

电力营销管理中精细化管理的应用

高树兴

(国网呼伦贝尔供电公司 内蒙古 呼伦贝尔 022350)

[摘要] 随着社会的发展,我国的电力工程的发展也越来越迅速。电力营销企业,虽然拥有独特的性质和特征,但是其仍然难以摆脱市场的发展规律。一个企业要想取得可持续发展,就必须紧跟时代发展的步伐,要积极在激烈的市场竞争氛围中寻找到的位置,并且想尽一切办法稳固自己的市场地位。目前,在电力企业的营销工作当中,精细化管理已经成为了企业为之努力的方向,其更是电力企业提升自身管理水平的一个重要方式。以下是笔者结合自己多年的相关工作经验,就此议题提出的几点看法和建议。

[关键词] 电力营销管理;精细化管理的;应用

引言

精细化管理是一种规范化、量化的现代管理理念,这一理念越来越地被运用到现代企业的管理中。可以说,精细化管理是企业采购的必经之路。因为精细化管理对从购买物料到成品入库的全生产过程,以及产品出售等完整的环节都进行精细化控制,能够最大程度上节约资源、节约时间和成本,并且因其集约化的控制,产品以及服务的质量得到很好的保障。最终呈现的是“物美价优”的结果,企业的效益得到极大的提高。同理,精细化管理在电力营销中的应用也会为电力企业提高经济效益,保证企业的更好更快地发展。

1 在电力营销工作中渗透精细化管理的价值作用分析

1.1 提高电力营销工作的执行力

何为精细化管理,从通俗易懂的角度来解释,其就是将一个比较长远或者比较大的管理目标按照一定的顺序或者需求分解为多个小的目标或者细节性的任务。将供电企业发展的总体目标按照具体的层次进行细分,将各个层次的目标分配给不同的部门和员工,而各个部门只要在自己的工作中,完成属于自己的任务就可以向主管部门交出一份满意的答卷,这样每一个部门都会尽职尽责地完成好自己的工作。因此,精细化管理的一个重要作用就在于其能够全面有效地提高电力企业的管理水平,也能够一定程度上提高团队的向心力与协调性,将团队中每一个员工的价值都发挥到最大化。

1.2 促进电力企业的可持续发展

纵观我国当前各大电力企业发展的实际情况,不难发现我国电力企业的员工数量还是非常多的,并不存在缺岗或者缺工的问题。但是,数量多并不代表质量一定高。相反,现阶段各大电力企业中员工的整体素质水平以及综合能力都有待进一步提升,这就使得企业在实际经营和运作过程中经常会因为此问题而影响到工作效率,也会因此而招致很多的问题。尤其是在生产过程中,很多人员在思想意识和管理观念上还是存在着明显的不足,安全意识薄弱,思想观念落后。基于此情况,电力企业在实际工作中一定要将精细化的管理手段和管理方式落到实处,要竭尽全力加大员工的培养与引导力度,促进企业的可持续发展。

2 电力营销管理中的主要问题

2.1 营销部门缺乏

由于市场营销观念的淡薄,政企分开后的电力企业缺少专业的电力营销部分。营销是一个企业生存的核心,只有重视产品营销,创新营销策略,企业才能更好地生存下去。电力企业营销部门的缺失或不完善,严重阻碍了企业融入市场后的进一步发展。而营销部门的缺失,也会使得企业内部其他职能部门的分工产生问题。部门之间分工不明确,责任得不到落实,缺乏相互制约,企业的活力不足,员工的积极性不高,影响整个系统的工作效率,最终会影响企业效益。不进行积极的市场营销,企业很难在日益开放的市场中增强自己的竞争力。

2.2 电力供应质量较低

商品的质量是企业长远发展的根本保证。政企分开后,电力已经成为一种商品参与到市场竞争中。在“卖方市场”局面逐渐被打破的情况下,企业只有为消费者提供更高质量的商品和更优质的服务,才能占据市场份额,赢得生存。电力设施上没有对电网等进行更新换代,老旧的电缆阻碍着电力输送,电网建设没有满足电量需求,都表现出供电质量低的现象。并且由于电力部门市场营销观念薄弱,缺乏对市场的分析,不能很好的了解用户的

用电需求,如在用电高峰的限电以及突发意外等。此外用户用电缺少反馈,不能对用电问题进行及时的解决。电力供应质量低会导致市场份额的流失,不利于企业健康发展。

3 精细化管理在电力营销管理中的具体应用

3.1 提高企业自身的服务质量,利于树立良好的企业形象

随着我国经济的发展,各个行业也开始了蓬勃发展的趋势。尤其是电力企业这种特殊性质的企业更是竞争力非常的大,如果一个企业想在这样的困境中脱颖而出成为企业的佼佼者的话,就要赢得消费者的支持和信赖。因此,这样的问题就摆在了每个电力企业的面前,到底怎样提高自己企业的竞争力从而赢得市场份额呢?除了要建立严格的标准制度以外,笔者认为很重要的一点就是还要提高服务质量,树立良好的企业形象。一个企业想摆出自己的诚意和态度来,给消费者看得很重要的一点就是提高自己的质量,让消费者感受到,然后才能扩大市场赢得先机。得到消费者的信任,树立了良好的企业形象,这样就有利于电力营销中精细化管理的管理。

3.2 完善管理标准体系

建立完善的管理标准体系是精细化管理实施的基础前提,因此要做好精细化管理必须要强化体系建设。电力企业应该根据员工的具体岗位和工作任务,制定科学的管理标准,同时要明确考核标准,并严格执行,以此来为精细化管理的实施奠定良好的基础,使其有章可循。对员工进行详细严格的考核,能够有效强化精细化管理实施,促进电力企业的发展。长久的实践证明了电力营销的业绩对企业的发展有重要的影响,所以加强电力企业营销精细化管理的落实,有利于电力企业的发展,能够有效地提高企业的整体的效益,促进电力企业实现最终的战略目标。

3.3 建立精细化的电力营销业务流程

电力营销工作的工作效率直接受电力销售业务流程精细化的影响,可促进电力营销工作质量与服务态度的显著提升。精细化电力营销业务流程需立足于用电客户的需求,并结合电力监管部分的意见要求,建立与电力企业实际情况相符的细致化工作流程。流程的优化可对业务管理起到更好地驱动作用,实现电力营销良好管理循环,有效保障各环节的细致化管理运行。建立统筹协调运作机制,整和用电客户服务功能和程序,提炼总结流程重的复杂核心业务,明确各业务工作职责,按照具体问题做出精准定位,严格管理规定业务流程环节。按照电力企业业务进度目标精确业务环节对工作时间的逻辑关系,以先进的企业管理指标为目标,缩短业务流程运行周期。

结语

我国社会经济的不断发展,对于企业的要求也就越高,电力企业想在这激烈的竞争中赢得胜利,就要实行精细化管理。精细化管理是电力营销发展的很重要的一个环节和推动力。精细化管理对于电力营销是必须要发展的趋势和必然要采取的一个方法。因此对于政府和电力企业都是一个很重要的课题,政府和企业领导人应该顺应这种趋势,对制度结构要进行不断地革新跟上时代的潮流,这样才能促进电力企业的可持续发展的健康科学的发展。

参考文献

[1]魏徽宁,杨济源.电力营销管理中精细化管理的应用[J].集成电路应用,2018,35(5):81-83.

[2]耿冲.电力营销管理中存在的问题及对策[J].科技创新导报,2017,14(31):175-176.