

供电企业电力营销策略探讨

张翀

国网河南省电力公司南阳供电公司

[摘要] 电力营销系统只有达到足够完善的状态才会帮助企业发展的足够长久。现在已经有非常多家供电企业认识到了传统的电力营销管理方式无法适应现阶段的社会，当他们真正意义上的了解到用户需求后，通过不断完善供电企业电力营销管理策略才会使供电服务的质量得到提升，为用户带来更加优越的服务，同时加强企业自身的竞争能力。

[关键词] 供电企业；电力营销；策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.100

引言

随着电力体制改革的不断深入，供电企业的市场化步伐将会不断加速。对此，我们要认清形势，增强责任感和使命感，充分发挥职工群众的积极性和创造力，适应形势的发展，树立竞争意识，才能真正占领市场、开拓市场，才会在竞争中不被淘汰，为客户提供优质电能和优质服务，实现企业社会效益和经济效益的双赢。

1 供电企业电力营销管理存在的问题

1.1 电力企业自身竞争意识比较薄弱

在电力业发展过程中，其核心业务为构建弹性、合理、灵活、系统的电力价格营销，所开展的各项生产经营活动不仅要满足企业发展需求，同时还应满足市场营销要求，这样才可更好地为社会和用户提供更具有针对性的服务。然而就目前国内的电力发展情况来看，部分企业竞争意识比较薄弱，安于现状，在电力营销方面仍旧按部就班，缺乏创新，造成营销效率和质量低下。

1.2 供电企业自身的电力营销管理系统问题

在当前我国供电企业电力营销信息管理过程中，其系统经常会存在着一些安全风险问题，主要表现为以下几个方面：一是误操作。因误操作而产生的风险问题，主要表现为在修改电价标准时，因错误的操作或理解而出现电费误算现象。二是违规操作。所谓违规操作，主要是指部分管理系统操作与维护人员，利用工作便利之条件，采用了一系列的隐蔽手段，故意更改重要的数据，从而产生了风险问题。

1.3 管理制度信息化程度低

从目前国内用电业务流程来看，其程序比较复杂且环节过多，满足不了信息化建设需求，多数用电用户基础资料、营业档案资料不全面，造成相关信息没有办法实现共享。此外，电力营销调查不合理、不科学，部分电力企业所开展的营销工作，不管是方式，还是手段均比较落后，在这种形势下很容易使决策失误，继而影响电力企业的发展。

1.4 营销人员素质较低，营销观念落后

营销人员素质较低的情况在许多电力企业中都存在，营销人员趋于老龄化，文化程度不高，学习意识和学习能力较弱，营销观念较为保守，主要采用传统的营销策略进行市场营销，无法满足市场化的需求。多数营销人员的创新意识不足，高素质的营销人员较少，这些都是影响供电企业电力营销的关键因素。不少营销人员缺乏职业精神和竞争意识，对客户的服务意识和水平都有待提高。可以说，人员素质严重阻碍了供电企业电力营销效率的提升，导致供电企业缺乏市场竞争的活力和动力。

2 供电企业电力营销管理策略

2.1 提升供电企业管理性业务规范性

供电企业的管理人员和决策人员，必须加强对用电业务特征的分析，并且结合电表的抄写与核算的具体特点，对经营性质业务的规范性特征进行总结研究，有效的保证各类手工性质的工作都可以在技术因素的影响下实现优化升级，为供电企业常规业务的规范化处理创造有利条件。除此之外，要加强对用电业务报装管理体系的关注，结合用电一方的实

际需求，对管理性质业务进行服务模式的改革，以便供电企业的管理工作可以更好的凭借业务规范性有利条件，促进调度管理工作的优化，并使管理手段可以在供电模式得到优化处置的情况下得以贯彻。

2.2 改进电力营销体系

只有改进电力营销体系，才会确保更加严谨的将电力用户的信息准确的记录下来，为营销工作人员跟踪工作提供一定的便利，第一时间掌握用户的需求，方面及时作出整顿。具体来讲，改进电力营销体系主要分两个方面，首先是改进营销设备跟技术，也就是硬件设备，主要是为了方便用户及时进行查询等功能；其次就是改善营销调查工作的系统，尽可能的借助于先进技术来分析电力用户的需求，正确掌握市场方向，定制合理性战略，确保供电企业发展的更加稳定。

2.3 提升电力营销竞争意识

随着替代能源的不断出现，供电企业逐渐由市场的垄断地位开始变为需要进行多元化竞争的局面，供电企业必须要具备竞争意识，才能切实符合时代的发展，推动企业的可持续发展。但是，目前大部分供电企业仍然没有较强的竞争意识，缺乏对电力营销的有效管理，因此，必须要提升供电企业的电力营销竞争意识，一方面，让供电企业认识到电力营销的重要性，积极宣传电力营销知识，不断创新企业营销方式，另一方面，要让供电企业在开展经营活动时，将市场营销需求作为导向，加强供电企业供电营销管理，从而提升企业的经济效益。

2.4 提高电力营销管理人员的专业素养

营销管理工作人员的积极性以及整体素质不高，因而在很大程度上阻碍了企业电力营销成效的提升。针对该问题，企业需要对电力营销管理人员进行管理能力和文化素质、以及企业能力等的培训和考核，同时对电力营销负责人进行优化配置，从而培养具有较高管理能力、经营能力、计算机和法律等专业知识型人才。此外，电力企业需要注重对人力资源的开发，不断提高相关工作人员的知识技能、思想政治素质、服务意识、以及责任意识，从而提高电力营销管理工作效率，使电力营销管理人员能够适应电力市场营销工作的发展。

结束语

近年来，电力需求正在不断的攀升，供电企业得到了一定的发展，但是，很多供电企业在供电营销管理中仍然存在着一定的问题，电力营销观念相对落后，很难跟上不断发展的时代步伐，无法为用户提供更加安全、可靠、经济的电力产品，在很大程度上阻碍了电力行业的发展。因此，在电力营销新形势下，必须要深入供电企业内部，找到供电企业供电营销管理中存在的问题，并提出对于的解决策略。

参考文献

- [1] 赵品, 王哲媛, 赵影, 许丹青. 供电企业电力营销策略创新研究[J]. 中国新技术新产品, 2016(10): 165-166.
- [2] 马建宁. 供电企业电力营销策略的创新探讨[J]. 中国市场, 2016(14): 29-30.