

新形势下如何做好电力企业电力营销及优质服务

黄露颖 刘鹏超

国网陕西省电力有限公司白河县供电分公司 陕西 白河

[摘要] 电力优质服务对于电力市场营销有着极为重要的作用，是其发展的根本，只有做好更加优质的电力服务，才可以使用户对电力企业的信任感得到增强，更加放心地购买企业的产品，从而实现企业的经济效益不断增长。

[关键词] 新形势；电力企业；电力营销；优质服务

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.163

1 新形势下做好电力企业电力营销及优质服务的措施

1.1 明确目标

想要进一步提高电力企业的营销服务质量和水平，首先就需要明确想要达到什么样的目的，了解在现阶段电力营销服务过程当中存在的哪些问题，并且找出相对应的解决方法，这样提升营销服务质量管理思路才更加明确。现阶段在电力营销服务质量管理上主要有四个较为突出的问题：第一点是现阶段在电力企业当中，对于营销服务的管理，往往都是凭借着原有的工作经验以及工作模式，在这样的情况下很难对服务质量进行完善和升级；其次，现阶段对于电力营销服务质量的控制，往往并没有形成一个完备的体系，缺乏体制的约束和指导相关工作人员的工作方法和工作方式以及工作理念往往都没有相应的规范和约束；第三，还需要考虑的是现阶段电力营销服务当中对于基础工作人员管理相对较弱的情况，造成了企业服务质量管理提升困难的现状；最后，基于客户满意度而言，想要进一步提高服务质量让更多的客户满意，就需要了解客户的需求解决客户的问题。

1.2 优化电力营销管理流程

对于电力企业而言，电力营销管理人员应强化自身职责，明确用电期间的诉求，在此基础上优化营销管理流程，持续提升电力营销服务质量。为更好地实现这一目标，首先，可以实行流动驱动业务模式，契合电力营销实际情况来调整电力用户服务功能，完善协调机制下实现管理流程精简。其次，对于电力营销中的问题，要注重问题精细化描述，积累经验，实现后续相关工作得到全方位控制。最后，应用精细化管理模式把控业务进度，把握关键点来实现纵向业务流程转换，各节点标准明确，推动电力营销管理工作标准化、规范化展开。同时电力企业要注重品牌形象的改进，获得客户群体的信任与支持，因此，应重点挖掘企业品牌价值，塑造良好的形象，有效提升电力服务质量。在服务同时，综合考量客户个性化需求，指导客户正确使用设备设施。需要注意的是，电力商品服务中，由于涵盖内容较多，包括电力设备安装、电力设计以及后期使用维护等，所以要注重服务工作流程优化完善，充分契合客户个性化需求。可以说，在当前激烈的市场竞争环境下，企业品牌形象直接关系到市场竞争优势，也是现代企业重点关注的内容，通过主动服务，实现电力企业可持续发展。

1.3 健全电力市场的配置机制

就我国当下的电力企业市场管理方面来看，电力企业的人员分配状况以及资源分配情况都存在着较多的问题，这些问题的解决是极为迫切的。因此，在进行电力企业营销的过程中，相关电力企业需要考虑自身的实际营销情况，及时的进行人力资源与能源的科学合理分配，确保各个环节与各个部门之间的紧密联系，同时对工作人员提出严格的要求，将岗位职责落实到每个负责人，各负责人之间也需要做好沟通工作，确保后期工作的顺利开展。除此之外，还需要建立起一支专业的营销团队，开展相关素质教育工作，同时引进新型人才，使营销团队的综合素质得到进一步提升。

1.4 建立与地方政府的良好联系

企业想要实现长远发展，保障自身营销服务质量，就应该与当地政府部门保持密切联系，及时关注政府动态，掌握相关政策调整变化，有针对性的改革完善自身营销服务工作，使之能够更好的适应市场。另一方面，大型企业是电力企业营销服务的重点，作为企业的大客户，电力企业必须要提高重视力度，应当积极主动的与其保持良好沟通，掌握其用电需求情况，着力解决其实际用电问题，赢得企业用户的信任与口碑，提升客户的满意度，这有利于保障电力企业营销工作的稳定性，而且对电力企业立足于市场具有重要意义和价值。

1.5 优化和重构电力营销管理体制

为提升电力营销管理有效性，应积极推陈出新转变理念，加深电力营销管理重要性的认知，对于电力营销管理中的问题提出针对性措施。坚持客户至上的理念，调查和分析客户实际需求，结合市场形势来制定合理的有效营销战略目标。在企业内部扩大教育宣传，促使员工可以正确看待市场营销重要性，优化电力营销管理细节，切实提升电力营销管理成效。在此基础上，积极优化和重构电力营销管理体制，并依据实际情况逐步优化和完善。重点内容有电力营销管理模式创新优化，设立专门的部门，优化人员配置，推动营销方式和营销渠道多样化。积极交流沟通，针对其中的意见及时反馈和改进，提供优质的电力服务。需要注意的是，电力企业建立的电力营销机制要覆盖企业全过程，确定优质服务营销理念，设立用户负荷预测信息网，准确剖析用电负荷结构，更好地满足用电需求。灵活运用节能技术和装置，提供咨询服务，保障用电安全。

1.6 降低企业用电成本

在电费方面，需要严格精准落实国家降低电价要求，落实地区相关电力费用补贴政策，扩大电力市场化交易范围，同时，聚焦供区内的亏损企业和重点企业，通过“一企一案”降低企业用电成本，上门入户走进企业宣贯相关优惠政策，对符合政策要求的企业第一时间办理相关业务、申请相关优惠，实现到户电价同比继续下降。政府政策方面，建议政府联合开展转供电加价行为治理，实现园区电费、管理费分离，切实维护转供电客户利益，降低企业电价水平。鼓励企业积极响应直购电政策，充分利用地区丰富的水电资源富余电能量、留存电能量、居民丰水期电能替代及丰水期谷段弃水交易，引导用能企业主动开展电能替代，将大型商业企业纳入直接交易范围，有效降低企业用电成本。

2 结束语

在电力市场化改革不断深化的新形势下，电力企业必须积极组织高效的营销体系，实施有效的营销策略，为用户提供更为优质的服务，提升自身核心竞争力，如此才能在激烈市场竞争中取得一席之地。

参考文献

- [1] 林大鹏. 浅谈新形势下背景下电力营销管理存在的问题及解决措施[J]. 科技创新导报, 2019, 16(34): 172-174.
- [2] 关艳, 崔新廷. 深化新形势改革下电力营销新理念、新战略及新模式研究[J]. 农业经济, 2020(09): 143-144.