

分析基于电力市场改革的电力营销管理

王永 郭欣

国网内蒙古东部电力有限公司科左后旗供电分公司 内蒙古 通辽 028100

[摘要]针对市场形态呈现出多买多卖趋势的现象,主要探究了电力市场改革下的电力营销管理策略,电力企业应积极转变思路,寻求新的盈利方式。基于电力市场改革创新电力营销管理,推动电力企业健康、平稳经营,促进电力行业繁荣发展。

[关键词]电力市场改革; 电力营销; 管理

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.722

电力营销是为了实现电力供求关系具有协调性,电力企业与用户之间构建密切的合作伙伴关系,并通过自身营销业务,推动用户主动改善用电方式和消费行为,进而增加企业收益。电力企业在复杂变化的市场环境下,为了满足人们的实际电力需求,应采取一系列与市场相关的经营活动,向用户提供所需的电力产品和服务,更好地实现企业目标。电力营销的实质是对电力市场的需求水平、时间进行调整,通过提升服务质量,保证用户合理用电。

1 电力市场改革对电力营销管理的影响

电力企业在经营发展过程中,电力营销市场逐渐从卖方市场转变为买方市场。在本质上,电力市场已经从传统的垄断市场转型为自由竞争市场,是我国社会经济结构转型发展的重要表现。但从电力企业自身出发,电力市场改革对其营销管理产生了较大的影响。比如在环境保护政策推广实行的背景下,对新能源以及可再生资源电力能源的营销力度加强。在售电侧放开以及电力体制改革等业务发生变化的形势下,电力企业所占有的市场份额逐渐减少,为加强营销管理,逐渐引进了以互联网与市场竞争为中心的电力营销服务机制,转变单一服务形式,从而提高服务水平、扩大经济效益。

2 基于电力市场改革的电力营销管理建议

2.1 做好电力市场调研工作

针对当前电力市场改革的持续推进,电力企业要想做好电力营销工作,需加强管理,积极开展电力市场调研。要充分了解市场消费群体对电力产品的个性化需求,综合其他需求,制定完善的、针对性的电力产品方案及服务模式。因此,电力企业的营销管理人员要提高对电力市场调研的重视程度。通过多种途径掌握电力产品市场需求,并有效梳理不同层次群体的需求,为新时代电力产品及服务创新提供科学依据。可按照企业自身的周期销售情况,综合分析电力产品存在的不足,注重收集用户的反馈意见,明确电力营销方案,创新营销方式及业务。

2.2 创新电力营销理念

在电力市场改革的形势下,电力企业需要创新电力营销观念,更好地应对市场变化对电力营销管理的冲击,抓住机遇,革新营销策略。在实际管理工作中,可从以下三个方面入手:一是电力企业要充分了解市场发展变化的趋势,及时

转变经营思路,建立全方位的市场观念。按照市场经济价值规律进一步增强市场意识和服务意识。树立以客户为中心的基本思想原则,围绕营销提供电力服务,满足客户的实际需求。二是创新管理组织结构,按照现代电力企业以及营销管理模式建设人才队伍,并规划垂直管理架构,重点强化组织协调、服务和监督等功能。三是坚持市场与技术创新。电力市场普遍存在买方市场现状,有时会供大于求,因此电力企业需要根据大型企业以及高耗企业等的用电市场,有效转变供电模式,通过推广营销天然气、风能、太阳能、水能等电力资源,满足市场需求。

另外,电力企业还应当树立良好的品牌意识,全面提高电力服务水平。按照电力行业特性,应重点提高服务质量,建立优质品牌。如对部分客户不会使用的设备或设施产品,可进行相应的辅导,指导客户正确掌握使用方法。同时针对电力商品营销,包括电力设计、电力设施安装、施工和后期维护抢修等,构建一体化服务模式,完善客户服务工作,提高品牌影响力。

2.3 开拓新型电力营销业务

基于电力市场改革,电力企业在营销管理中需要积极开拓新型业务。因此,需进一步完善网络信息化建设,加快信息化和智能化建设,有效扩展新型业务,保障电网企业的发展。电力企业要根据市场发展的实际需求,革新现有电力服务业务。可借助现代信息技术办理线上业务,实现电子办公,用户可通过使用手机、电脑、智能终端等进行生活用电缴费,扩展业务项目。同时电力企业要加大网络建设业务,开发手机APP、微信公众号、官网缴费窗口等,拓展线上业务办理渠道,满足各个用户群体的实际业务需求,提高营销管理效率。此外,电力企业还应拓展其他新型电力服务业务,形成以电力销售为主营,其他业务为辅的综合性营销体系。如在电力APP、微信公众号中添加电力报修、故障处理等,后台接收相应消息后及时传递给维修人员,提供上门维修服务效率,解决用户实际问题。

2.4 规范精细化管理流程

为有效应对电力市场改革对电力营销的挑战,电力企业需规范精细化管理流程。通常情况下,电力营销管理人员在工作期间,需结合电力监管部门的相关信息,充分掌握电力用户的各种诉求,从而对营销管理工作进行细分,提高电力

服务质量和效率。因此，在电力企业中合理利用流程驱动业务管理模式，结合电力营销的具体情况，适当调整电力客户服务功能以及管理程序，完善协调机制，有利于简化电力营销业务流程。营销管理人员要确定和兼顾业务总进度及分进度目标，明确营销关键环节，保障电力营销工作顺利开展，推进业务纵向和横向转换，准确管理营销要点，提高企业的营销绩效和收益。

2.5 健全电力营销管理体系

当前电力企业开展营销管理，应当以电力市场为基础，在不断深化改革的背景下，加强电力营销管理体系建设。建立专门的电力营销管理部门，合理配置岗位和人员，负责市场调研、市场分析、用户群体分层和制定产品需求计划等，推动管理模式得到创新发展。同时，注重提升管理人员的综合素质，定期开展培训活动，保证其既能掌握丰富的电力知识，又具有较高的营销技巧，提升管理人员的工作水平。电力企业还应加强与用户的直接沟通，及时接受反馈，改进电力营销策略，打造出优质的电力服务品牌。

3 电力市场改革下电力营销管理的优化措施

迎合电力市场改革带来的挑战，电力企业现有的营销管理工作还有很多缺陷和不足，影响到企业整体营销效益。对此，需要进一步优化创新，制定合理有效的措施在实处积极践行，指导后续工作高效展开。

3.1 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。

3.2 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客户服务功能，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。

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。

3.3 持续优化完善电力营销管理系统

电力营销管理系统的建立，应摸索电力市场实际情况，基于现代化信息技术来建立和完善电力营销管理系统，减少人工强度，指导后续工作规范化展开。相较于传统模式，实现数据信息高效收集、整理和分析，辅助电力企业作出最佳的管理决策。运用先进技术可以分析和摸索电力市场实际情况，运用互联网和电视媒体扩大宣传，塑造良好的企业形象，在提升科技水平的同时，尽可能降低电力企业生产成本，占据更大市场份额。只有这样，才可以指导电力企业高水平发展，创造更大的经济效益。

4 结语

电力市场改革是我国社会经济发展的必然趋势，通过打破电力市场垄断局面，有利于激发市场活力，推动电力企业创新。因此，电力企业要针对市场改革的影响，积极做好电力市场调研工作、创新电力营销理念、开拓新型电力营销业务、规范精细化管理流程、健全电力营销管理体系等策略，切实推动电力营销管理的健康发展，促进电力行业整体的创新进步。电力营销管理是电力企业内部管理工作的重要内容，应注重前沿技术手段的引进，构建电力营销管理系统，实现信息资源优化配置，共建共享信息，为社会生产生活提供优质可靠的电力服务。但实际工作中还有一定问题，电力营销管理还在初步阶段，亟待优化改进。论文就电力市场改革背景展开分析，探究如何制定有效措施，促进电力营销管理改革创新，助力电力企业高水平发展。

参考文献

- [1]曹媛媛. 电力市场条件下供电企业电力营销管理分析[J]. 科技经济导刊, 2019, 27(4): 241.
- [2]贝炳尧. 基于电力市场改革的电力营销管理探究[J]. 技术与市场, 2017, 24(4): 211-212.
- [3]陈蓉妍. 新时期电力营销管理的问题及对策探究[J]. 科技创新导报, 2020(19): 170-171; 174.