

新能源发展下电力营销市场开拓的有效策略

韩旭

国网河南省电力公司汝南县供电公司 463300

[摘要]随着电能使用量的不断增加,电力事业发展也迎来新的挑战,而在这样的形势下新能源技术应运而生,有效利用率自然资源。国家相关部门提出了生态文明建设理念,并积极鼓励可再生能源相关产业的大力发展,使光伏发电产业得到迅速发展。中国传统电力企业因此受到冲击。同时其自身存在的许多弊端与不足也阻碍了现阶段电力市场的营销与开拓。如今,光伏发电产业已成为当前电力企业发展的必然趋势。随着光伏发电设备在电力企业发展过程中的不断改进,光伏电站的建设成本逐渐降低,并且随着国家平价政策的推行,光伏发电产业将越来越普及。为此,现阶段下的电力企业营销市场开拓任务刻不容缓。

[关键词]电力市场;发电企业;电力营销;市场开拓

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2020.03.189

引言

随着电力体制改革的不断深化,我国工商业用户正有序进入电力市场。发电企业员工因受到计划电量时代的发电模式影响,对市场化的意识相对薄弱,在与电力用户本无直接联系的客观情况下,用户资源匮乏;营销人员也大多来自电力生产一线,营销经验性相对较弱。面对电力市场激烈的市场竞争,发电企业如何发现、分析、选择和利用市场机会,利用自身的核心竞争力资源,是发电企业适应竞争、稳定收益、适应改革、获得长期发展的保证。

1 电力营销概述

目前我国电力企业营销模式的调整,都围绕用户的最终需求为中心开展。根据企业自身的生产经营活动目标,完成服务模式和产品功能的调整,是目前电力企业发展的重要方向。电力行业的市场营销模式是在提升企业和用户之间的关联密切度,进一步平衡市场供求关系的同时,实现企业经营创收最大化。面对纷杂的市场环境,满足人们对电能不断增加的服务需求,有针对性地调整市场经营模式,加速推进自身发展目标的实现。电力企业营销的目的是维持市场供求关系的平衡,合理分配内部资源,为客户提供高品质的用电服务。

2 研究背景

电力市场改革对电力营销管理的影响。电力企业在经营和发展的过程中,使电力营销市场角色逐渐转变,并且朝着卖方市场持续迈进。从本质方面予以分析,可以看出传统垄断形式的电力市场逐渐转型,并呈现出了自由竞争的发展态势,体现出我国社会经济结构的转型发展优势。然而,结合电力企业的自身发展情况予以分析,可以看出在电力市场改革的过程中,对营销管理活动的开展,带来了较大的影响。例如:随着环境保护政策的不断推行,其营销方向逐渐转移至新能源和可再生资源等方面,且该类能源的营销力度随之加大。在售电侧放开过程中,随着电力体制的改革,在相关业务产生变化的情况下,使电力企业所占有的市场份额随之减少。为了加强对电力营销的有效管理,需要在引进互联网技术的过程中,在打造电力营销服务机制时,将市场竞争作

为中心要点。通过摒弃单一化的服务形式,以提高服务水平为主要目的,改善电力营销策略,为电力企业带来良好的经济效益。

3 存在的问题

3.1 电力营销服务理念相对落后

与其他网省公司相比,一些地方电力企业在发展中对电力营销的重要性没有准确的认识,认为电力营销不是关键核心业务,做的好不好并不重要。但实际上,电力企业所有的生产经营活动都是建立在市场经济发展中的,只有顺应市场经济发展的规律,找准客户的需求点,才能给顾客提供更多高质量的产品和服务。

3.2 不健全的营销管理制度

就电力企业而言,缺乏科学、合理、创新的营销管理制度是普遍现象,很多企业的内部管理出现一定程度的混乱,在设计和制定电力营销制度时,缺少前瞻性,不能准确、有效地辨别社会发展的形势和变化。部分电力企业的营销人员不受管理层重视和关注,导致营销工作出现重叠、交叉的现象,甚至会出现部分工作缺失的严重问题。在进行电力营销的过程中,一旦出现实际性的问题,电力企业会因为不完善的问责机制,难以快速、精准地找到相应的责任人。电力企业管理人员较差的综合服务意识,将直接影响电力营销的综合水平,无法保证营销质量。

4 新能源发展下电力营销市场开拓的有效策略

4.1 提升核心电力技术水平

结合书中所述和生活实际分析,中国现阶段电力企业的技术还不够完善。电力企业应将电力技术作为首要关注对象、学习借鉴国内外的先进技术,加大对电力技术的开发与运用,在保障电网稳步运行的同时,促进电力市场营销水平的提高。以光伏发电产业的发展为例,自20世纪80年代开始,美国、德国等发达国家制定了长期的发展计划,这极大地促进了光伏发电产业的发展。

4.2 积极搭建全过程安全监督管理机制,保证电力企业合理运营

积极搭建全过程安全监督管理机制,是提升电力企业安

全控制水平、避免安全风险问题发生的重要手段。基于此，电力企业应树立明确安全监督管理标准与工作条例，要求部门人员必须遵循相应制度与规范实施监督管理工作，保证该部门能够严格跟踪和落实监督管理工作，从而有效降低风险发生频率。第一，可组建专门的安全监督管理部门，指派专人专员负责电力营销全过程的跟踪和监控，通过合理追踪与管控，提升电力营销管理水平。第二，可积极利用大数据分析处理技术，深入市场调查当前行业发展规律、发展动向、市场用电需求、供电价格以及用户需求变化等具体情况，结合调查结果及时调整电力营销方案，保证电力营销工作高质量开展。第三，可通过收集各种报告，查询和统计实际数据来评估营销服务质量与客户满意度，便于及时了解电力营销工作情况，实现对电力营销全过程的监控。第四，可建立科学的奖惩制度，对于出现重大失误及影响电力营销工作的员工，给予严厉处罚和警告，以提高工作人员对此方面的重视，加大电力营销监督管理力度。

4.3 创新电力营销管理模式。在电力市场不断改

革的过程中，对电力企业提出了全新发展要求，为了对传统电力营销管理模式予以完善，需要坚持创新性的发展原则，确保新型的电力营销管理模式，能够与电力市场的改革要求之间保持一致。对于供电企业来说，需要在发掘改造契机的基础上，充分利用该类契机，在营销管理工作的实施过程中，提出有效措施，对管理问题予以妥善解决，确保新型营销管理模式，能够符合电力企业的用电要求。在开展营销管理工作的过程中，还应引起电力企业经营者和管理者的高度重视，发挥出管理层和领导部门的引导作用。基于意识、观念等方面的创新，为基层部门人员提供明确引导，确保人员精神面貌得以改善。以全员共同参与的形式，使企业内部人员都能够具备创新意识，在电力营销管理模式创新阶段，投入大量的时间与精力，助力电力企业的全面发展。

4.4 继续深挖管理线损潜力

一是修订线损考核办法，对各乡镇供电所线损实绩、降幅及高于目标指数的台区数实行日排名、日通报，结合考虑三项排名情况进行月度考核；二是深化计量专项稽查，加强计量装置现场运行管理，从源头上堵漏增效；三是加强抄表质量管理，提高实抄率和正确率，坚决杜绝错抄、漏抄和不抄表现象，严格抄表周期、抄表时间，不得随意变动；四是强化自动化抄表工作的后续应用分析，提高用电信息数据分析能力，解决客户端的异常用电情况；五是强化营销稽查，进一步提高营销规范化程度，加大反窃电力度。

4.5 重基础宣传，拓展互联网服务渠道

可引进智能技术，为用户提供远程服务，建立智慧电能营业系统。创新服务模式，同时加强对其增值服务的宣传，进一步满足用户的服务需求，主推线下营业服务。打破原有模式的束缚，加强与外界的互动。充分发挥多媒体平台的优势，及时发布相关信息，加大服务宣传力度。根据不用

用户的需求，科学运用远程和线下实体服务机制，根据其不同的性能特点，为用户提供更高效的服务。加强各部门之间员工的联系，特别是大客户服务人员与实体营业机构的工作人员，企业要为他们创造更多的交流机会，引导客户的关注点转向网络服务。实体店模式的转型，在线下营业服务人员的协助下，教会客户使用网络终端设备，提高业务办理的效率。同时，工作人员定期对远程服务进行评估，总结工作中的经验教训，及时改正错误。严厉制止营业厅工作人员冒充客户操作订单的行为，维护用户的合法权益，避免出现被远程操控等现象。借助网络终端服务设备来提升用户的体验，加深对电网运营模式的了解，丰富网络通信服务模式，根据当地居民的需求来健全和完善电子服务平台。除此之外，还要深入挖掘电子服务模式的功能，为用户提供更多新型体验。电企要紧跟时代发展形势，加速推进电网服务平台的升级和转型。

4.6 探索特有的增值服务和综合能源服务

从发电企业营销现状出发，综合考虑地区竞争强度和用户需求，培养营销相关人才，梳理发电企业自身拥有的可为用户提供增值服务的资源，如部分发电企业的检修团队可以为用户提供高压设备的定期检查与维护，运营团队可以为大型用电用户用电设备的运维，培训团队可以为用户提供电力市场相关知识的培训，安健环、设备管理等岗位人员可以为用户提供节能咨询、环保咨询、安全咨询等。挖掘自身资源中其他发电企业没有的、难以模仿的核心价值，拓展特有的增值服务和综合能源服务，利于用户的开发和合作关系的持续，优质、方便服务同时提高公司的信誉，增强了在电力市场的竞争力。

结语

在电力市场改革背景的影响下，使电力企业逐渐朝着完善化的发展方向转型，突出了电力营销管理工作的重要性。为了解决电力营销管理工作的不足，应站在全面化的角度，对相关营销情况予以分析。采用科学、合理的管理方式，促进管理策略全面升级，为电力企业营销管理水平的提升奠定基础。由于受到电力市场改革背景的影响，需要对电力营销管理工作的开展予以高度重视，确保营销策略的完善性，为电力企业带来良好的经济效益，帮助其实现持续化发展目标。

参考文献

- [1] 李慧羿. 基于电力市场改革的电力营销管理浅析[J]. 现代经济信息, 2015(24): 328.
- [2] 张永禄. 解析供电企业电力营销优质服务提升策略[J]. 科技风, 2019(29): 173.
- [3] 陈曦, 顾然. 论提高电力优质服务的措施: 基于电力营销管理及电力客户服务研究[J]. 中外企业家, 2019(28): 117.