

互联网+电力营销环境下的电力营销创新

杨蒙

国网宁夏电力有限公司彭阳县供电公司 宁夏 固原 756000

[摘要]在改革开放的新时代,科学技术不断发展,人们生活水平不断提高,电脑已经成为家庭必备的产物,我国的互联网行业也在迅速发展。传统产业、互联网技术和平台的结合可以促进传统产业的发展和创新发展。例如,在电力营销行业中,一种全新的营销概念被提出,那就是互联网+电力营销。如今网络和物流行业的不断发展,传统的电力营销已经跟不上时代的步伐和人们的需求,因此有必要通过注入新思想来创新营销行业的发展。本文对互联网+电力营销的创新路径进行了分析,希望能够为我国电力营销行业提供一些理论参考。

[关键词]互联网+; 电力营销; 创新

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.231

1. 互联网+带来的电网技术革命

随着科学技术的进步,互联网+为电网带来新的技术应用,促进了服务模型和开发思想方面的各种变化。通过初步分析可以发现,互联网+可促使电网朝新的方向发展,而电力云技术的应用是电力网络管理的技术关键。电力移动终端的应用正在逐步增长,主要应用于电力营销服务、客户用电服务、电力安全检查工作等。以需求为导向、合作、透明、互动是新电力营销的互联网运营模式,互联网技术贯穿电力生产营销的每个阶段。在互联网+电力营销环境中,网上支付系统的发展也是该环境不断发展的重要环节之一,而网上支付需要互联网具备极强的安全性,才能够保证客户的财产不受侵犯,这也是消费者不断选择互联网进行购物的关键因素。其次,互联网+电力营销有着传统线下营销不可比拟的可定制性,互联网可以通过大数据分析客户的需求和喜好,从而为客户确定精准的产品定位,增强自身的市场竞争力。

2. 互联网+电力营销模式的意义

2.1 社会发展的必然趋势

当前我国经济快速发展,尤其是在近几年来我国大力提倡互联网技术与人工智能的背景下,我国社会经济与人民的生活水平更是得到了质的飞跃。自互联网问世以后的几十年发展历程中,互联网显然已经成为当前人类社会进行传播的重要媒介之一。而互联网营销在我国发展的较为迅速,阿里巴巴与京东等著名电商为我国互联网营销提供了很好的范本与参考。事实证明,互联网营销的传播具有检索方便、互动良好以及时效性强等特点,同时运营成本也相对较低,并且能够打破时空的限制,传播面较为广泛。在当前我国经济发展正处于转型升级的关键时期,实现互联网+的发展模式也是社会发展的必然趋势。

2.2 电力改革的必然规律

当前我国经济正处于转型升级的关键时期,各行各业都面临着改革升级的问题。电力行业为我国各行各业的发展提供能源基础,在我国实现新的能源布局背景下也面临着这一问题。当前我国新的能源布局采取了向社会资本放开配售电业务的原则,并以此作为最大的亮点开展新一轮的电力改革。而互联网+电力营销的模式恰好符合这一轮电力改革的重要原则。实现互联网+的融合能够有利于推动电力企业在市场上的角色转换,使他们从产品供应商转变为服务提供商,并进一步推动我国电力市场从典型的卖方市场逐渐转变为卖方

市场,使得市场需求能够更好地被满足。

2.3 市场变化的必然结果

随着我国经济的不断发展,我国人民的生活水平也在不断地提高。人们越来越关注生活的质量。电力服务作为他们日常生活与社会生产中的重要商品,其服务质量同样受到人们的关注。而各行各业的快速发展同样对电力企业的服务质量提出了更高的要求。发电作为电力企业最为核心的业务之一,在提高电力企业市场竞争力方面具有重要的影响。而我国当前正推动有序向社会资本放开配售电业务,这样的战略将进一步挑战传统电力企业的市场竞争地位。为了更好地提高电力企业的市场份额,电力企业应当主动实现互联网+电力营销的模式。因此,市场需求的变化也能够倒逼电力企业进行新一轮的改革,同时推动电力行业提供更为优质的服务。

3. 互联网+电力营销环境下的电力营销创新途径

3.1 创新开发电力营销方式,扩大电力营销线上渠道

在“互联网+电力营销”背景下,电力企业在开展电力营销时,需要不断创新开发电力营销方式,扩大电力营销线上渠道。电力企业没有必要自主研发全新的网络营销渠道,可以在现有网络营销渠道基础上,深度定制线上销售页面,创新线上服务方式。首先,充分利用互联网技术的资源优势,利用微信平台、支付宝平台上广泛的用户基础,深度定制平台售电页面,不断增加新的售电服务业务,深度开发微信、支付宝等电商平台的合作资源;其次,电力企业也要借助自身的供电优势,打造自己的电子商务平台,主要以掌上售电App为首,构建电力企业的“互联网+电力营销”一条龙服务生态,为客户解决购电、用电过程中出现的一系列问题。

3.2 增进业务流程办理速度

现阶段智能电表的普及安装为电力企业和用户提供了极大的便利,这也要求电力企业在用电数据采集和电力营销办理方面具有一定速度。为增进业务流程办理速度,提供更为便利化的多渠道服务策略。首先可以利用远程预付电费的服务营销管理系统。远程预付电费服务是建立在互联网技术较为普及的基础上,基于互联网+电力营销的管理系统可以通过网络数据传输技术对用电终端数据进行及时处理和计算,不仅减少了人工上门服务的成本,并且电费信息可以随时在用户信息化设备终端显示,能够及时了解用电情况和消费数据,减少因拖欠电费等问题而造成生活上的不便,间接地提升了供电服务的质量。在互联网+电力服务的信息时代,电

力企业基本可以依靠此服务管理系统完成抄表、审核、收取的全部过程。其次是优化自助系统，因为信息化设备使用多是中青年群体，在互联网+环境下为了更好地服务老年群体，应将自助设备安置在银行、社区、服务中心等便民使用的位置，并且查询、缴费、办电、开具发票等业务在自助设备中一目了然，方便快捷，针对老年群体进行设置，不仅能够避免老年群体在家庭和营业厅之间来回奔波，而且可以降低人工服务的压力，提高业务办理效率。最后是与商务平台深化合作，例如与支付宝开展每月自动扣费、消费积分抵押电费等业务形式，提升商务平台的缴费效果，进一步便于客户使用。

3.3 增强信息化服务意识

可以从两方面增强互联网+电力营销的服务意识，一方面是以广告宣传为主，对电力企业的服务项目、服务类型或者电力营销情况进行宣传，提高人民群众对信息化服务的观感。并且目前很多网上营销服务都是电力企业给出几套固定方案，要用户自行挑选，没有结合用户需求个性化定制的服务。可以借助网络平台加强与用户的沟通，及时了解客户的用电需求，从中提取出重要的消费信息，结合大数据技术进行分析制定针对性的营销服务方案。另一方面则要从电力企业自身强化互联网+时代的服务效果，不能因为脱离了线下的窗口便忽视了服务理念，在办理业务、缴费供电服务中依然要重视时效性和准确性，保障供电质量和效果。可以开展网上预约办理错开业务高峰期，开通特殊业务办理通道，提高营销服务的办理效率和质量，也要加强有关人员的综合素质，开展培训工作提升互联网+电力营销环境下营销人员的专业能力和技术，使营销人员能够转变自身理念，迎合信息化电力营销的特点，推动电力营销工作的高效开展。此外，在开展互联网+电力营销网络平台时也应注意引进网络安全技术人才，保障网络营业的正常运行。

3.4 创新营销业务体系

完善健全的互联网+电力营销体系，可以有效推动营销业务流程的优化与改进，所以企业必须要重视起来。在具体实施该模式的时候，企业必须要构建一个专门的网络营销组织机构，主要实施网络营销组织管理工作，确保该模式的落实可以更具专业化。与此同时还必须要重视这一制度体系的建立，对那些常规工作来说，也都需要通过制度形式将其固定下来；而对于那些相对比较复杂的工作来说，也都需要编制出来科学的管理制度以及运行制度，使这一模式可以渐渐步入到规范化的轨道当中。不仅如此，还必须要强化对调查工作的研究，以客户的基本需求和工作建议为基础，优化营销业务流程，这样不但可以将营销当中的人本思想体现出来，还能够使这一营销模式更加符合用户的基础需求。

3.5 增强信息化服务人才的培养

“互联网+”时代，电力营销精准化体系的构建，离不开高技术人才的支持，所以在构建精准化体系的过程中，也就需要注重信息化服务人才的培养质量。落实到具体工作上讲，应当运用培训的方式，来增强工作人员操作有关电力

营销设备的专业技术水平，并且提升他们操作设备过程中的精准化服务意识，如此以更加积极的状态展开各项工作。同时，电力企业需要在电力营销设备操作培训上加大资金投入量，招聘一部分高技术、高操作性的数字化信息处理电力营销人员，让他们作为企业内部人员的领头人，从而不断的提升营销设备操作的技巧。此外，在培养高技术人才的过程中，需要制定较为健全的激励机制以及考核制度，对营销人员展开定期考核，考核的内容主要集中在营销设备的运用，以及精准化体系是否得以落实这些方面，这样必定能够更加进一步的激励工作人员，以更加积极主动的态度展开营销精准化工作，从而为整个电力企业部门工作的开展奠定坚实的基础。由此可见得，全面增强电力营销信息化人才的培养工作，将是全面实现“互联网+”时代下，电力营销精准化体系的重要途径，有关企业部门人士应当对此予以高度重视。

3.6 创建用户数据库，实现精准营销战略

互联网+电力营销有着传统线下营销不可比拟的可定制性，互联网可以通过大数据分析客户的需求和喜好，从而为客户打造精确的产品定位，增强自己的市场竞争力。大数据是互联网最基础也是最重要、最实用、最广泛的应用，可以渗透到任何行业当中。对于电力营销行业，大数据、云计算的合理使用，可以收集客户数据，通过云计算进行分析，从而为客户打造良好的消费环境。电力企业要加快用户数据库的建设，从而为精准的营销创造环境，这样能够不断地提高自身的市场竞争力，从而更好地提高企业的经济效益，为电力行业的发展提供不竭的动力。

3.7 构建互联网+电力营销生态，促进软硬件协调发展

互联网+电力营销背景下，电力企业必须注重构建互联网+电力营销生态，促进软硬件协调发展。为此，电力企业必须在重点硬件设施上革新硬件配置，确保硬件配置能够满足软件升级的需求，如电力企业依据互联网+电力营销生态，建立抄核收一体化的智能售电服务体系，就必须全面更新老旧电表，采用全新的智能电表形式，满足客户智能化的购电用电服务需求。

4. 结束语

中国经济结构转变速度加快，导致能源企业出现了新的变革，特别是在互联网时代下，亟需电力企业提升电力供应效率，且为用户提供优质服务，确保电力企业有关工作进行的高效性。另外，电力企业需要紧抓互联网发展机遇，积极构建互联网+电力营销模式，促使电力企业服务更加便捷与智能，充分满足社会 and 用户对服务的各方面需求。

参考文献

- [1] 胡涛. 大数据人工智能在电力营销服务调度系统中的应用[J]. 电子技术与软件工程, 2019(10): 246-247.
- [2] 田丽莉. “互联网+电力营销”提升客户优质服务感知度[J]. 山东工业技术, 2019(07): 213-213.
- [3] 吴荣菊. 加强电力营销优质服务的有效对策[J]. 科技资讯, 2019, 17(01): 125-126.