

供电企业电力营销现状与发展策略

张明明

固原农村电力服务有限公司 宁夏回族自治区 固原 756000

摘要: 电力市场竞争日趋激烈, 供电企业电力营销面临严峻挑战。当前, 在市场定价机制等方面存在一定问题。未来, 供电企业应加强市场营销能力, 提高客户服务水平, 保障供电质量, 加速业务转型, 积极开展多元化业务, 推进现代化电力营销。

关键词: 供电企业; 电力营销管理现状; 发展策略

引言: 随着经济的快速发展和人口的日益增多, 电力需求不断地提高, 电力市场也开始变得愈加激烈竞争。作为重要的电力供应商, 供电企业的营销策略显得尤为关键。供电企业在电力市场定位中所扮演的角色, 对于电力市场竞争、行业发展、经济稳定都有着十分重要的影响。当前, 供电企业在电力营销过程中仍存在着一定的问题, 如对市场价格偏高, 服务水平不够高等, 这些问题都对供电企业电力营销造成了一定的负面影响。

1 完善供电企业电力营销管理的意义

随着电力市场环境的不断变化, 供电企业在电力营销管理中面临着越来越多的挑战。因此, 完善供电企业的电力营销管理显得尤为重要。本文将深入探讨完善供电企业电力营销管理的意义。(1) 完善供电企业电力营销管理有助于提高市场竞争力。供电企业通过优化销售渠道和产品结构, 提升产品服务质量, 降低产品成本等, 使得企业在市场中更加具有竞争力, 能够满足客户的需求, 提高市场份额。(2) 完善供电企业电力营销管理可以提升财务收入。随着电力市场的高速发展, 供电企业可以通过定价策略控制售电价格, 控制成本费用, 实现财务收入的提升, 从而为企业的健康成长奠定坚实基础。(3) 完善供电企业电力营销管理可以提高客户满意度。供电企业通过加强客户服务, 提高服务质量, 建立良好的客户关系, 增强客户满意度, 从而识别客户需求, 提高客户忠诚度, 增强市场竞争力, 实现企业可持续发展。(4) 完善供电企业电力营销管理不仅有利于提升企业内部管理, 加强企业的组织协调能力, 还能够加强企业与各级政府部门之间的沟通与协作, 充分发挥政府和企业之间的合作效益, 推进电力市场的健康发展。(5) 完善供电企业电力营销管理还会带来行业创新和技术进步。通过加强与相关科研机构、高等院校等的合作, 提高技术水平和研发能力, 推动电力行业更加高效、科学、环保、安全、稳定的发展^[1]。

2 供电企业电力营销管理现状

2.1 营销人才匮乏

营销人才匮乏是当前供电企业电力营销面临的一个重要问题。随着供电市场的不断扩大和竞争的加剧, 电力营销已经成为供电企业的重要战略。然而, 由于电力营销的专业性较强, 导致目前市场缺乏高素质的电力营销人才, 妨碍了供电企业的发展。(1) 电力营销人才的荒缺不利于提高企业的市场竞争力。在日益激烈的市场中, 采用有效的营销策略和营销工具, 对提高企业的市场竞争力至关重要。而现在市场上拥有经验、技能和专业知识的电力营销人才相对较少, 这使得供电企业难以应对市场的挑战。(2) 缺乏电力营销人才不利于企业提升服务品质和创新力。电力营销工作主要涉及客户的需求分析、产品设计、市场推广等环节, 这需要专业能力较强的营销人才。若缺失了这样的人才, 供电企业难以针对市场需求推出更加贴心的产品或服务, 因而不能满足客户需求, 也难以提升服务品质和创新力。(3) 电力营销人才匮乏, 也使得电力市场上的竞争不充分。缺乏专业人才会影响企业能力水平, 也会影响供电企业竞争对手的能力。同时, 企业之间的合作机会和交流也会随之减少, 这可能阻碍业务发展和技术创新。

2.2 竞争意识薄弱

在现代商业竞争的环境中, 企业想要生存和发展, 必须具备良好的竞争意识。然而, 一些企业中依然存在竞争意识薄弱的现象。究其原因, 在一些传统企业中, 由于长期的行业积淀和惯性思维, 人们可能认为企业有自己的市场定位, 依靠市场稳定性以及老客户的购买, 就无需面对更多的挑战。然而, 在市场经济的大背景下, 这样的想法已经过时。如今, 市场竞争越来越激烈, 新的业态和新型企业层出不穷。这也导致了企业的产品、服务和管理方法等方面必须不断地更新迭代, 满足客户的多元化需求, 才能取得更多的市场份额。正是

竞争意识的缺失,让企业缺乏对行业、市场、客户等方面的真正洞察力。具体而言,缺乏竞争意识常常表现为企业对市场变化缺乏及时的反应,往往是在对手已经抢占先机后才去考虑追赶。此外,对产品的创新、服务质量的提高和客户体验的改进也十分不足。这些失误最终导致了企业品牌形象的损失,客户的流失以及更多潜在客户的选择其它公司的产品和服务。因此,为了具备更好的竞争优势和满足客户的不断变化的需求,企业必须建立起强烈的竞争意识。企业应该关注对手动态,了解市场变化,并及时调整企业的经营运作。同时,在产品、服务、管理等方面更加注重创新、体验和质量,提高企业的核心竞争力^[2]。只有如此,企业才能稳固立足于市场之中。

3 供电企业电力营销管理优化

3.1 提升企业形象

企业形象的提升还可以从企业文化和社会责任两方面入手。电力企业应该树立积极向上的企业形象,塑造企业的良好文化形象,增强运营管理的专业性和公信力。以员工文化、品牌文化、社会文化等方式打造有特色的企业文化,还可通过文化建设来提高企业的声誉,并突显企业的社会责任。在社会责任的方面,电力企业应在减少对环境的污染、关爱员工、推动可持续发展等方面积极履行社会责任,加强企业与客户、社区的联系,用良好的服务品质和优秀的社会责任表现赢得客户的青睐,提升企业的品牌价值和市场影响力。在电力企业的营销中,提升企业形象是非常关键的一环。只有不断提高电能质量,优化营销服务,注重企业文化和社会责任,才能使企业赢得更多的客户和市场的信任,提升企业的市场影响力。

3.2 电力营销培训人才

为了解决电力营销人才匮乏的问题,供电企业可以采取以下一系列措施。(1)开展和扶持相关人才培训和学习计划。针对员工缺乏专业能力和市场经验等问题,企业可以建立完善的培训和学习机制,为员工提供专业化、系统化的学习与培训,提升员工专业技能与管理能力。培训内容可以覆盖销售技巧、营销策略、市场分析等方面,提升员工的营销能力和管理水平,增强企业竞争力。(2)采用新型的营销模式、电力产品和服务功能。供电企业可通过整合互联网、大数据等新型技术与实践,创新推出符合市场需求的新产品,如智能电表、电力储能、能源管理服务等,以增加消费者对产品的依赖性与诉求。同时,企业也应该关注客户服务,通过提供全程服务与解决方案等方式来满足客户要求,提升企

业的服务质量,吸引人才加入企业。(3)加强与高校和科研机构等的合作,进行人才的流动与创新。企业应该主动与知名高校和专业研究机构建立长期合作关系,如开设课程、推动人才交流等,以增加企业人才资源。为科研学者提供相关的实地实践机会,同时也可让企业接收科技创新成果,实现创新共享、人才引进的效果,推动电力营销管理领域的技术创新。总之,电力营销行业的稳健发展与人才的培养与引入密不可分。只有做好积极引进人才、精心培育人才等多方面的工作,才能进一步拓展电力营销人才队伍,为企业的业务发展奠定坚实的基础。因此,供电企业应该加强人才管理与引进工作,同时策划前瞻性的发展规划,提升营销管理水平与核心竞争力,实现经济效益与社会效益的双丰收^[3]。

3.3 积极开拓用电市场

在当今经济发展迅速、市场竞争激烈的环境下,电力企业必须积极开拓用电市场,以满足不断增长的市场需求,提升企业的市场份额和竞争力。(1)企业应该深入了解市场需求,从市场的真实需求中找到增长点,紧跟市场趋势,适时推出符合市场需求的新产品和服务。这需要企业加强与用户的沟通与交流,了解其需求和期望,收集市场反馈,不断调整企业的产品和服务,确保企业的产品和服务能够满足客户的需求和期望。(2)企业还应该加强营销推广,提升品牌影响力。企业可以通过多种途径进行营销推广,例如纸质媒体广告、电视广告、网络推广等方式,以传递企业品牌和信息。同时,企业还可以充分利用社交媒体建立良好的公共形象,吸引大量粉丝和关注,通过粉丝和关注者转发传播企业信息和口碑,进一步扩大企业的品牌影响力。除了以上两点,企业还应该积极探索新市场,寻找新的增长点。企业可以通过跨界合作、战略联盟、市场分割等方式,进军新兴领域,拓宽企业的市场空间,获取新的市场份额。电力企业要积极开拓用电市场,需要根据市场需求不断调整产品和服务、加强营销宣传、寻找新的增长点等多方面入手。只有不断适应市场变化,及时调整企业策略和方向,才能在激烈的市场竞争中占据领先地位,实现企业的长期稳健发展。

3.4 防范服务风险

在电力营销服务工作中,服务风险是不可避免的问题。为了最大程度上防范服务风险的产生,电力企业需从多个方面入手。(1)电力服务人员应该增强风险防范意识。企业应该对电力服务人员进行培训,让他们了解到自身行为的规范与否,以及其行为是否会对企业客户造成损失,让他们能够合理规范自身行为,避免不必

要的服务风险。同时,企业可以通过常规的内部审计流程、评估规范的KPI体系、创新的合同管理机制等手段来约束电力服务人员的行为,避免因个人行为导致的服务风险。(2)企业应该制定防范服务风险的相关制度。电力企业应根据实际情况制定相应的风险防范制度,涉及服务规范、舆情处理、服务安全等多个方面,对各项风险进行分类管理。同时,电力企业应根据制度的要求开展内部培训,提高电力服务人员的风险防范意识,保证服务的质量和安全,防范服务风险。(3)电力企业应引入科技手段,加强服务风险监督。电力企业可以根据客户反馈及时调整服务规范,避免因服务不到位、服务质量问题导致的服务风险。同时,电力企业可以借助AI、大数据等科技手段对客户服务数据进行分析,发现问题并及时干预,预判潜在的服务风险,提高服务的监管能力。电力企业要防范服务风险,需要增强电力服务人员的风险防范意识,制定相应的风险防范制度并加强监督,引入科技手段进行服务监管。只有在多个方面下功夫,才能保证电力企业的服务质量和安全,并最大程度上防范服务风险的产生^[4]。

3.5 制定科学的营销策略

为了制定科学的电力营销策略,供电企业需要从三个方面入手:价格、质量和服务。(1)在价格方面,企业需要进行基本调控,通过亲民化的价格政策,提高电力市场的竞争力。同时,通过成本控制和项目管理,实现电量质量控制,保证电源质量稳定可靠。(2)在质量方面,企业需要加强质量管理,从源头控制电力质量,确保产品符合客户需求和标准要求。此外,加强市场检验和控制,提高反盗窃工作能力,加强市场管理和控制,确保电力安全和稳定。(3)在服务方面,企业需要把服务质量视为企业的核心竞争力之一,建立健全服务体系,推动服务创新和提升。同时,加强员工服务能力培养和服务水平检验,确保服务水平达到客户期望。制定科学的电力营销策略,需要从价格、质量和服务三个方面入手。企业需要加强成本控制、质量管理和服务创新,建立健全的服务体系,确保产品安全可靠、服务满

意,从而提高市场竞争力和客户满意度。

3.6 健全完善相关信息系统,加大安全管理工作力度

为了加强电力营销信息管理系统的安全管理工作,企业需要采取多种措施。(1)企业应该加强对电力营销信息管理系统建设,在建设过程中遵循标准化、统一化、集约化的原则,实现信息的实时监控和管理。企业需要加强对信息系统建设人员的培训,提高其专业知识和技术技能,确保信息系统的质量和安全。(2)企业应该加大安全管理工作力度,建立健全的安全管理制度和安全教育培训机制,加强对员工的安全意识教育,提高员工的安全管理水平和风险防范能力。企业应该对现场安全管理工作进行检查和监督,发现安全隐患及时整改,并建立健全工作责任制和实名化的工作责任管理制度。(3)企业还可以加强信息技术的应用,引入先进的技术手段,如云计算、大数据、人工智能等技术,提高电力营销服务的效率和水平^[5]。

结束语:随着电力市场的改革和客户需求的不断变化,供电企业必须不断优化、创新电力营销服务和渠道,加强信息系统建设和安全管理工作,提高服务质量和客户满意度。同时,企业还需要积极引入先进的技术手段,如大数据、人工智能等,提高服务效率,降低服务成本,提高市场竞争力。只有积极探索和实践,不断进取和创新,才能真正满足客户需求,提升电力营销服务水平和企业整体竞争力,实现可持续发展目标。

参考文献

- [1]谢伯瑜.基于电力营销管理信息系统方案研究[J].科技风,2019(36):74.
- [2]赵莉.电力营销服务中的主要问题及应对策略[J].南方农机,2019,50(24):189.
- [3]陶丽君.基于大数据的电力营销管理创新分析[J].通讯世界,2019,26(12):201-202.
- [4]黄钻.探究电力营销管理存在的问题及解决措施[J].山东工业技术,2019(10):177.
- [5]匡莎莉.新时期供电企业电力营销管理不足及改进措施[J].现代经济信息,2019(10):136.