

着力提升供电营业厅电力营销服务水平

杨森 吕梁月

国网河北省电力有限公司隆尧县供电分公司

摘要：随着社会经济的发展变革，传统的电力营销模式已经难以适应现实需求，电力企业需要充分推动“互联网+”，运用新技术，打造“小前端、大后台”的电力营销服务新模式，探索提高供电营业厅电力营销服务水平的有效措施，最终实现电力营销服务水平的全面提升。

关键词：供电营业厅；电力营销服务；措施

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2023.06.211

引言

随着电力市场改革的持续推进，电力市场正在向社会开放。电力市场作为新市场，其发展空间和发展潜力较大，各大电力企业在抢占市场份额方面均加大了力度。电力企业在激烈的电力市场中想要提高自身竞争力，需要了解电力市场环境，创新电力营销理念、战略和模式，快速适应电力市场的变化和竞争，这对电力企业进入电力市场中快速抢占份额具有重要意义。

一、电力营销项目相关介绍

电力公司内部的营销项目，主要是通过现有的相对成熟的技术、先进的设备，通过一定的方法和手段去提升营销服务的能力。而在此过程中，电力公司会对营销的设施及设备开展相关的改造和维修活动。现有营销项目的分类主要有两种基础：第一种分类项目类型主要包含用电营业、电能计量、市场能效、智能用电、供电服务五种；第二种分类项目类型主要有限上、限下、零星三种。其中，限上营销项目的单项投资往往超过1000万元，主要涉及建设用电信息的采集系统、建设电动车充电和换电站等方面；限下营销项目的单项投资，不超过1000万元；零星项目的投资金额没有特殊要求。

二、电力营销项目管理的重要性分析

1. 为电力公司提供更好的经济效益

市场经济作为我国现有的经济体制，电力公司为了在市场经济环境中能够更好地发展，促使自身的决策和部署能够充分地落实，并顺利地展开营销活动，采用了更为成熟而且先进的管理手段和电力设备。随着电力公司的营销项目获得了比以往更高的水平，在内部市场中也带来了显著的经济效益，进而为电力营销项目的创新提供了更多的动力，充分满足了我国人民群众的广泛需求。因此，电力公司必须不断提升自身营销项目的服务效率和质量，进一步保证电力公司能够通过营销项目能

力的提升获取更多的利润，最大限度提升电力公司的经营效益。现有的部分电力公司在管理营销项目方面，通常会采用项目转型升级和新业务拓展两种方法，在营销项目管理工作水平提升的同时，也给营销项目的内容注入了新鲜血液。

2. 为电力公司的可持续发展提供保障

当前，电力公司为我国经济社会的发展提供大量的电力能源，为我国社会的进步提供了保障，因此电力公司在我国持续发展的过程中，需要承担一定的社会责任。在主动关注并且强化营销项目管理工作之后，电力公司还能够精准地捕捉市场的需求，进而明确自身在未来的发展目标，并根据未来发展的趋势制定相应的管理策略，保证我国人民群众获得高质量的电力营销服务，使人民群众对电力公司产生较高的满意度，最终助力电力公司的可持续发展。

3. 使电力公司的市场竞争力增强

电力公司内部的营销项目都具备一定的商品属性，在市场经济环境中，电力公司的营销项目必然会参与激烈的市场竞争。在综合管理与控制电力营销项目之后，电力公司能够优化并且合理地调整营销项目的管理流程和管理内容，促进电力公司内部形成独特的产业链。科学合理地管理营销活动，能够提高电力公司的综合竞争力，同时电力公司能够通过开展管理活动，找到营销问题的关键所在，并且及时解决，从而保证营销管理工作的质量。

三、供电营业厅电力营销服务现状分析

1. 对消费者的需求感知有待加强

目前，无论是任何的企业或个人，其运营方式都是以经济效益为目的进行运营的。部分供电营业厅对客户的核心需求没有进行深入了解，在电力营销服务中，缺乏对顾客进行细致的调查与分析，导致供电营业厅的电

力营销服务一直处于被动的状态。传统运营模式下，供电营业厅的营销模式并没有发生质的变化，仍处于不够完善的状态。用户在用电时，最重视的是节能或减少用电负荷量，而供电营业厅传统的营销模式在这些方面存在一定的问题，从而给电力用户带来用电成本的增加，不能促进电力企业的高质量发展。

2. 营销团队不健全

电力企业要想不断提高服务水平，就要有一个比较完善的营销服务团队作后盾。目前，部分电力企业的营销服务队伍建设相对比较滞后，营销人员整体素质相对不高，且部分营销人员也不是营销专业出身，再加上电力企业对他们进行的教育培训也相对较少，导致其营销服务质量相对较低，不能促进电力企业的健康发展。

3. 营销宣传不够

根据供电营业厅电力营销情况分析可知，目前供电营业厅采用的支付方式有柜台、自助支付终端、银行代扣、支付宝、微信及国网APP等，其中支付宝、微信、国网APP都是面向年轻用户进行推广的。尽管供电营业厅在缴费方式上达到了多元化目的，也满足了新形势下电力客户的多元化需求，但在现实生活中，部分用户仍采用过去较为陈旧的消费方式和习惯，倾向于选择柜台缴费。这种情况使供电营业厅自主设施和国网APP利用率相对较低，从而导致了供电企业资源的浪费。资源浪费的出现，导致电力企业的经济效益受到一定的影响，而这些问题的出现，是因为供电营业厅对自主设备和国网APP的宣传力度不够造成的。因此，供电营业厅要做好自主设备和国网APP的宣传推广工作，促使供电营业厅提升服务水平，提高营销质量，从而促进电力企业提高经济效益与社会效益。

四、电力营销项目管理的主要工作内容

1. 转变市场营销理念

面对电力企业改革的大环境，电力企业应积极顺应时代发展趋势，创新市场营销理念与发展模式，使其与当前市场环境相适应。具体来看，电力企业可以从以下几方面入手：首先，电力企业应做好市场调研工作，全面掌握电力市场发展趋势。电力企业在市场调研期间可以有效掌握电力产品营销情况及市场经济价值规律，整合用户信息及市场交易等数据，进而可以在明确用户需求的基础上树立竞争意识和服务意识，促进整体服务质量的提升。一方面，电力企业可以转变传统营销观念，通过全过程理念对组织协调、服务体验、监督管理等环

节进行合理协调；另一方面，电力企业可以根据营销管理需求优化组织结构，同时加强人力资源建设，构建科学完善的管理队伍。其次，电力企业应根据市场需求加强技术创新。电力市场发展过程中往往会出现电力产品供大于求的问题，一定程度上造成资源浪费。针对这一情况，电力企业应对高能耗用电场所进行分析，积极优化供电模式，同时提升太阳能、风能等清洁能源的利用率。最后，电力企业应树立品牌意识，不断优化服务体验。电力企业应从电力行业特征出发，结合市场环境打造良好的品牌形象。在此过程中，应围绕电力设计、电力安装、运行维护等环节提升服务水平，针对用户用电期间存在的问题实施针对性指导，为用户提供更优质的服务体验。

2. 加强电力营销队伍建设

高素质的电力营销队伍是电力企业营销管理的重要保障，因此，随着电力企业改革的深入推进，电力企业一方面要提升电力技术水平，提供高质量的电力产品，另一方面还要加强电力营销队伍建设，提供高水平、高质量电力服务，促进用户满意度的提升。电力企业营销工作需要具有扎实的专业技术、丰富的管理知识以及高素质的人员负责，因此，在队伍建设与人员培养中，电力企业可以从以下几方面入手：

首先，面对电力企业营销人员综合能力水平参差不齐的情况，电力企业应组织相关人员参与专业素质培训，提升其专业知识及技术能力，促进其服务意识和综合水平的提高。同时，还可以邀请专家通过讲座、座谈会等形式进行经验分享与指导交流。其次，电力企业内部应提升对人才队伍建设的重视，构建完善的人力资源管理制度。一是人才招聘与晋升制度，提升电力企业对优秀人才的吸引力，为充实电力营销队伍提供支持；二是奖励机制，对于表现良好的员工企业应给予一定奖励，有效提升其积极性与服务意识。最后，建立健全人才培养体系，电力企业在经营管理中应认识到人才队伍建设对电力市场营销的重要作用，因此，企业应构建完善的人才培养发展体系，配备专业人员组建电力营销工作团队，同时还应加强互联网、信息技术的应用，通过构建电力企业内部交流平台实现电力营销知识、业务流程等信息的传递与共享，保证相关人员可以将其应用到电力营销实践中，为提高电力企业市场营销水平、促进企业可持续发展奠定基础。

3. 电力营销管理和电力优质服务的协同发展机制

具体来说,电力企业需要通过以下四个方面,建立电力营销管理和电力优质服务的协同发展机制。第一,建立完善的服务体系。电力企业需要建立完善的服务体系,包括客户服务中心、服务热线、在线客服等多种渠道来提供服务,以满足客户需求。第二,加强服务人员培训和考核。电力企业需要加强服务人员培训和考核,提高服务人员的素质和服务水平,从而提高客户满意度和忠诚度。第三,引入新技术。电力企业可以引入新技术,如智能化客服、自助服务等,来提高服务效率和客户体验。第四,加强客户关系管理。电力企业需要加强客户关系管理,建立客户档案、回访机制等,以更好地了解客户需求和反馈,并及时解决问题。通过建立电力营销管理和电力优质服务的协同发展机制,电力企业可以充分利用二者之间的互动作用,提高服务质量和客户满意度,增强品牌竞争力和市场占有率。

五、深化电力市场改革背景下电力营销新模式

1. 完善服务流程

电力企业电力营销服务质量较差,不利于电力企业维护客户关系,因此电力企业需要完善服务流程,推出定制化服务策略,与工商业客户保持联络,并进行定期回访,以此来拉近电力企业与客户之间的关系,维护两者之间的信任。此外电力企业需要及时将国家相关电力信息传递至客户手中,帮助客户了解电力市场买卖规划。该服务策略不仅能够帮助电力企业更好维护与客户之间的关系,而且也有利于发掘潜在客户,进一步推动电力企业的发展。

2. 创新价格策略

1) 声望定价策略

该定价策略有利于让用电客户或潜在客户了解到公司的价值,电力企业可以向客户提供终生电力保证和服务咨询服务,将客户对电力价格的关注点转移至电力企业供电稳定性方面,使用户利用优惠的价格享受稳定的供电服务。为吸引更多的用电客户,电力企业可以创新电价折扣获取方式,如用户可以利用积分抵扣电费,或者缴纳电费可以获取积分,用电用户可以利用积分购买电力企业推出的小商品,以此来吸引更多的消费者。

2) 招徕定价策略

该定价策略主要是根据用户对低价格用电量的需求进行定价,电力企业可以推出低价商品吸引顾客,并挖掘客户的价值。企业可以以免费为企业设计和安装蓄电池装置、太阳能发电板等方式与企业构建良好关系,

然后向其销售相关商品,以此来提高自身的经营利润。除了以上方式外,电力企业可以在某些重要节日举办用电促销活动,虽然该销售方式减少了电力企业的经济收入,但是从长远角度来看,促销活动有利于帮助电力企业挖掘更多客户,增加长期固定客户人数,进而提高电力企业在销售市场中的占有率。在展开促销活动时,电力企业可以通过公告、广告、海报等方式宣传活动,告知广大消费者推出来利用积分换取小商品、抵扣电费等活动,进而挖掘出更多的用电用户,该方式不仅具备吸引消费的目的,而且也对企业进行了宣传,有利于推动企业的健康发展。

结束语

综上所述,电力营销管理创新策略的研究对于电力行业的可持续发展至关重要。通过分析和实施创新策略,电力企业可以更好地了解 and 满足消费者需求,提高客户满意度,并建立长期稳定的客户关系。同时,创新策略还可以帮助电力企业适应市场变化,提高运营效率,降低成本,并推动可再生能源和清洁能源的发展。然而,电力营销管理创新并非一蹴而就的过程。电力企业需要充分了解市场趋势和竞争环境,制定合理的营销策略,并投入适当的资源和技术来支持创新实施。

参考文献

- [1]解培松.市场经济条件下电力市场营销的创新发展[J].纳税,2020,14(2):228.
- [2]余梅梅.电力市场营销服务创新策略研究[J].企业改革与管理,2020(23):87-88.
- [3]杨泽材,马嘉慧.分析基于电力市场改革的电力营销管理[J].科技经济市场,2022(9):98-100.
- [4]苏欣.电力市场条件下供电企业电力营销管理办法[J].工程建设与设计,2021(21):222-224.
- [5]任贺宇,何潇蓉.新能源发展下电力营销市场开拓的有效策略[J].太阳能学报,2022,43(10):544.
- [6]戚家伟,刘婧一,王坤,等.新时代服务理念在提高电力营销服务管理水平中的应用[J].质量与市场,2022(19):196-198.
- [7]孙叶佳.电网企业电力营销业务风险处理应用基础研究[J].科技资讯,2022,20(16):145-148.
- [8]丁筱筠.浅谈新型电力系统背景下的电力营销管理[J].电子元器件与信息技术,2022,6(1):104-105.