

供电公司用电检查营销策略分析

谢忠琳

国网江西省电力有限公司赣州市赣县区供电分公司

摘要：电力检查是电力供应商确保顾客能够安全、高效地使用电力的关键环节，其中的技术、服务、管理等因素直接决定了顾客对电力供应商的信赖和选择。因此，如何在电力检查环节进行优质的电力营销活动，对于提高电力供应商的经济收益起到了至关重要的作用。本篇文章将从电力检查的视角来探讨电力供应商的营销战略，并就此给出一些基础性的观点和建议。

关键词：供电公司；用电检查；营销策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.04.103

引言

现代社会的主导能源之一，即电力，构成了社会和经济的根本。确保电力的稳定供给，已成为现代电力公司的主要职责。进行高质量、优质的电力服务和标准化的电力监测，对于增进电力运营的效率起着关键的影响。然而，传统的电力维护通常只关注供电的技术支持，而忽略了在这些监测环节进行的市场推广。因此，如果希望提高电力运营的效率，需增强电力监测环节的市场推广。实施恰当的市场推广方法是增强发电企业的市场推广实力的关键途径。

一、供电公司用电检查管理的发展现状

1. 供电公司用电检查机制不够完善

现阶段，许多电力供应商的电力检测体系尚未健全，依旧面临一些挑战。电力检测的具体流程并未清晰界定，职责划分不清晰，缺乏专门的电力安全审查和保养部门独立承担职务^[1]。只依赖公司内部的管理，这不但未能充分发挥电力检测管理的功能，电力检测的目标也不够明确，同时也在某种程度上分散了电力供应商其他部门的有限资源，降低了工作效率，对电力供应商的进一步发展并无益处。

2. 管理观念相对落后，对用电检查工作重视不够

随着社会主义市场经济的持续深化，以市场需求为核心的管理思维逐步渗透到各个领域的运营管理之中。然而，许多电力供应企业并未跟上时代的步伐，未能及时刷新其相关的思维模式和管理观点，也未能认识到新时代电力检查的重要性，对电力检查任务的关注度不足，依旧使用较为陈旧的检查方式和手段，这不仅无法有效地促进电力检查任务的执行，还影响了其效率。在新的时代背景下，无法满足社会各个领域的电力需求，这对供电公司的持续发展构成了阻碍。

3. 供电公司管理制度建设有待进一步健全

过去，由于电力行业的高度垄断，导致其缺乏竞争，这也使得许多电力企业在管理体系上过于保守，缺乏创新精神，竞争观念较弱，对市场的关注度不足，未能充分利用市场在企业运营和经营过程中的影响。电力

检查管理的方式过于陈旧，导致电力企业的管理并不合理，从而降低了企业的工作效率，并增加了电费的开销。

4. 用电检查人员综合技能相对偏低

目前，企业管理已经大量采用了信息化管理系统，因此，供电公司在进行电力检查时，也需积极采纳最新的信息科技，以增强其工作效率。然而，从现有的供电公司电力检查人员的状况来看，他们的专业技能和对最新信息科技的理解程度都较为薄弱，无法充分利用这些信息科技，同时，一些人员的责任感和职业操守也不足，这些因素都会影响到供电公司电力检查的顺利进行。这在很大程度上损害了供电公司的品牌形象。

二、对供电公司用电检查的研究

1. 用电检查的意义

在电力供应企业的运营过程中，电力检查是至关重要的环节，它对于确保用户的电力使用安全和电力品质起着决定性的影响，并能确保用电者及其所在的电力网络的稳定和安全。

2. 用电检查的内容

在执行电力检测时，工作人员需向用电者传授相关的电力知识，增强他们的电力安全意识，从根本上消除电力潜在风险，让他们能够理智地使用电力。一旦发现违法的电力问题，需进行适当的审查^[2]。如果确认存在违法行为，需进行适当的教育，并让他们承担相应的法律责任，通过罚款或其他方式来实现教育目标，同时保持正常的电力供应秩序。

电力检测是一项既繁琐又复杂的任务，需检测人员拥有优秀的职业道德和精湛的专业技能。若其职业道德不足，在检测过程中常常会忽视一些安全问题，这可能会对供电公司造成不必要的损害。在这个时候，需向审查员进行必要的知识传授，以增强他们的审查技巧。然而，一些审查员的职业道德并未达标，在审查过程中故意疏忽，对违法者进行纵容，利用自己的职位优势为违法者提供便利，对于那些思想品质不合格的，需进行必要的道德教育。电力供应商有责任定时为检查人员提供

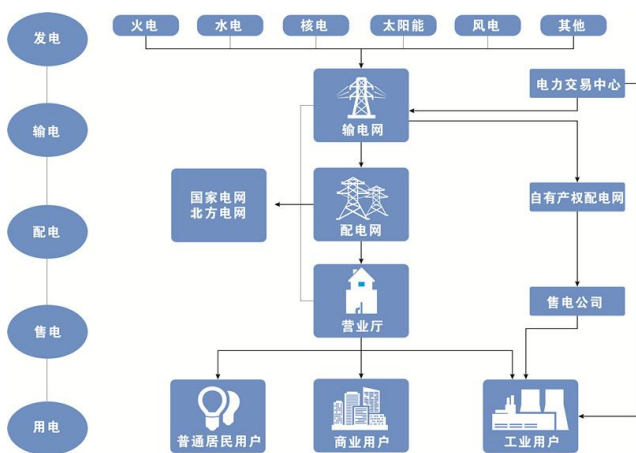
职业道德和专业技术的培训。无论何种类型的公司，电力检查的组织结构都需完善且明确，并且各自的任务分配也需合理。同样，在执行电力检查的过程中，也需设立一个专门的检查团队，并安排公司的优秀人才进行特别的培训，以提高他们的专业技术。

三、目前常用的管控和营销方法

尽管我国的电力领域具有一定的垄断性，但其销售仍需依赖市场。如果电力公司希望获取盈利，他们须考虑到市场的需求。如果消费者对产品感到不满，选择不购买，那么公司将无法获得盈利，也无法在市场中立足。因此，电力行业无法避免受到市场消费者的挑战，服务须能够满足消费者的需求。所以，电力公司也需采用他们经常使用的管理和市场策略，接下来，我会对这些电力公司的市场策略进行深入探讨。

1. 分销和促销策略

许多公司在销售自己的产品时，会运用分销和推广的策略，这种策略也适用于电力行业。然而，由于电价持续上涨，这对电力行业的销售活动造成了严重的影响，因此，优化供应和推广是改善电力行业状况的有效途径。降低电力供应的价格可通过几个途径实现，首先，遵循市场的价值原则；其次，减少电力的浪费，呼吁所有的用电公司节省电力。同时，要防止用户偷窃或违反协议使用电力。只要实现了这些措施，长期下来，电力的价格肯定会下降。遵循市场经济法则的事物应当被赞扬，电力产业也需借鉴其他产业的模式进军市场，这是社会经济进步的必然方向。虽然现阶段电力产业在进军市场上仍有许多阻碍，但在相关人员的共同付出下，一定可实现电价的低廉^[3]。另外，通过强化电力推广、提高业务报装速度、提供高品质的服务等手段，也能够实现增加供应和扩大销售。



2. 采取灵活策略

为了增强电力行业的市场竞争优势，需运用多样化的策略来刺激消费者的使用热情，然而，这种策略的多样化应当在遵守规定的基础上进行。例如，当消费者处理用电事宜时，可实施分阶段收取电费的策略，以此

来降低一次性付款给消费者带来的负担。对于经济状况较为艰难的消费者，可实施减免、延迟支付、提供补助等政策。这些多样化的策略都能增强用户使用电力的热情。

3. 价格策略

三大核心的价格战略包括：费用、需求以及竞争。所以，增强电力推广的关键步骤，就是以满足客户的需求并减少费用为主线。尽管电力公司已经根据环境的变化做出一系列的调整，但是，为了在剧烈的市场竞争中保持优势，价格战略仍然是增强电力产业竞争优势的一个关键环节。

4. 做好服务工作

售出的电力产品后，须积极推进后期服务，原因在于客户的满足感构成了未来的可能性。因此，供电部门的行动不能仅仅局限于解决问题，而应将焦点集中于客户的需求、设计、建造、验收、运营、售后服务、故障排除和增加需求等多个步骤。需摒弃“难以进入、难以倾听、难以接受、难以处理”的官僚主义，转向以面对面的方式寻求帮助，透明化处理流程，向社会公布承诺。将通过调整电压或者进行补偿来提供高品质的电力服务，并使用双电源、双回路以及环网的模式来保证电力的稳定性。

5. 产品策略

电力作为一种物质资源，其独特的属性让其生产、供应、销售的一体化瞬间达成。只有将物质资源与公司向消费者提供的前期、中期、后期的服务相结合，才能理解其全面的含义。在开始研究并预测电力产品的市场之前，需先深入了解这个领域。此外，还需加大对电力市场的投入，以及电网的优化，以便更好地了解其基本情况，把握其市场的巨大潜力，并据此制订具体的市场策略。电力的传递方式主要依赖于输电线路和配电线路，这些线路将电能传递至每一个家庭，以便将这种被视为物质资源的电能销售给消费者。须建立一个既先进又合理的电力系统，这其中涵盖了：通过提供卓越的服务来探索并扩大市场；依照用电需求对电力系统进行升级；扩大供电的地方，从而提升电力的品质。

四、供电公司用电检查营销可采取的策略

1. 以价格吸引消费者

电力供给作为一种产品，其实质性的运营受到了价格的制约。为了吸引顾客，电力供应企业须在平常的运营中，努力削减流通环节的价格开支，这样就能够将电力的真正价格压低，以便让顾客更加便宜。此外，企业还需在用电审核阶段，对于供电设施，例如变压器、稳压器等，做到定期的维修，确保其正常运转，并且增强其运作效率，从而降低顾客在使用电力的过程中产生的电量浪费。这样不仅可协助消费者减少电力支出，同时也有利于增强发电企业的电力供给实力，进一步增加销售额^[4]。加强电力监管在另一个层面上能够确保电力销

售价格的合理性和稳定性,防止由于电力浪费、盗窃或者漏电等行为导致消费者的电费增加,从而使消费者对供电公司的满意度下降。

2. 以服务打动消费者

正规的电力检测和优质的服务是提升客户满意度,推动电力公司经济效益增长的关键途径。在电力公司的常规检测任务执行期间,需对一线的检测员工进行服务观念和技能的教育,以保证在电力检测过程中,能通过优质的服务赢得客户的信赖,让他们接受并持续使用电力公司的电力服务,从而保证电力公司的电力检测功能能为公司带来真实的销售利润。同样,电力检测任务既需技术支持,也需提供服务,它构成了用户与电力公司的联系。只有充分利用电力检测任务的优势,保证电力设备的正常运行,确保用户的电力供应无误,并以“优质服务”为执行电力检测任务的前提,才能真正做到对每个用电客户的优质服务。

3. 以技术感染消费者

只有拥有高级的电力科学技术,才有可能对供电进行有效的检测,以便及早找到潜藏的风险,并有效地解决这些问题,以此来保证所有的用电者的正常使用。然而,以往的电力检测任务因为许多职员的专业知识匮乏和技能水平低下,导致他们在进行电力检测时难以察觉到供电系统的潜在风险,这使得供电系统的各种问题层出不穷,严重损害了供电企业的声誉。所以,只有通过强化对电力检测员的技术教育,才能保证他们运用专业的技术进行电力检测,找出并解决电力问题,真正维护用户的电力权益。高水平的专业知识、强大的技术能力和及时的问题处理能力,都是一线电力检测员须拥有的特质。唯有如此,才能通过技术来吸引消费者,提高电力公司在电力维护和销售活动中的效率。

4. 以宣传引导消费者

当进行电力市场的推广,供应商须高度关注并积极进行活动的宣传。唯有通过强化活动的宣传,才能使所有的顾客深入理解并积极投入其中。作为与顾客直接交流的供应商,电力审核员工应该积极地肩负起推广和宣传的职责,他们应以自身的专业知识,通过分析顾客的用电成本、安全性和服务质量,向他们介绍和宣传公司的电力政策,使顾客可深入理解和掌握供应商的市场推广活动^[5]。推动了企业电力消费者的人数扩大。

5. 以管理吸引消费者

优质的管理表现为事务的进步和政策的实施具备规范性和依据性,对于电力检测而言,健全的管理方案和完备的管理体系能保证客户在日常使用电力的过程中遇到的问题能够得到及时的处理,遇到的缺陷也能得到及时的修正。所以,电力公司有责任构建全面的管理架构和规章制度,以便在进行电力检测时,能够从顾客的视角出发,真正为他们提供优质、高效、先进的电力服

务,进而增强顾客的满意度。

五、供电公司用电检查营销策略开展要点

1. 服务优先原则

在执行电力检测任务时,若想达到更高的市场推广效果,就需坚定的服务观念作为根本,并且须遵循以服务为主导的原则。需向用电者提供令人满意的检测服务,以保证他们的正常用电和用电安全。需通过优秀的服务来打动每一个用电者,进而建立他们的信任,从而发挥出市场推广的功能,扩大用户群,确保电力公司的利润。

2. 针对性营销原则

由于电力资源的使用者各有差异,如果在进行电力检测时使用相同的推广方法,其成效可能会相对较低^[6]。因此,在进行电力检测时,需根据不同的使用者制订出适合的推广策略,以确保推广内容能被使用者所接纳,从而提升电力检测的推广效果。

3. 一视同仁原则

电力消费者的经济能力各不相同,因此,电力公司在进行电力消费检查时须遵循公平对待的原则。不能因为某个消费者的电力消费量大,经济效益显著就忽视他们的日常电力消费检查工作,而应该在发生电力故障时立即并彻底解决。只有以公正的服务理念和积极的服务态度,才能让每一个消费者感受到电力消费的公平性,从而更好地通过电力消费检查向每一个消费者销售电力。

结语

目前,中国的电力行业正处于飞速发展的阶段,这个阶段是电力行业的优秀发展。伴随着改革开放的进程日益加速,中国的电力系统的变革也正在持续推进。预计未来,中国的电力市场必然会持续扩张,并且将形成一个更为秩序井然、竞争公平的电力市场。此刻,电力公司有必要增强其服务水平,增强其核心竞争优势,并且在遵循客户至上的理念的基础上,根据市场竞争状态来设计营销策略,从而提升其在市场上的影响力,实现企业进步速度的增长。

参考文献

- [1] 严尊. 供电公司用电检查营销策略分析[J]. 营销界, 2020, (09): 93-94.
- [2] 张宏宇. 供电公司用电营销与检查策略研究[J]. 现代营销(经营版), 2019, (05): 86.
- [3] 高群. A供电公司市场营销策略研究[D]. 大连海事大学, 2018.
- [4] 廖庆刚. 供电公司用电检查营销策略研究[J]. 山东工业技术, 2017, (17): 208.
- [5] 徐立志. 供电公司用电检查营销策略研究[J]. 中国高新技术企业, 2016, (02): 169-170.
- [6] 李学军. 供电公司用电检查营销策略的探讨[J]. 科技创业家, 2013, (21): 196.