

# 供电企业电力营销管理的现状及创新路径

杨广源

国网黑龙江省电力有限公司方正县供电分公司 黑龙江 哈尔滨 150800

**摘要:** 进入21世纪以来, 社会经济有了迅猛的发展, 随之我国电力企业经营方式和理念在不断调整和完善, 而对于供电企业而言, 电力营销管理是企业运行中的重点工作, 供电企业的日常生产、经营以及效益等都直接影响着管理质量和效率。所以在激烈的市场竞争环境下一定要与市场需求相结合, 不断提升电力企业营销管理效率, 为供电企业提供更好的电力服务, 提高用户的满意度。

**关键词:** 供电企业; 电力营销管理; 现状; 创新

## 引言

电力行业是基础行业, 随着工业化进程的加快以及社会经济的快速发展, 当前人们对电力的需求不断扩大, 也使得供电企业之间的市场竞争压力不断加剧。受传统市场经济体制的影响, 供电企业在电力营销管理方面依旧沿用传统的管理模式, 其已无法满足快速发展的新时代要求, 不仅会降低供电企业的经济效益, 也会使其核心竞争力下降。在新时代新形势下如何针对供电企业现有的营销理念进行创新优化发展已成为供电企业电力营销管理需要面临的重要问题。本文通过分析供电企业进行电力营销管理的价值体现以及供电企业现有的电力营销理念和策略, 针对供电企业电力营销管理的现状, 提出供电企业电力营销管理的创新路径, 以在保障供电质量的基础上, 实现供电企业效益的最大化。

### 1 供电企业电力营销管理的重要性

实际上, 电力营销就是将电力当作一种商品进行推广、销售以及后续服务等行为与活动, 电力销售的对象是电力用户, 从供求关系了解到电力营销服务对象是广大用电用户, 服务的中心思想是满足广大用户的用电需求, 从而为用户提供安全可靠的电力产品和满意服务, 进一步实现电力营销的目的。在供电企业中电力营销是非常重要的部分之一, 近些年来随着我国经济的迅猛发展, 供电企业的市场竞争愈演愈烈, 由于计划经济向着市场经济转变, 电力市场供求关系发生了一定程度的变化, 各种各样新能源的涌现促使人们对电力资源的需求不断减少, 因此作为供电企业只有有效地开展电力营销管理工作, 才能留住更多客户, 提高供电企业竞争力。加之市场环境越来越复杂, 供电企业更需要不断创新, 只有不断创新营销管理模式, 才可以留住更多消费者。如今已经进入到信息时代, 对供电企业的服务质量

和效率提出了更高的要求。那么供电企业必须对自身的营销管理模式不断转变, 提高管理水平和电力服务技术, 争取更多的用户使用, 满足不同用户的需求, 保证企业在激烈的竞争环境下处于优胜地位。因此有效开展供电企业电力营销管理工作具有非常重要的意义。

## 2 供电企业电力营销管理的现状

### 2.1 营销方式不够完善

我国的供电企业长期受到垄断经营模式的影响, 缺乏市场竞争的观念。出现该现象的原因是部分供电企业在发展过程中没有完全认识到电力营销工作的必要性, 对电力营销的管理方式不够重视, 忽视了对电力营销管理工作的研究, 且缺乏对电力营销方式的完善以及创新, 使当前电力营销手段和方式都相对单一。由此, 导致我国部分供电企业的基础工作不够完善, 使该地区的客户对电力企业的相关信息了解不足, 影响供电企业的进一步发展。

### 2.2 营销管理体制不健全

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 竞争与风险意识不足

随着科学技术的不断发展, 人们环保意识的不断增强, 许多清洁能源, 如风能、地热能及太阳能等能源进入能源市场, 并且占据着非常大的市场占有率, 随着能

源市场规范化,人们除了对产品质量有更高要求之外还对服务质量有所要求,供电企业如果在进行电力营销管理中仍采用传统管理理念,且不积极主动地转变电力营销管理理念,会给未来电力能源市场的发展带来极大的隐患。

#### 2.4 市场营销手段比较落后

在新的发展环境下,我国的国际市场越来越大,经济市场环境也越来越好,不断涌现的新能源企业对我国传统供电企业带来了严重的影响。部分供电企业开始意识到应该利用市场营销手段提升自身的市场竞争力。但是由于长期的垄断,许多供电企业仍缺乏对市场营销方式的有效认识,导致所运用的市场营销手段比较落后,无法采取有效的市场营销手段促进企业的可持续发展。例如,在进行营销工作时,供电企业一般只以电费收取情况来确定企业的发展定位,没有详细地规定电费在企业发展中的定位以及相对应的工作内容,难以符合新时代供电企业的发展要求<sup>[1]</sup>。

#### 2.5 营销人才匮乏

一些供电企业的营销管理人员整体的业务水平有限是供电企业的一大问题。供电企业的营销管理人员很多都没有经过专业的营销管理系统的学习和营销管理知识的培训,对于营销管理的专业技能不强,专业素质不高。随着我国经济的发展,一些供电企业的营销管理人才的结构发生了变化。虽然有些单位引进高素质的营销管理人才,但整体人员的专业技能情况变化不大。加之供电企业对于培训不够重视,也无法及时更新新的营销管理知识。

### 3 供电企业电力营销管理的创新路径

#### 3.1 创新营销管理理念

在社会经济快速发展的新时期,供电企业要重视创新自身的电力营销管理理念,优化和调整供电企业内部管理体系,保证其能够紧跟新时代发展步伐,明确客户至上的营销理念,以满足新时期用户的不同用电需求,为用户提供更加优质、安全、经济、有针对性的电力服务,从而推动电力营销理念的有效落实;在保证电力产品质量的基础上,树立优秀的企业文化和企业形象,加大用电营销理念的宣传推广力度,从对环境和不可再生资源的保护两方面来加深群众的理解,倡导用户在日常的生产生活工作中尽可能使用电能,不断拓宽电力市场,为供电企业优秀形象的建设打下坚实基础,以实现推动供电企业持续发展的战略目标。

#### 3.2 采用新型电力营销手段

供电企业要运用营销管理手段进行电力产品营销,

使企业能够满足新时代背景下人们对电力资源的各项服务需求,并使企业逐渐向现代化发展。当前,随着人们生活水平的不断提高,在供电企业发展的过程中,许多业务需要进行相应的调整,以满足人们当下对电力资源的需求。比较明显的是,供电企业的一些服务类业务在内容和形式上开始改变,其管理模式也由普通的人力管理转为信息化管理。供电企业为了促进自身的发展,不再只提供单一的电力资源供应服务,还对业务进行拓展,以承担更多的社会服务职能,满足人们对电力企业的各项需求。在此环境下,供电企业需要转变电力营销策略,利用新型电力营销手段,提高各项工作的效率。例如,供电企业的相关管理部门在进行营销管理工作时要创新营销手段,首先需要对当前市场的发展环境以及发展方向具有足够的了解,然后采用新型技术手段,做好营销工作。信息技术能够使供电企业的电力营销手段实现更高效的运作。运用网络技术,相关管理人员可以更加了解客户的需求,并且快速地办理业务,为客户提供更加便捷的电力服务。例如,将互联网技术中的自动核算、自动收集数据等功能运用于电费核算工作中,可以保证电费核算的数据更加清晰、准确、科学;通过微信、微博等平台,可以让客户更加了解电费运算和电力服务的相关服务内容,使供电企业的电力产品具有更加广阔的市场<sup>[2]</sup>。

#### 3.3 应用数据云处理系统

营销管理需要依靠各种先进技术,因此为了确保营销管理工作的顺利开展,首先需要建立信息管理体系,整合营销管理工作中涉及的各项营销管理信息数据,建立智能化的信息传输系统。其次企业需要给予一定的资金支持,建立营销管理数据云处理系统,在营销管理工作中应用此系统可以极大地提高电力营销管理效率,推进企业的电力营销管理进程。

#### 3.4 健全营销管理机制

建立健全监督管理和营销管理机制,采用精细化管理理念和模式,充分发挥用电市场的导向作用,完善供电合同管理,加大供电企业内部各组织部门之间的沟通交流力度,保证电力营销理念的有效落实;强化电力营销过程中人员的监督管理,提升其电力营销的专业素养,保证其严格按照有关规定开展电力营销,牢牢抓住市场需求,杜绝恶性竞争,科学地进行电力市场开拓,以不断提高营销管理水平,并通过优质的产品和服务赢得广大群众的认可<sup>[3]</sup>。

#### 3.5 增强工作人员的服务意识

为了促进发展,部分供电企业已经开始重视电力营

销管理工作。为了促进供电企业的可持续发展,必须增强工作人员的服务意识,提高其服务水平,完善供电企业的服务系统,满足客户对电力服务的需求。例如,为了增强服务意识、提高服务水平,供电企业可以组建一支高水平的电力营销服务队伍,并运用科学的服务体系管理队伍的日常工作。在日常培训中,应要求相关工作人员始终以客户为中心,并且需要有足够的分析能力把握客户的用电需求,了解供电服务的重要内容,以便在客户需要服务时及时快速地满足客户的需求,为客户提供高效优质的服务。例如,针对电网经常出现故障的问题,供电企业可以派遣固定的巡查和维修队伍进行维修和维护工作,保证电网的稳定运行,并且建立微信联系账号,实时接收客户的反馈信息,及时解决问题,提高整体服务质量。

结论:综上所述,目前电力已经深入到社会生产和生活的各个方面,要想提高用户的用电感受,一定要设法提高供电企业服务质量,全方位开展营销管理工作,并且结合企业自身的实际情况有序进行电力营销管理,不断创新营销意识和理念,合理应用数据云处理系统等,从而提高电力营销管理水平,促进供电行业的长期稳定发展。

#### 参考文献:

- [1]肖茜.供电企业电力营销管理策略及其实施[J].广东科技,2017(24):76-77.
- [2]梁秋.供电企业电力营销管理总体策略[J].现代国企研究,2018,146(20):30-31.
- [3]罗建军.新时期供电企业营销管理策略探讨[J].化工管理,2018(8):157-158.