

新能源发展下的电力营销市场开拓

王凯 胡子海

国网天津静海供电公司 天津 301600

[摘要]能源对社会的发展至关重要,随着时代的进步,传统能源结构对生态环境的破坏较为严重,不符合当前生态发展理念,对于电力企业来说,人们生活水平的提高对电力企业的要求越来越高,但是由于电力企业营销策略、人员素质、市场适应能力等方面的不足,对市场的开拓有着极大的阻碍,使电力营销市场化进程出现了较为严重的滞后性。就新能源背景下,对我国电力营销市场开拓出现的问题进行了分析,并提出相关解决措施,希望能够对其创新改进提供参考。

[关键词]新能源; 电力营销; 市场开拓

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.311

在新能源技术的发展下,我国电力企业受到了较大的冲击,使其由原来的国有垄断,转变到了当前的市场营销与开拓,但是由于其弊端,阻碍了电力营销与市场开拓的步伐。本文对其本身问题进行了分析,并提出了相关解决措施,希望能为电力企业的进一步发展献出一份力。

1 现阶段在电力营销市场开拓中存在的主要问题

1.1 电力企业的营销意识较差

不止电力领域,其他领域的企业在进行营销之前,都要对员工进行系统性的培训,向其传授相关专业技能,并培养其营销意识。在过去,我国电力企业在国内的电力能源市场处于垄断地位,对开拓电力市场、客户服务的重视程度不高。在新能源发展的背景下,传统电力企业的地位被撼动,在未来的发展中,电力企业要提高对客户服务的重视度,提升的服务水平,并不断培训营销人员,强化其营销意识。通过对营销意识的强化,能够对电力部门的服务水平、市场开拓以及核心竞争力的提升起到重要作用。

1.2 严重缺乏高素质的电力营销专业人才

如今,电力企业处于一种较为尴尬的位置,在新能源的冲击下,其地位有所下降,更需要加入到市场的竞争中去。电力企业在进行市场开拓时,需要有综合素质较强的高级人才。人才是企业发展的基础,是电力企业的主体。就目前看来,电力企业的市场开拓在高素质人才方面较为匮乏,使得当前电力企业的发展较为落后。在未来,电力企业应树立与时俱进的发展观念,提高企业的整体素质水平。此外,电力企业还要加强对“服务至上、以人为本”理念原则的贯彻,在引进高素质人才,培养市场营销意识之外,还应了解电力营销基础性工作,提高企业服务水平,改善企业与社会、与群众之间的关系,增强企业的核心竞争力。

2 新能源发展下的电力营销市场开拓策略

2.1 积极转变落后的营销理念

电力企业需要通过市场营销来创造经济效益,也要为用电客户提供稳定的电力供应,保证用户的电力需求,实现电力企业的社会效益。而营销行为需要科学地开展相关活动,并对各种资源进行协调整合,达到资源的优化配置,同时要依据先进的营销理论和理念,构建高效健全的营销体系,才能实现电力营销市场的拓展。因此电力企业要积极转变传统的营销思想,突破旧有营销观念的束缚,制定创新性的营销策略,运用现代化的市场思维来加强新时期营销理念的构建。在进行电力营销时要将企业的核心利益作为营销的重点,向市场提供更好的营销服务,从而协调电力供应的供需关系。电力企业的市场营销活动要重视用户的实际需要,以用户为中心来开展营销活动,在企业实现经济利润与用户需求得到满足间形成合理的平衡。另外电力企业还应积极学习国内外先进的营销经验,并准确把握市场的发展趋势,不断调整完善其内部管理机制,对营销部门进行创新性的改革,以建立起现代营销体系,并提高营销模式的规范性和科学性,合理简化冗余的业务环节,为电力营销创造更好的市场氛围,提高市场营销的效果。

2.2 加强推广及宣传的力度,提升自身的优势

为了进一步促进电力企业的发展,必须要加强推广及宣传的力度。当今社会,全球开始经济一体化,当今主要构筑的是环保且节约的社会,需要达到节能且减排的效果,企业应该力争成为节能的主体。开发且推广新能源,最看重的就是节能减排。因此,为了更好的适应社会的需求,结合着国家推广的政策,依据清洁的能源这一属性,全面的做好开发

及推广,巧妙的与国家倡导的环保这个政策相互结合。企业应该依据社会的需求,加大宣传的整体力度,将电能的环保及高效特性推广好,明确市场的需求,用优质且节能的好产品稳定住既有的老市场,并通过宣传,吸引更多的新客户。

2.3 提高技术水平

电力企业要积极应用先进的技术设备来对老旧电网进行升级改造,减少供电运行中故障的发生率,提高电力供应的稳定性和可靠性,并有效降低电能的损耗,为电力营销的顺利开展奠定良好的基础。

2.4 创新市场的整体营销模式

在新能源发展的背景下,企业是可以透过本企业自身的综合实力将市场稳定住的。在此基础上,电力企业也在不断的创新市场的整体营销模式,发挥自身的优势,将整体的营销方式构筑好,创造出适合当代企业发展的整体营销方式。企业要高度的重视市场营销的方式,明白好的营销方式对发展客户的重要作用。将电力的市场不断扩宽,在新能源发展的背景之下,赢得更多客户。若想顺利的将营销的活动开展起来,要充分的利用新媒体技术,加强自身的网络化技术应用水平。在开展市场营销活动过程中要巧妙的与现代化的新媒体技术相结合,选用科学的信息化水平,全面的提升企业的整体水平。形成一个科学化且多层次的营销模式,进一步的促进营销活动的顺利开展。若想创新市场的营销模式,就需要对整个市场有个全面的掌握,对市场的变化规律进行深入的研究,将商业的运作理念引入到市场。当然,一定要严格的遵守国家的法律及法规相关的规定,在此基础之上开展各项业务。全面的将市场营销活动的自主性提升起来,加强对市场进行调节,随时关注市场的变化规律,通过价格的体系标准对市场进行调节,在制定价格的过程中也要做到灵活,将更多的新客户开发出来,促进电力企业稳步的向前发展。

2.5 丰富服务策略和营销策略

要想全面的提高企业整体的服务水平,满足客户多方面的用电需求,应该将服务的理念贯穿在管理的过程中,营销的重点及核心应该是服务,为了确保企业可以良好的向前发展,一定要有很好的服务作为基础。在具体实施过程中,服务应该贯穿整个生产、运行及管理的总过程。在企业内部开展培训服务,加强对营销及服务的培训力度,将全体员工的服务方面的意识提升起来,保持客户及用户之间拥有良好的关系,最终可以达到双赢的效果。企业之所以要进行营销活动,其目的就是将企业的经济效益提升起来。为了能最大程度上的引发客户购买的意愿,在优质的服务前提下,将更多的产品资料提供给客户,使客户增加对产品各项性能的了解。

3 结语

总之,随着我国新能源的发展,电力企业在开拓电力营销市场时要对传统的营销理念进行创新,运用更加科学有效的营销方式,制定合理的策略,提高营销的效果,这对于电力企业的生存与发展都具有十分重要的意义。电力企业需要注重对营销策略做出更好的调整创新营销策略的模式,积极的追求适应经济发展趋势,围绕市场需求以及用户要求开展相关的工作,着力于提高整体服务质量服务水平,为电力行业的稳定发展创造条件。

参考文献

[1]李明. 新能源发展下的电力营销市场开拓[J]. 中国管理信息化, 2018(18): 88