通常会导致各种错误,因此无法保证信息安全性,并且在此阶段无法满足信息构建的需求。此外,许多电力公司的营销管理者损失了许多用户流量,因为他们对用户的有关需求没有办法得到满意。

### 3.3 管理机制僵化

电力管理工作以及电力企业营销的严格管理系统主要反映在以下方面:①管理方法比较的落后。并且用户的信息更新的不完整以及没有有效的记录,这会严重的导致企业无法知道用户使用的感觉,并且它不是使用的,并且它不是有利于重新开发市场。本质②管理能力不足,管理机制的僵化导致人们越来越关注员工专业精神和技能的培养,从而导致无法适应新权力时代变化的人才变化,而落后工资则不能留下出色的才能<sup>[1]</sup>。③没有市场创新的意思,由于用户的疲软,理解的疲软以及市场的盲目自我信仰,该公司在日益激烈的市场竞争中处于弱势状态,并且逐渐失去了营销能力。

### 3.4 电力营销管理信息化建设相对滞后

近年来,诸如信息技术和互联网技术等各种技术已经迅速开发和应用。电力公司的电力营销管理逐渐实现了信息化。电力营销管理信息系统的进一步改进还将大大提高电力营销管理的质量和效率。但是,从实际情况来看,大多数电力公司的当前电力营销管理信息系统往往落后,通常面临安全风险。同时,电力公司的信息管理才能相对不足。这些情况导致数据丢失电力营销管理信息系统和系统故障。社交形象具有不利影响。

### 3.5 缺乏优秀的营销人才

优秀的营销人才是改善电力公司经济和社会福利的重要促进因素。从当前电力供应企业的实际电力营销管理团队的建设来看,它缺乏出色的营销才能,因此营销人员在电力营销过程中缺乏系统的营销知识,并且无法有效地采取对用户电力公司的总体评估。缺乏必要的监督和管理机制,在市场研究过程中使营销人员和相关管理者的全面质量较低,并且存在非法行为,例如不规则运营,这将阻碍电力营销的平稳以及长期发展。

## 4 加强供电企业电力营销管理的创新对策

### 4.1 创新供电企业电力营销管理的新理念

建立电力营销服务和创新电力公司的新概念是基于可持续发展的原则,并使用更好的服务电力用户来创新电力营销管理的概念。我必须这样做。它可以用来实现基于获取面向市场的平台以及资源电力营销社会和供电公司的电力公司的全面和可持续发展。在电力供应公司

电力营销管理的创新过程中,我们将加强有关国家行业政策,工业发展战略,政策和机制的讨论,讨论以及研究,并促进电力营销创新中的重要因素和重要资源在电力公司中需要这样做。一家电力公司在社会变革,经济创新和结构调整中获得了有利的立场,并有效地保证了电力营销管理和电力营销管理在意识形态和理论中的创新。电力供应公司电力营销管理概念管理概念的创新专注于国家能源政策,增加对电力行业和电力公司之间全面的能源服务的研究,并突破管理思想需要做得更好。电力公司的电力营销改善了电力营销。为新产品,新模型和新服务形成理论支持,并形成动力供应公司电力营销的制动和增长点<sup>[4]</sup>。

### 4.2 为客户提供优质的电力服务

在营销管理中,只有服务水平和服务质量才能获得客户的信任,提高市场竞争力并在市场上变得无敌。因此,电力公司需要为客户提供高质量的电力服务。通过改进和优化相关系统,将提高部门与人员之间的沟通,工程师的技术水平将不断提高,并且管理人员不断提高管理能力。随着市场开发的发展,公司服务标准不断提高,为客户提供了更可靠,更可靠的服务。此外,增强和规范了该系统的实施,为每个工作阶段和员工全面实施的管理系统,为员工创造出色的工作场所氛围,促进所有员工的发展。为自己的实力做出了贡献,并满足自己的可能性和利益。

### 4.3 完善管理体制

首先,电力用户需要输入详细信息。相关人员定期需要对电力用户的现场维护和服务,以及一个时期用户功耗的统计数据。状态分析。这不仅满足用户消耗需求,而且还反映了公司的“以人为本”的工作概念,而且还降低了功耗的风险,并避免了危险的发生。其次,工作人员进行了计划的职业培训,增加了培训,以便员工可以继续提高其业务水平,从而可以继续学习。他们还需要建立员工的奖励和惩罚系统。针对工作优秀的员工颁发奖项,针对工作不够认真的相关员工开展相关的工资惩罚,并且如果情节比较严重者并被解雇。最后,相关管理者为现有用户提供了一项全面的综合性,该服务具有企业市场的竞争力,宏观市场分析,市场创新的改善以及尚未被占用的现有用户的竞争力,有必要开发和开发以及进行相关的宣传。

### 4.4 加大信息化建设力度

首先,供电公司需要将高级技术(例如自动仪表系统和用户缴费支付支持系统)应用于电力营销管理系统。其次,在电力负载管理的前提下,添加了电力管

理, 电力监控和电力信息服务等项目, 以增强对电力系统的实际监视。第三, 电力管理中心通过数据库实现了与其他相关系统的有效连接, 从而促进了系统数据的共享, 例如营销, 管理和调度系统。随着我国电力网络结构的持续进展, 各种现代和智能的电力技术在电力公司中的应用将继续提高电力公司的电力营销管理品质。

#### 4.5 大力培养高素质的市场营销人才

目前, 企业员工的专业专业素质要求也在不断提高。因此, 电力公司还必须在企业中进行更多高质量的培训内部人员, 以适应社会发展的速度。目前, 在大多数国内电力公司中, 许多营销部门尚未认识到有关营销的基本专业知识, 这甚至通过其营销管理方法的开发将消除, 而其营销管理方法无法适应时代的发展<sup>[5]</sup>。因此, 相关管理者应加强对专业知识的培训, 以促进企业对电力营销知识的内部人员的研究, 以极大地提高其工作效率, 以改善企业在市场上的竞争市场力量。

#### 4.6 创新供电企业电力营销服务的新方法

需要注意这两个主要方面: 创新的电力营销服务和电力公司的方法。另一方面, 电力公司需要积极推出适应以下市场, 生产和客户的电力营销服务。可以启动软件, 例如基于手机的应用程序, 用于实现用户的电气信息和付款数据记录的APK、APP以及更多适合电力营销和服务的产品。另一方面, 电力公司积极推出了新的方法和电力营销的新途径, 确认了当前“万物”的基本发展趋势, 并与电信公司和网络公司积极积极。需要保持密切的关系。和相关服务行业。用户信息和数据更准确, 使用云计算和大数据技术进行分析, 研究和判断, 并利用潜在的用户资源和服务的方向。供应可以做得更好, 可以做得更好, 目标用户可以实现目标用户。结合使用, 可以实现一般的总体目标, 例如综合的社会利益和公司长期发展。

#### 4.7 积极引导大众消费

面对当前电力市场的主要需求, 中国的许多地区都不断实施各种电力锁策略。在此过程中, 电力公司需要积极扩大电力生产规模, 并继续增强电力能力。同时, 在电力营销过程中, 有必要进一步扩大电气产品的销售渠道。首先, 电力公司需要对工业产业的发展做出反应, 并加强主要工业项目的电力保证。对于大型电力工程师, 电力公司需要与每个电力公司积极调整和合作, 以在试点模式下有效地实施电力营销工作。其次, 根据居民的大多数功耗, 该公司继续增加城市居民在能源消耗市场中的份额。最后, 电力公司可以积极促进电力, 保险服务和电力训练服务, 提高安全功耗水平, 并建立良好的功耗概念, 并且可以让公众树立优良的电力消费理念。

结束语: 总而言之, 电力公司的电力营销工作受历史, 机制和系统的极大影响, 以表明社会, 客户和需求不足和缺乏的相关问题。因此, 电力公司的营销工作应在管理层面, 开发市场和更多市场营销空间, 并积极改变电力供应公司电力营销的管理和服务概念。在市场经济条件下, 电力供应企业的电力营销管理的新形式和新方式被赋予了电力营销管理人员的新形式和方式。

#### 参考文献

- [1]张杰.新时期供电企业电力营销管理不足及改进措施[J].电力设备管理,2021(5):36,69.
- [2]胡玉霞.剖析供电企业电力营销管理策略与具体措施[J].现代营销:创富信息版,2021(9):88.
- [3]王德洪,吴征彦.关于供电企业电力营销管理策略与实施措施的探析[J].山东工业技术,2021(12):202.
- [4]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),2021(12):27-28.
- [5]黄春仁.浅谈供电企业的电力营销管理方法[J].现代国企研究, 2021(24): 23.