

探讨电力市场开拓及营销管理方案

苏文军 詹博达

国网浙江省电力有限公司乐清市供电公司, 乐清市电力实业有限公司

[摘要]目前我国电力市场发展完好, 电力营销模式也在逐渐向着规范化和有序化方向发展, 但是电力营销方案已然无法满足新时代背景下电力市场的开拓需求, 亟待进行创新优化。基于此, 电力企业需要结合电力市场的发展动态对电力营销管理方案进行适当的调整与优化, 促使电力企业优质发展。本文对电力市场开拓及营销管理策略进行了研究, 希望能够对扩大电力市场的发展、提高电力营销的管理效率有参考意义。

[关键词] 电力市场; 市场开拓; 经济发展; 营销管理方案; 优化

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.10.1826

时代更迭速度较快, 电力企业若想在经济市场中始终占据不败之地则需要适应时代发展变化, 突破传统体制和营销方案的桎梏, 积极开拓电力市场, 并站在宏观角度看待电力企业的未来发展, 制定完善的、科学的营销管理方案^[1]。电力企业只有始终坚持创新电力营销方案和方法才能不断提升营销效果, 提升自身的经济效益, 从而在经济市场中占据更多的市场份额。

一、电力营销

(一) 电力营销的概念

在发电企业中, 电力营销对于企业的运行发挥着非常重要的作用, 电力营销的管理水平会与企业的经济效益直接挂钩, 所以在很多发电企业中电力营销是非常重要的一个工作, 在将电力营销工作进行落实的时候, 由于其属于服务类的工作, 所以在进行营销和推广时, 营销人员可以借助计算机网络等手段对方案进行推广, 这样不仅可以对销售的过程进行掌控, 同时也可以营销的过程中, 根据实际情况对方案进行随时调整, 从而可以制定出更加科学合理的营销方案。

(二) 电力营销的原则

在电力营销的过程中, 营销人员主要要遵循四个原则。第一, 工作的界限和范围。因为电力营销会有一些的工作范围, 所以营销人员进行营销的过程中, 可以根据企业的工作范围, 从而确定营销活动的范围, 这样在一个明确的分工中, 才可以确保营销活动的高效运行, 同时也可以降低权力交叉的现象, 当将责任落实到每个人的身上时, 也可以提高营销的效率, 在大家的共同努力下, 使得电力营销活动达到预期目标。第二, 要注意营销方案的完整性, 在进行营销活动之前, 营销人员要根据市场反馈的数据进行方案的设计, 这样不仅可以原数据与现数据进行对比, 从而根据其作出具体的分析, 提出有效的营销方案, 同时也可以将这些数据进行归档保存, 从而确保信息的完整性。第三, 营销方案要具有共享性, 当对数据进行分析整理, 从而确定好营销方案后, 要及时与其他人员进行分享, 这样当所有人员对方案都有一个清晰的了解后, 才可以明确在营销方案中, 主要分为哪几个环节, 自己要负责哪一环节, 这样在实际工作中

便可以更好地将工作做到实处, 从而在满足客户需求以及市场电力需求, 同时提高电力营销的管理水平, 使企业收获更多的经济效益。

二、目前我国电力市场开拓及营销现状分析

其一, 经济发展趋势问题。随着我国一次性能源的紧缺, 我国社会各行各业对电能的需求急剧增长, 因此我国各地区政府以及社会组织对电能的投促成本也与日俱增, 在此过程中电力企业得到了飞速的发展^[2]。但是由于传统计划经济体制影响, 我国电力行业在开拓市场的过程中常常受到诸多阻碍, 致使多数电力企业的营销意识固守成规, 影响电力企业在新时代的发展速度。因此只有创新市场营销方案, 才能助力电力行业扩大市场份额。其二, 用电管理缺少规范性^[3]。目前, 我国大部分地区仍会上演漏电、偷电以及破坏电力基础设施等不良现象, 不仅会影响用电客户的日常生活还会对电力企业的正常发展带来极为不利的的影响。其三, 电网改造问题。通过大量的调查研究可以得知, 目前我国部分地区存在电力设备老化、陈旧等不良问题, 举例来说, 变压器电能损耗大, 不仅影响电力输出质量, 也与目前我国提倡的可持续发展政策相悖, 这对于电力企业的经济发展是极为不利的。其四, 电力营销意识低。在很多企业中, 管理者都会采用全面控制的管理方式进行企业的经营, 但是由于管理者没有对电力营销引起高度的重视, 因此在经营企业的过程中总是采用保守的经营策略, 久而久之, 就会是企业与社会的发展差距越来越大, 尤其现在是一个信息化的时代, 人们在生活中可以接触到很多方面的能源, 所以对于电力行业的发展就会造成很大的冲击, 由于企业的经营模式落后, 思想观念不足, 所以采用以产定销的方式, 这样不仅容易使电力产业的销售量和价格方面出现波动, 同时也会阻碍发电企业的发展, 从而降低企业的经济。

三、电力市场开拓及营销管理方案

(一) 树立绿色发展理念

由于传统能源消耗巨大且会对自然生态环境造成较大的破坏, 因此全球国家都在积极发展新型能源, 环保、绿色发展已然成为目前各国最为关注的问题^[4]。电力企业是新型的清洁能源, 可以从风能、潮汐能以及太阳能中进行转化, 对

自然生态环境不会产生破坏效用。因此，电力企业在积极开拓市场的过程中也应当树立绿色发展理念，站在保护自然生态环境的角度看待问题，制定完善的电力营销管理方案，如此才能在社会大众心中形成良好的品牌形象，加强社会认知度。也就是说，电力企业应当积极加强与本地政府部门以及生产厂商之间的沟通与协作，采用和推广节能效果更好的电气设备，并加大环保宣传，引导用电客户在潜移默化中形成良好的用电习惯。同时，电能的大力推广能够逐渐取代包括煤炭在内的能源占比，更有利于电力企业开拓市场。

（二）大力开展技术创新

各行各业的发展均离不开技术创新，因此电力企业若想开拓市场领域，创新营销管理方案需得加强在技术创新方面的重视程度，增加科技研发资金投入，结合市场发展要求不断更新科技，占据领先地位^[5]。如此，电力企业才能立足于其他企业之上，占据更多的市场份额。另外，电力企业还要加强技术创新与产品生产的联系，为社会群众生产更多高效节能的电气产品。最为重要的是，电力企业技术研发人员应当积极学习国外发达国家的先进技术，不断进行技术交流和讨论，在不断的实验和研发中创新技术，促进电力行业更好更快地发展。除此之外，电力企业还要加强与政府联系，充分利用本地政府下发的政策便利条件，在市场范围内建设电力网络以及相关配套设施，加强市场覆盖率。

（三）树立电力营销观念

电力企业电力营销观念若是一成不变势必会影响电力企业在市场的生存状态，因此，作为电力企业管理人员应当具备全局意识，树立全新的营销观念。首先，加强对现代科学技术的重视程度，将科技创新与产品研发进行有效结合，积极研发新能源技术，普及新能源发电，不断扩展市场占有率。其次，突破固有的管理理念和管理模式，采取更适应新时代经济市场发展要求的全新理念，因此，电力企业可以在企业内定期具备培训会议，引导工作人员积极转变观念，在企业内形成创新氛围，不断提升电力企业的服务意识和服务质量，打造高素质的电力营销团队。

（四）促进电力企业积极地开拓市场

电力企业若想单打独斗占据电力市场任务艰巨，开拓效果也会不尽人意。因此，可以与其他电力企业进行强强联合，变竞争为合作关系，共同携手打造电力市场，并积极学习其他电力企业的营销管理方法，促使本企业营销管理观念的创新发展，不断提升电力企业的竞争能力。只有对营销管理进行不断地创新优化，提升自身的企业实力以及供电能力，才能降低生产成本，促使电力企业优质发展。基于此，电力企业若想积极开拓市场，应当凭借自身高素质的营销服务质量和供电实力，并加强供电成本的控制力度，不断提升电力企业的业务发展能力，实现经济创收。

（五）提升营销管理服务质量

产品是王道的发展理念已然无法适应新时代背景下的发展需求，提升服务质量已是必然趋势。电力企业背景雄厚，因此对经济市场的发展变化动态以及用电客户的需求并不十分关注，因此其服务质量始终无法与私企媲美。尤为明显的便是电力企业的服务理念以及服务模式相对较为传统和保守，无法针对用电客户的实际需求进行具有针对性的服务活动。针对此种情况，电力企业若想开拓市场占据比例，首要的便是开展服务创新，立足于用电客户需求，尽可能提升高质量的服务活动，满足用电客户多样化的服务需求，促使电力企业不断发展创新。

（六）发展多样化的营销方式

经济全球化发展背景下经济市场的竞争激烈程度与日俱增，因此电力企业即使为国有企业也应当具备忧患意识，对自身的营销管理模式进行有效的创新和优化，采取多样化的营销方式，满足客户多元化的用电需求，不断提升电力企业的形象地位，为开拓市场奠定坚实的基础。与此同时，电力企业还应当积极引入先进的信息技术，促使电力企业产品逐渐向着规范化和智能化方向发展。另外，电力企业还可以在内部构建完善的奖惩机制，将工作人员的营销业绩以及营销服务与本月的奖金挂钩，激发工作人员的工作热情，实现多样化的营销方式。

结语

综上所述，电力企业若想实现市场开拓以及营销管理目标需要紧紧跟随时代发展步伐，结合市场需求积极对自身的营销理念以及服务质量等进行全面的创新和发展，促使营销管理工作质量实现质的飞跃，占据更有利的市场发展地位。因此，作为电力企业应当明确目前我国电力市场开拓及营销现状，并积极采取发展多样化的营销方式、提升营销管理服务质量、大力开展技术创新以及树立绿色发展理念等方式，占据更多的市场份额，促使电力企业优质发展。

参考文献

- [1]林瞳. 电力市场营销及电力优质服务在营销中的作用[J]. 中国市场, 2021(02): 138-139.
- [2]刘晓文. 电力市场改革背景下的电力营销管理策略分析[J]. 冶金管理, 2020(21): 111-112.
- [3]宋婧仪. 负荷管理系统在电力市场营销中的重要作用[J]. 大众用电, 2020, 35(09): 13-14.
- [4]葛维. 新能源发展背景下电力市场开拓过程中电力营销问题分析[J]. 中外企业家, 2020(07): 248.
- [5]宋婧仪. 负荷管理系统在电力市场营销中的重要作用[J]. 中国电力企业管理, 2020(07): 73-75.

作者简介:

通讯作者: 苏文军(1987.06—), 男, 汉, 湖北仙桃, 本科, 中级工程师, 研究方向: 输电线路工程。