

供电企业电力营销管理的现状与改进措施

刘志未

国网河南省电力公司延津县供电公司 河南 延津 453200

摘要：本文分析了供电企业电力营销管理的现状及改进措施。现状包括市场竞争激烈、客户需求多样化、营销理念滞后、营销手段单一、服务质量有待提高以及信息化建设不完善。改进措施涵盖树立以客户为中心的营销理念、创新营销模式、加强客户关系管理、提升服务质量、推进智能化建设和加强信息化建设等方面。通过这些措施，供电企业可提升竞争力，实现可持续发展，更好地满足客户需求，适应市场变化。

关键词：供电企业；电力营销管理；现状；改进措施

引言：在当今社会，电力作为重要的能源支撑着人们生产生活的方方面面。供电企业的电力营销管理至关重要，直接关系到企业的发展和社会的稳定。随着市场竞争的加剧、客户需求的多样化以及新技术的不断涌现，供电企业面临着诸多挑战。

1 供电企业进行电力营销管理的价值体现

1.1 提升供电企业的竞争能力

现如今市场竞争愈发激烈，供电企业所提供的电力产品具备一定的商品属性。通过对供电企业进行全面的电力营销管理，可以从全局的高度统筹协调基层工作人员、内部管理层次以及电力生产者这三个关键部分。在这个过程中，不断优化企业内部的各项工作以及管理流程，逐步构建起适合自身生产经营模式的独特生产链条和经营链条。这样一来，企业能够更高效地整合资源，提高运营效率，从而有效提升核心竞争力。同时对制约和影响企业持续发展的问题进行及时的优化和整改，能够使企业更好地适应市场变化，为企业的良性发展奠定坚实基础。

1.2 促进供电企业的持续发展

当前市场经济已成为企业发展的主要导向，供电企业作为保障人们生产生活中各种活动正常开展的基础，具有重要的社会性质。在市场经济体制下，供电企业加强电力营销管理至关重要。一方面，通过有效的营销管理，企业能够准确把握新时期的市场需求，明确自身的发展趋势。这使得企业在制定发展战略时更具针对性和前瞻性，能够更好地满足市场需求，提高市场占有率。另一方面，树立用户至上的服务理念，不仅为用户提供质量安全、经济可靠的电力商品，更注重增强用户良性的用电体验。例如，通过优化服务流程，提高服务响应速度，及时解决用户用电问题等方式，提升用户对供电企业的满意度。当用户满意度提高后，会不断形成积极

的口碑，吸引更多的用户选择该供电企业，从而为企业的持续发展提供有力保障。

2 供电企业电力营销管理的现状

2.1 市场竞争日益激烈

随着电力体制改革的不断深化，电力市场逐步开放，越来越多的市场主体进入电力行业。除了传统的供电企业外，新能源企业、分布式能源供应商等也纷纷崛起，使得市场竞争日益激烈。同时，客户对能源的选择更加多元化，不仅可以选择传统的电力供应，还可以选择太阳能、风能等新能源，这进一步加剧了供电企业的竞争压力。

2.2 客户需求多样化

随着经济的发展和人民生活水平的提高，客户对电力的需求不再仅仅局限于满足基本的用电需求，而是更加关注电力的质量、可靠性、服务水平以及个性化需求的满足^[1]。例如，一些高端制造业企业对电力的质量和可靠性要求极高，而一些居民客户则更加关注智能用电、节能环保等方面的需求。客户需求的多样化给供电企业的电力营销管理带来了新的挑战。

2.3 营销理念相对滞后

目前，部分供电企业的营销理念仍然停留在传统的以生产为中心的阶段，缺乏对市场需求和客户需求的深入了解和关注。在营销过程中，往往注重电力的供应和销售，而忽视了客户的体验和需求。这种滞后的营销理念使得供电企业在市场竞争中处于被动地位，难以满足客户的个性化需求，影响了企业的市场竞争力。

2.4 营销手段单一

在电力营销管理中，部分供电企业的营销手段仍然比较单一，主要依靠传统的广告宣传、促销活动等方式进行营销。这些营销手段虽然在一定程度上能够提高企业的知名度和市场份额，但在满足客户个性化需求、提

高客户满意度等方面的效果并不明显。同时,随着信息技术的快速发展,互联网、大数据、人工智能等新技术在营销领域的应用越来越广泛,而部分供电企业在这方面的应用还比较滞后,营销手段缺乏创新。

2.5 服务质量有待提高

在电力营销管理中,服务质量是影响客户满意度和忠诚度的重要因素。然而,目前部分供电企业的服务质量还存在一些问题,如服务态度不佳、响应速度慢、故障处理不及时等。这些问题不仅影响了客户的用电体验,也降低了供电企业的市场竞争力。此外,部分供电企业在服务创新方面也存在不足,缺乏个性化、差异化的服务产品,难以满足客户的多样化需求。

2.6 信息化建设不完善

随着信息技术的快速发展,信息化建设已成为供电企业提高管理效率和服务质量的重要手段。然而,目前部分供电企业的信息化建设还不完善,存在信息系统集成度不高、数据共享困难、数据分析能力弱等问题。这些问题使得供电企业难以实现对电力营销业务的全过程管理和精准营销,影响了企业的市场竞争力和经济效益^[1]。

3 供电企业电力营销管理的改进措施

3.1 树立以客户为中心的营销理念

在当前的市场大环境之下,供电企业一定要摒弃传统那种以生产为核心的营销理念,坚定不移地树立起以客户为中心的全新营销观念。这就要求企业必须把客户的需求放在首要位置,深入去了解客户的实际需要,时刻留意客户的用电体验,竭尽全力为客户提供优质、高效且便捷的服务。

为了达成这个目标,可以采取以下几点措施:(1)建立并完善客户需求调研机制。通过定期开展深入的市场调研以及客户满意度调查,广泛地收集客户的意见与建议,从而准确地把握客户的需求和期望。运用问卷调查、访谈等多种形式,深入了解不同客户群体对于电力产品和服务的具体要求,这样就能及时调整营销策略,更好地满足客户的需求。(2)强化客户关系管理。构建完善的客户档案,详细记录客户的用电情况以及需求特点等信息。对客户进行科学分类管理,针对不同类型的客户,比如工业企业客户、商业客户、居民客户等,为他们量身打造个性化的服务方案。(3)设立专门的客户服务热线,保证能够及时回应客户的咨询和投诉。配备专业的客服人员,对客户提出的问题进行耐心地解答和处理,不断提升客户的满意度。通过这些措施,供电企业就能够更好地满足客户需求,提升自身在市场中的竞争力,实现可持续发展。

3.2 创新营销模式

在当今不断变化的市场环境下,供电企业应持续创新营销模式,以更好地适应市场变化和满足客户需求。

(1)开展差异化营销。根据不同客户的需求和特点,量身定制不同的营销策略,提供个性化服务。对于高端制造业企业,因其对电力质量和可靠性要求极高,可提供定制化的电力解决方案。就比如,配备专业的技术团队,对其电力供应进行实时监测和维护,确保电力的稳定输出。对于居民客户,可推出智能用电套餐,满足他们对节能环保和便捷生活的需求。(2)拓展增值服务。如能效管理、设备维护、智能用电等,为客户创造更多价值。提供能效管理服务,帮助客户优化用电结构,降低用电成本。开展设备维护服务,定期为客户检查电力设备,确保设备安全运行。通过提供这些增值服务,既能提高客户满意度,又能为企业增加收入来源。(3)加强与其他企业的合作,开展联合营销。与房地产开发商合作,为新建小区提供一站式电力服务,从电力规划设计到安装调试,全程为客户提供便捷服务。与新能源企业合作,推广分布式能源和电动汽车充电桩等,共同开拓新的市场领域。(4)利用互联网、大数据、人工智能等新技术,开展线上营销。通过建立电子商务平台,实现电力产品的在线销售和服务,方便客户随时随地办理业务^[1]。利用大数据分析客户用电行为,为客户提供个性化的用电建议和节能方案,提高客户的用电效率。

3.3 加强客户关系管理

(1)客户关系管理。建立客户关系管理系统是第一步。通过这个系统,可以对客户信息进行各方面管理和分析。收集客户的基本信息、用电习惯、历史反馈等多方面数据,深入了解客户需求,从而为其提供个性化的服务。比如,对于那些用电量且稳定的企业客户,可以为他们定制专属的节能方案和优惠套餐;要是居民客户里有注重环保的群众,可以给他们推荐用绿色能源的用电方案。(2)加强客户沟通与交流。定期举办客户座谈会、培训班等活动,为客户提供一个表达需求和意见的平台。在座谈会上,认真倾听客户对供电服务的看法和建议,了解他们在用电过程中遇到的问题。通过培训班,可以向客户普及安全用电知识、智能用电技巧等,增强客户与企业之间的互动。及时的解决客户提出的问题,让客户感受到企业的关怀和重视。(3)建立客户投诉处理。当客户投诉时,要及时回应,确保客户的问题能够得到很快的处理。认真对待每一个投诉,分析问题产生的原因,采取有效的措施和解决方法。通过提高客户投诉处理的效率和质量,提升客户满意度。

3.4 提升服务质量

服务质量是供电企业的生命线，直接关系到企业的形象与竞争力。加强员工培训是提升服务质量的基础。通过定期开展服务培训、技能竞赛等活动，提高员工的服务意识和业务水平。在培训中，强调以客户为中心的服务理念，让员工深刻认识到服务质量的重要性。通过技能竞赛能够激发员工的学习热情，提高他们的服务能力和综合素质。优化服务流程是提高服务效率的关键。简化业务办理手续，建立一站式服务平台，让客户能够在同一个地方完成多项业务办理。推广电子服务渠道，如手机APP、网上营业厅等，方便客户随时随地查询用电信息、缴纳电费等。还有建立服务质量监督机制。对服务质量进行定期检查和考核，及时发现问题和解决方法。设立服务质量监督热线，让客户能够随时反馈服务质量问题。开展客户满意度调查，了解客户对服务的满意度，根据调查结果进行针对性的改进。加强服务创新，推出个性化、差异化的服务产品。比如，为客户提供定制化的电力解决方案，根据客户的特殊需求，如大型工厂的用电高峰调节、居民的智能家居用电等，提供专业的解决方案。开展智能用电服务，为客户提供实时用电监测、节能建议等，满足客户的多样化需求。

3.5 推进智能化建设

建设智能电网是基础。通过应用先进的传感技术、通信技术和控制技术，实现电网的实时监测、智能控制和优化运行。实时监测电网的运行状态，及时发现故障并进行快速修复，提高电网的可靠性。智能控制可以根据用电需求进行电力分配，优化电网运行效率。再推广智能电表。智能电表能够实现远程抄表、实时计费 and 智能控制。客户可以通过智能电表实时了解自己的用电情况，合理安排用电时间和方式。供电企业可以实现对客户用电的精准管理和控制，提高电费收缴的准确性和效率。通过建设智能服务平台，客户可以在线办理业务、查询用电信息、缴纳电费等，实现电力营销业务的智能化管理和服务。企业也可以通过平台对电力营销业务进行全过程管理和精准营销，提高管理效率和服务质量。应用大数据、人工智能等新技术是趋势。通过对客户的用电行为分析和预测，给客户个性化的用电建议和

节能方案。就比如，根据客户以前的用电数据，能预测出未来用电需求，给客户合理的用电规划。另外，还可以利用人工智能技术优化电网运行，让能源利用率提高。

3.6 加强信息化建设

信息化建设是供电企业提高管理效率和服务质量的重要保障。建立统一的营销管理信息系统是核心。实现营销业务的信息化管理和数据共享，将客户信息、用电信息、业务办理信息等进行集中管理和共享。通过该系统，企业可以快速查询和处理客户信息，提高管理效率和服务质量。加强数据分析和应用也是关键。利用大数据技术对客户用电数据、市场数据等进行分析，挖掘客户需求 and 市场潜力^[4]。通过分析客户用电峰谷时段，为企业制定合理的电价政策提供依据。再根据市场需求变化，及时调整营销策略，提高企业的市场竞争力。还可以推进信息化与智能化。实现电力营销管理的智能化和信息化，通过信息化与智能化的融合，企业可以实现对电力营销业务的全过程管理和精准营销。就比如，利用智能设备采集数据，通过信息化系统进行分析和处理，为客户提供更加个性化的服务。另外提高管理效率和服务质量，这样才能给企业的可持续发展打下坚实的基础。

结束语：供电企业在电力营销管理方面既面临着严峻的挑战，也迎来了发展的机遇。面对市场竞争日益激烈、客户需求多样化等现状，供电企业必须积极采取改进措施。通过树立以客户为中心的营销理念、创新营销模式、加强客户关系管理、提升服务质量、推进智能化建设以及加强信息化建设等举措，供电企业能够更好地适应市场变化，满足客户需求，提高自身竞争力。

参考文献

- [1]李慧羿.基于电力市场改革的电力营销管理浅析[J].现代经济信息,2021(24):32-38.
- [2]戴彦,文福拴,韩祯祥.电力市场改革对电网规划的影响[J].浙江电力,2021(03):1-5.
- [3]张茂维.供电企业电力营销管理的现状与改进措施[J].基层建设,2020(6):45-47.
- [4]张娟.供电企业电力营销管理的现状与改进措施[J].现代工业经济和信息化,2020(8):94-95.