

移动互联网背景下的电力营销服务创新

余娜 江华华 吴雪琼

国网河南省电力公司信阳供电公司

摘要: 信息技术发展、电力体制改革、市场需求多元等因素的变化,促进了电力企业“互联网+”电力营销服务的建设与发展。企业为促进经济活动的有效开展,保障自身的经济效益,提高企业的发展水平,建设企业的良好形象,必须对电力营销服务进行分析与思考,使其满足市场消费者的需求,顺应“互联网+”的时代潮流。

关键词: 移动互联网背景; 电力营销; 服务创新

引言

随着现今无线Wifi、4G网络、智能手机、平板电脑等技术的快速发展,移动互联网成为人们获取信息最为主要的渠道之一。也在此基础上带动众多传统行业的发展与创新,如:教育、医疗等行业都逐渐开始引入移动互联网技术,并在实际应用中为人们带来巨大的便利,为人们提供更加优质的服务,相较于传统服务方式展现出较大的优势。基于此种情况,电力行业在营销服务模式上也需做出适当的改进与创新,充分利用移动互联网的优势,为人们提供更加精准高效的营销服务。

一、当前电力企业营销管理的现状

在电力企业营销管理方面,我国电力企业数据管理的现代化已经取得长足进步,阻碍电力企业的内部控制机制问题大有改善,传统电力营销模式的被动因素和需求脱节问题有效缓解,但是电力企业在满足客户需求多样化、解决运维效率不到位、服务形式单一化等方面还存在许多问题,对实现电力企业治理能力现代化产生制约影响。电力企业和用电客户之间的信息不对称,主要原因还是双方信息处理和匹配的效率问题。电力企业传统的数据统计不适应客户的多样化需求。如何快速适应大数据技术发展,将电力企业和用电客户的需求匹配度快速提升,需要电力企业进行技术革新,将电力营销数据的统计和分析从需求侧实现共享、交换和传输,以便将更优质、更贴合、更匹配的服务呈现给电力企业客户。

二、移动互联网背景下的电力营销服务创新策略

(一) 构建数据平台

在构建精细化电力营销服务平台时,数据平台的构建是不能遗漏的重要内容。因此在构建精细化电力营销服务时要重点考虑数据平台的构建。在构建数据平台时首先要利用先进的技术对数据进行筛选,但是需要注意的是一定要结合电力企业的发展状况,这样才能有效避免与企业实际发展不符合的问题出现。另外,针对用户用电电压以及等级的差异构建数据平台,还应该多应用一些先进的技术,使数据平台更加智能化,有效管理数据。最后,在构建数据平台的过程中一定要保证数据的及时有效以及公开透明,实现精细化电力营销服务。

(二) 加强与互联网技术的联合

首先要进行电力营销模式的创新,利用互联网平台相关的网络营销服务。比如利用网络信息平台,综合通过广告投放、新媒体宣传、官网平台建设等,进行相关信息的公示与宣传,促进消费者对业务的了解,以及相关政策变动的认识。

其次要建立网络化的业务办理程序,进而有效满足信息网络化背景下,人们对消费的便利与快捷的要求,有效节省人们的时间,简化电力服务步骤,提高公司经营水平,提高消费者的满意度。

再者要进行员工的技术培训,转变营销理念,促进员工对互联网技术的应用能力提升,提高员工的技能水平与服务水准。还可以利用新型的信息化技术,如利用大数据处理手段,通过进行信息分析,发现潜在客户,了解消费者的需求等,促进电力营销的服务专业化程度,提高营销的质量和效率。

(三) 健全配置机制

从电力企业市场管理情况来看,电力资源配置结构与人力资源分配情况均存在着较多问题亟待解决。因此在实际营销的过程中,相关电力企业秉持实事求是的工作原则,合理分配电力资源及人力资源,明确要求各个部门及各个环节的工作人员以做好自身本职工作为前提条件,保持彼此间沟通交流顺畅性,积极协调各项工作确保其有序开展。同时,以电力营销政策为基础,制定详细的电力营销计划预测可能影响营销结果的风险因素,通过组织岗位培训及引进人才等方法组建专业化的营销团队,不断增强营销团队的综合素质水平。此外,深入贯彻营销理念,调动职工工作热情及积极性,尽可能引进奖惩机制,提高资源配置水平。

(四) 完备营销设施,推进电力营销信息化服务

针对电力营销硬件设施不足的问题,首先,电力企业应该根据营销工作的实际需要,配备完善的硬件设施,例如车辆等。其次,应该为推进电力营销信息化配备完善的设施,根据电力企业的实际情况,构建电力营销信息化系统,通过运用大数据等技术,对电力用户的需求进行分析和研究,并以此制定合适的营销策略,推进电力营销信息化服务,提升电力营销工作的服务质量和水平。

(五) 建立以人为本的服务理念

“互联网+”背景下电力公司开展营销时,更容易受到竞争对手的冲击,因此只有满足市场需求,满足人民需要的服务,才能获得最终人们的接受和认可。电力营销“互联网+”背景下的发展,也必须关注消费者的标准要求,建立以市场为导向的营销理念。一方面,电力企业在进行相关电力营销的工作开展时,就要转换角度,考虑客户的需要,促进相关服务的人性化。另一方面,不同客户对用电的需求也是不同的,要对客户进行针对性服务设计满足消费者的个性化需求,从而提高消费者的满意度,提升电力营销服务的质量水平,进而促进企业的品牌知名度建设和形象提高。

结束语

综上所述,在移动互联网背景下,电力营销服务也应当跟上时代发展的步伐,在不断提升线下服务质量的同时,不断扩展线上服务渠道,在电力营销服务内容和电力营销运营模式上做出创新,在运营方式上提供更多针对性的服务活动,吸引用户积极参与其中,并提升广大用户的使用体验,从而将基于移动互联网技术的电力营服务新模式作用充分发挥出来。

参考文献

- [1] 金羽麒,王硕,王悦天. 移动互联网背景下的电力营销服务创新[J]. 通信电源技术, 2018, 35(2): 271-272.
- [2] 吴恒超,刘海峰,金丽娟,等. 基于互联网的营销项目现场数据收集工具[J]. 农村电气化, 2018(2): 65-67.
- [3] 何容,张向东,傅宏,等. 互联网背景下的电力营销服务创新研究[J]. 电子世界, 2017(22): 28-29.