

# 数字化管理模式在供电企业电力营销业务中的价值探析

吕鑫龙 罗晓杰

国网河北省电力有限公司灵寿县供电分公司

**摘要：**在当今的数字化管理模式下，供电企业也开始逐步应用计算机技术，对电力营销业务中存在问题进行分析，并提出相应解决方案。本文介绍了数字化管理模式和相关理论基础知识，阐述当前我国供电公司电力营销现状及存在问题；针对这些情况结合实际给出了几点改进意见，从硬件设备上着手提升信息化水平、加强人员培训等工作力度以及提高客户满意度等措施来完善数字化管理体系的建设，以期能够为供电企业在今后发展过程中提供一定参考价值。

**关键词：**数字化管理；供电企业；电力营销

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2022.09.224

## 引言

随着科学技术的进步，数字化管理模式已经成为当前电力企业发展过程中重要的一个环节，在以往，供电企业开展营销工作时主要以人工操作为主要内容，但是现阶段由于我国经济高速增长、人口数量大幅度增加等情况使得人们对电能需求量大幅提升以及传统线下电价逐步下降等因素影响之下，供电市场竞争日益激烈；而随着互联网技术和通信方式的不断更新、应用与发展，数字化管理模式也逐渐被应用于电力企业经营中来，以此提高其服务能力及质量水平。

### 一、数字化管理在供电系统电力营销中的作用

随着科学技术的进步，数字化管理模式已经成为当前电力企业发展过程中重要的一个环节，在以往，供电企业开展营销工作时主要以人工操作为主，但是现阶段由于我国经济高速增长、人口数量大幅度增加等情况使得人们对电能需求量大大提升以及传统线下电价逐步下降等因素影响之下，供电市场竞争日益激烈；而随着互联网技术和通信方式的不断更新、应用与发展，数字化管理模式也逐渐被应用于电力企业经营中来以此提高其服务能力及质量水平。

### 二、数字化管理模式在供电企业电力营销业务中的应用价值

#### （一）提升运营效率

数字化管理模式在供电企业营销业务中的应用价值是：将数字化技术与电力销售有机结合起来，使其形成一种完整、统一且有效运行的体系，利用先进科学合理地手段对客户进行精准定位，通过数据分析和统计来实现用户需求信息准确预测并及时处理；同时借助计算机

网络系统实现对数据资源实时共享及快速传递功能等优势，能够极大提高企业营销效率以及市场反应能力，从而提升供电企业在电力行业中所占比重。

数字化管理模式在供电企业的营销中应用价值逐步提升，主要包括通过对电力销售业务进行模拟，利用客户关系管理系统、电子数据交换系统等实现信息共享，通过运用网络技术实现资源整合，借助云计算平台将各种信息传递给相关部门和人员从而达到优化配置的目的并有效降低运营成本与风险性；与此同时还能为决策者提供更加准确可靠地依据来作出相应营销策略选择，提升供电企业电力营销业务效率与服务质量，最终让客户满意度得以提高，进而获得市场份额优势。

#### （二）优化决策流程

在数字化管理模式下，供电企业可以将客户的反馈信息进行收集和分析，建立起一个系统完善、功能齐全的决策流程，通过对市场需求及相关数据进行全面了解后再决定采购或是销售计划，这样一来既提高了工作效率也节约成本投入；同时还能减少工作人员数量等；优化整个业务过程，使各项环节之间相互协调配合进而实现最终目标，降低风险与成本并提升服务质量和管理水平，为企业带来更大收益的同时推动电力营销策略更好地实施及落实。

数字化管理模式下的决策流程主要是根据电力营销业务所涉及客户、市场以及技术等方面，进行科学合理地规划，将这些信息资源整合起来，在整个工作过程中要充分利用计算机网络与通信设备对数据实时传输，通过智能终端来完成相关操作，同时还要注重企业内部各个部门之间相互协作配合的情况和问题处理能力，之后

才能更好地为数字化管理模式下决策流程提供服务支持和帮助；此外还需要加强工作人员对于电力营销业务方面知识、技术等各方面综合素质培养。

数字化管理模式在进行营销业务的过程中，需要对整个工作流程有一个明确、清晰地认识，以便于工作人员可以更好地完成操作，必须要制定科学合理有效的计划方案，将数字化管理应用到供电企业经营活动当中去，大大提高电力营销部门员工和管理人员之间的沟通能力以及工作效率；应该加强信息传递系统建设并完善网络传输体系等措施来实现对整个业务流程的优化调整，以确保客户能够在较短时间内得到满意服务。

### （三）改善客户体验

数字化管理模式在供电企业进行电力营销业务的过程中，能够有效提高客户体验，提升用户满意度，而传统的营销人员对电力产品信息、市场供需情况等了解不全面，因此可以通过网络技术建立完善且高效快捷的系统平台，利用计算机技术实现数据分析和处理工作，再反馈给相关部门以便作出相应决策，以满足顾客需求从而增加收益；同时在日常运营管理上进行数字化管理能够有效提高工作人员及客户之间沟通效率，为企业节约时间成本与经济支出费用的投入。

数字化管理模式下，客户体验的好坏直接决定了营销策略能否顺利实施，供电企业应当重视对数字化管理手段进行有效利用，要建立完善的信息管理系统，通过网络技术、电话系统等方式实现用户之间实时交流沟通，提升服务质量和效率，在提高顾客满意度方面也需要加强力度来完成这一目标，从细节出发为电力市场提供更优质的产品与更具针对性的营销方案，从而促进客户体验不断优化升级并最终获得更高效益收入。

在营销工作中，工作人员应当重视客户体验的重要性，提升服务水平，加强员工培训力度和技能提升：一方面可以通过定期组织开展专业知识讲座、技术考核及交流活动等方式来增强人员自身素质；另一方面也可利用互联网技术在网实时更新客户所需信息，并及时反馈给相关工作人员以方便日后更好地了解顾客需求的程度以及服务水平。

### （四）推动业务创新

数字化管理模式对供电企业营销工作的影响体现在

以下几个方面：通过应用计算机技术和网络通信技术来实现业务流程自动化、智能化；在进行客户关系管理系统时应充分考虑到不同部门之间的交互性问题；利用信息平台建立起一个统一完善且功能完备、易于操作以及可维护的系统平台，以方便用户查询相关数据并为用户提供更加优质便利服务；还可以使供电企业员工能够对工作内容有更清晰明确地认识和了解，从而提高其业务效率及质量。

数字化管理模式下，营销人员进行市场调研时，需要收集客户的相关信息，要对数据进行分析，通过综合处理后得到最终结果。而以往传统模式中所使用的是人工操作方式来完成工作，效率不高以及成本消耗较高等一系列问题，都可以转化为数字化管理手段，为用户提供便利性和高效性服务，因此供电企业在营销过程当中应去了解这种新型业务流程模式，能够有效提升客户满意度、降低运营风险、提高市场竞争力。

数字化管理模式的应用可以实现企业内部资源数据共享，并为营销业务提供更多资源，在传统人事管理和分配制度中，往往需要员工进行定期轮换、工作效率低且不稳定等问题；而对于电力销售来说则是如此：一方面由于人员轮换频繁导致人员业务能力不全面；另一方面由于缺乏有效激励机制，使得员工无法将个人发展与公司利益紧密联系在一起，数字化管理模式的应用能够实现企业内部资源数据共享，并实现人事管理层面的创新。

## 三、数字化管理模式应用中的挑战与对策

### （一）信息安全风险

在供电企业中，由于数字化管理模式的应用，电力营销人员对信息安全重视程度不足，同时也缺乏专业知识和技术能力，一旦出现信息泄露等事件时不能够及时有效地进行处理、解决，容易造成客户与供电公司之间产生不必要纠纷以及经济损失等问题，因此为了更好地适应数字化管理模式在企业中运用过程当中所带来的挑战，需要将其应用到电力营销业务之中，专业性较高且具有针对性的解决一系列问题。

数字化管理模式在供电企业的应用中，存在着一定风险，由于电力营销人员对电子信息技术掌握不足，缺乏完善、健全的安全防范体系，部分工作人员利

用计算机进行操作时可能会受到黑客或木马病毒等威胁和破坏，造成数据泄漏与丢失且难以发现并避免：一方面是因为管理人员没有意识到数字化管理模式对于用户隐私权保护所带来的风险，另一方面则在于在实际工作中未严格执行相关制度及流程规范。

### （二）组织变革管理

在电力营销业务中，需要对组织变革管理进行有效的构建，以确保数字化管理工作能够顺利开展，这主要是指将数字化技术应用到供电企业的经营过程当中，通过运用现代信息技术手段来实现客户与公司之间、员工和顾客三者间信息共享，

利用计算机网络系统进行数据传递以及处理工作后可以使工作人员随时随地掌握各项生产状况及运营情况；同时还能对电力营销业务流程中出现的问题及时做出反馈，从而确保供电企业能够在最短的时间内完成数字化管理模式构建。

在数字化管理模式下，营销部门人员要转变工作方式，对其进行有效的监督和考核，将以客户为中心这一服务理念贯彻到日常工作中，比如说可以建立电子平台来实现线上沟通交流；建立起完善的信息档案系统以及相关制度规范等等一系列措施都需要在数字化管理模式应用上得以体现出来，并且要确保数据录入、存储等过程中做到严格控制和监管机制健全。

## 四、供电企业数字化管理模式的发展策略

### （一）完善数字化管理的基础设施

数字化管理模式在供电企业的应用中，需要不断完善相关基础设施，要加强对电力营销人员信息化知识培训。通过定期举办各种技术讲座、开展交流活动等方式来提高工作人员信息处理能力，是建立完善客户关系管理系统；构建供电公司内部网络平台以及与其他部门之间的沟通渠道，都可以为数字化管理模式在企业中的应用提供良好基础保障作用，使其更加适应时代发展要求，实现信息化管理的目标。

数字化管理模式的构建需要具备完善基础设施，因此，在供电企业营销业务中，需建立健全电力科技研发、生产以及销售等方面的基础平台，应加大对数字化技术及应用领域相关人才培养力度，加强与国外先进经验交流学习和合作建设工作；从资金投入方面对计算机

网络进行优化升级改造工作；从管理模式上提升信息安全防护能力建设水平，为客户提供更加完善全面的服务质量保障体系，从而提高电力企业营销业务中所需基础设施的构建程度。

### （二）建立并完善电力营销数字化

要想实现数字化管理模式的建立就必须加强对电力营销业务系统中各个环节之间数据信息的同步传输，在数字化管理系统之中应设置一个专门维护人员负责日常工作，管理人员还应对整个体系运行过程当中所产生的问题，及时地解决处，以便于工作人员能够更好地为顾客服务；最后则是要完善电力营销网络化管理模式，为供电企业提供全面、准确而又可靠地市场数据信息支持和决策参考依据。

数字化管理模式在供电企业的应用，需要将客户信息与电力营销相结合，通过数据分析，对市场需求进行预测，同时还可以利用智能终端系统实现实时跟踪，这就要求相关人员必须具备较高素质和技能水平来完成这一工作任务，要充分了解计算机网络技术、电子通信设备等基础设施情况，以及相关软件开发能力的高低等因素，综合考虑后才能有效地运用数字化管理模式开展管理工作活动，确保电力营销业务能够与信息技术相融合起来，进而提升供电企业整体的服务质量。

### 结语

数字化管理模式在供电企业的应用，能够有效地提高电力营销服务水平，提升客户满意度，通过对数字化管理技术、通信系统等方面进行全方位的整合和利用可以大大降低工作人员工作量及成本，此外还能为管理人员提供更准确、更全面、更真实可靠的数据分析，同时在供电企业内部相关业务中实现资源共享。

### 参考文献

[1]任佳瑜. 供电企业电力营销业务数字化管理模式研究[J]. 大众用电, 2021, 36(08): 22-23.

[2]王雷, 吴广宇. 数字化管理模式在供电企业电力营销业务中的价值探究[J]. 国际公关, 2023(22): 124-126.

作者简介: 吕鑫龙(1989-5), 男, 汉族, 本科学历, 中级职称, 籍贯河北省石家庄市。