

# 供电企业电力营销管理的现状及创新路径

肖艳 王玮 王迪 杨惠敏 周蕾  
国网武汉供电公司营销运营中心 湖北 武汉 430000

**摘要:** 电力营销水平的高低直接关系到整个电力供应企业的建设和发展。为了在激烈的市场竞争中谋求稳定的生存与发展,关键是推动电力营销管理的创新与发展。基于此,文章对供电企业电力营销管理工作的现状以及创新路径进行探讨与分析,以供相关人员参考。

**关键词:** 供电企业; 电力营销; 管理现状; 创新路径

电力营销作为供电企业的核心业务决定了电力营销管理的重要性。伴随着供电企业内外环境的不断变化,供电企业的电力营销管理所面临的问题呈多元化与复杂化的发展趋势。正是从这个层面出发,有必要对供电企业电力营销管理的现状进行分析,进而确定提高供电企业电力营销管理水平的建议,推动供电企业的发展。

## 1 供电企业加强电力营销管理的必要性

随着电力体制改革地不断深入,供电企业的电力营销管理一定要积极地适应市场经济的需求。对于供电企业而言,积极做好电力营销工作,不仅是自身发展的需求,也对企业市场竞争力的增强起着至关重要的作用。电力营销工作作为供电企业的主营业务,在逐渐的发展中,已经成为其最核心的工作任务,因此,在当前的形势下,怎样提高企业的经济效益,扩大营销面,提高企业的市场竞争力,已经成为供电企业迫切需要解决的问题<sup>[1]</sup>。

## 2 供电企业电力营销管理的现状

### 2.1 供电企业营销管理意识相对淡薄

实践中可以看到,供电企业通常存在着国有企业常见的一些问题,比如内部管理机制不健全、竞争意识淡薄以及管理理念陈旧等,长期自满于所谓的垄断经营之优越感。从当前电力市场运行实践来看,生产经营管理理念比较传统,没有将市场需求作为发展指导,加之供电企业内部工作人员严重缺乏创新意识、不懂市场营销策略,因此多数情况下会在不了解市场状况的情况下盲目开展各项活动,难免会造成营销管理问题。

### 2.2 营销管理体制不完善

受传统电力行业发展体制影响,供电企业长期忽视电力营销管理,缺乏对群众基础电力活动和服务项目的有效覆盖,使得供电企业与用电用户之间的距离较为疏远,外加供电企业的营销管理体制不健全,导致电力营

销理念与实际用户的市场需求不匹配,其产品更新换代较慢、营销观念没有及时创新,又缺乏必要的电力市场调研和对竞争对手的统筹分析,不仅会降低新时期用户的用电体验,也会导致供电企业的持续发展受到阻碍,影响电力营销管理功能价值的发挥。

### 2.3 竞争与风险意识不强

由于科学技术的进步,以及环保意识的提升,现在很多太阳能等清洁能源占据了市场很大的主导地位。同时,能源市场对服务和质量都有着很高的标准,因而就影响了整个市场竞争。因此,供电企业如果还是以传统的观念在市场中竞争,不积极改变观念,缺乏竞争与风险意识,这将会严重影响到供电企业在能源市场中的份额<sup>[2]</sup>。

### 2.4 缺乏优秀的营销人才

优秀的营销人才是提高供电企业经济效益和社会效益的重要推动因素。从当前供电企业的实际电力营销管理团队的建设来看,其缺乏优秀的营销人才,使得营销人员进行电力产品营销过程中缺乏系统化的营销知识,不能有效应对突发情况等,这都会降低用户对供电企业的整体评价。缺乏必要的监督管理机制,使得营销人员和管理人员在市场调研过程中的综合素质较低,存在操作不规范等违法乱纪行为,都会阻碍电力营销工作的顺利开展。

## 3 供电企业电力营销管理的创新路径

### 3.1 创新供电企业营销管理的理念

在新的市场环境下,供电企业要想获得新的生机,促进企业的可持续发展,必须转变发展理念,通过运用营销管理的模式扩大供电企业的市场,满足新时代下客户对于电力资源等电力业务的需求,使供电企业不仅能够获取旧客户的信任,还能够吸引新客户。这需要企业在进行营销管理工作时了解市场发展的趋势以及新旧客户的消费需求,结合客户的心理进行营销管理。例如,

供电企业在进行电力营销管理工作时,可以创新营销手段以及营销管理工作的理念。首先,在建立及完善相对应的制度时,应树立始终以服务消费者为第一工作要点的观念,重视企业发展和营销工作与消费者的关系。其次,要加强对市场发展方向的研究,了解市场上供电企业的发展定位,强化生产工作与营销工作并重的理念,使供电企业新的市场环境下获得相应的竞争力。最后,运用符合社会发展趋势的新型理念进行供电企业电力营销管理工作的创新,始终以新型理念引导电力企业的营销工作,促进供电企业的发展,从而在新市场环境下推动供电企业的可持续发展。

### 3.2 完善电力营销管理体系

伴随着市场经济的发展以及社会的进步,供电企业电力营销管理工作的开展应依据时代发展的趋势进行相应的调整,并在坚持以电力市场为核心的基础上,加大对电力营销管理工作的重视,不断通过有效措施完善电力营销管理体系,提高电力企业的营销管理水平。具体措施可从以下两个方面入手:第一,加大对电力营销的管理力度,通过提高对其的重视,创新电力营销管理模式,从而拓宽营销渠道,提高供电企业的营销管理水平。第二,营销管理人员作为开展电力营销管理工作的主体,只有不断采取有效措施才能提高其专业能力及水平,才能最大限度地实现供电企业的营销管理效果,调整电力营销管理体系,为市场提供优质服务<sup>[3]</sup>。

### 3.3 优化营销策略

在激烈的行业竞争环境下,供电企业需要将电力营销与经济效益充分结合,结合市场行情和自身优势制定科学的营销策略,抢占更多的市场份额,实现预期的营销目标和发展目标。首先,企业需要深入市场开展调查,掌握客户需求和市场规律,加强市场研究、分析和调查,进而制定科学的营销策略;其次,要对市场环境和竞争对手有所了解,把握行业未来发展趋势,与小区街道、工业企业建立联盟关系,为电力利用、电力推广和电力生产争取更多的资本和机会;最后,要积极利用信息技术和新媒体加强市场宣传,促使广大群众认识到电力能源是一种清洁、安全以及高效的能力,普及用电知识和节能方法,扩大企业社会中的影响力和知名度<sup>[4]</sup>。

### 3.4 提高电力营销服务质量

服务质量也会直接影响到供电企业的电力营销管理工作,要想提高电力营销管理水平,就必须提高供电企业的服务质量和电力产品质量。不同客户有着不同的用电需求,供电企业需要尽可能地提高自身电力产品的质

量,不断创新电力产品,增强电力产品的安全性与可靠性,这样才能为更多的用电客户提高电力服务。另外,还要进一步提高供电企业的技术水平,改进电力产品,提高电力营销服务质量,为用电客户提供更优质更满意的服务,进一步提高电力营销管理质量,促进供电企业的良好发展。

### 3.5 健全电力营销管理信息化系统

供电企业想要创建完善的电力营销管理信息化系统,需要从以下两个方面入手:一方面,供电企业必须不断的更新和完善技术系统,通过网络、电话、邮箱等连接服务,能够对电力用户的实际用电需求进行调查,并对后续的电力营销工作进行调整,更好地满足电力用户的电力服务查询、缴费、意见反馈等需求。同时,通过技术系统能够显著的提高供电企业的电力营销工作水平与效率,为电力用户提供更多的网上服务,电力用户足不出户能够完成电力查询、缴费等服务,获得众多电力用户的青睐。另一方面,供电企业必须做好电力营销调查工作,基于技术系统,有效的整合调查信息,对电力市场的需求进行全面的分析,对于电力营销管理过程中存在的问题进行分析,然后对电力营销策略进行科学的调整,以便于更好地提高电力营销管理效率,进一步促进供电企业的稳定、长足发展。

### 3.6 加强培训,提高电力营销人员的综合素质

首先需要制定科学合理的培训方案,把重点放在培训电力营销工作人员技术能力和专业知识方面,从而大大提高电力营销工作人员的专业水平。其次,加强营销工作人员的思想素质培训,促使他们树立良好的责任和服务意识,让他们拥有爱岗敬业的品质。最后,要建立健全的用人机制,提高营销工作人员高技术能力人才的比重,强化营销工作人员技术能力培训,提高营销工作人员的综合素质<sup>[5]</sup>。

### 3.7 加强营销管理监管力度

在对供电企业进行电力营销管理的过程中,无论是企业内部的管理人员,还是相关监管部门的工作人员,都需要适度加强营销管理监管力度,为供电企业营造公平公正的电力市场,推动电力行业的蓬勃发展。相关的管理人员不仅需要对电力营销工作人员进行实时监督,提高他们的工作效率,使他们全身心地投入到电力营销工作中,还需要对整个供电企业的运作模式进行监督,提高人力资源和物力资源的使用效率,在出现电力营销问题时及时处理解决,提高供电企业的工作效率。这样一来,可以有效提高供电企业的电力营销管理水平,实

现企业的长足发展。

#### 结束语

伴随着我国经济的不断发展，供电企业的竞争环境越来越激烈。在新的市场环境下，为了促进供电企业的可持续发展，必须迎合市场发展的需求，满足客户对于电力企业的要求。通过利用电力营销管理方式，可以使供电企业明确经济发展方向。另外，供电企业需要不断创新电力营销管理中的服务职能和手段，为客户提供高效优质的服务，满足市场的发展需求，从而进一步提高市场竞争力。

#### 参考文献

[1]陈清如.试论供电企业电力营销管理缺陷及完善措

施[J].科技风,2017,(15).

[2]罗建军.新时期供电企业营销管理策略探讨[J].化工管理,2018,(08):157.

[3]王雪梅.当前电力营销管理存在的问题及对策分析[J].现代经济信息,2018(8):57-58.

[4]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),2018,(09):88.

[5]田宇剑.供电企业电力营销管理的现状分析及其策略[J].低碳世界,2017,04:120-121.