

# 精细化管理在电力营销管理中的应用

曾文慧 杜长欣

国网天津静海供电有限公司

**摘要：**我国经济社会发展速度越来越快，且进入关键转型时期，行业内部分工越来越细致，这影响了企业的内部管理模式。精细化管理模式可以提高电力营销管理工作效率，维护企业安全稳定，更符合当下经济发展趋势。本文先对精细化管理、电力营销管理等相关概念进行简要分析，然后结合精细化管理在电力营销管理中的应用价值，尝试探讨应用策略。希望借助本文的探索研究，对电力营销管理工作和供电行业发展产生一定积极影响，促使电力企业和工作人员为用户提供优质电能服务，帮助企业实现社会效益和经济效益的双赢。

**关键词：**精细化管理；电力营销管理；应用

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2023.12.084

## 引言

电力体制改革走实走深，供电企业市场化步伐逐渐加快。供电企业工作体系中，电力营销工作是一项核心业务。单纯增加生产要素的传统管理模式，已不能适应现代社会的发展趋势，不能满足供电企业的发展需要。精细化管理则成为业界共识，在电力营销管理工作中得到了广泛应用。企业选择构建精细化管理模式，加强过程管理和基础管理工作，以提高营销工作实效，强化企业市场竞争力。企业和工作人员也要加强精细化管理研究，并结合实践经验不断健全精细化管理措施，优化内部管理机制，提供更加优质的供用电营销服务。

### 一、精细化管理

#### （一）概念解析

精细化管理是一种管理理念，与粗放式管理相对。粗放式管理主要依靠生产要素叠加，而精细化管理则侧重于提高生产要素的利用效率。精细化管理主要指的是通过标准化、程序化管理方法，有效协调各个部门工作，提高整个工作系统的效率，维持内部管理环境的和谐稳定。管理过程中需要建立详细化、系统化的管理规则，应用程序化、数据化的管理工具，将企业各个环节、内容详细拆解出来，并进行量化管理。

精细化管理中的“精”主要指的是管理要有针对性和高效性，有的放矢，突出重点，抓住管理工作中的主体部分。精细化管理中的“细”指的是细化工作标准流程，对工作人员进行考察时也要进行针对性的量化监督，使工作人员的工作内容更加细致、高效。

精细化管理的核心管理理念是工作职责落实到位，为此要结合刚性制度和柔性管理理念，前者将具体工作安排给具体团队、个人，后者则强化工作人员的责任意识，进一步提高精细化管理效率。企业工作职责落实到位，则可以进一步促进企业前期工作安排，营造更加和谐的企业发展环境，提高企业经济效益和社会效益，形成具备良性循环特点的企业管理体系。

#### （二）注意事项

科学合理的应用精细化理念开展管理工作，可以提高企业管理效率，帮助企业营造良好的管理环境，但是在应用这一管理理念时，需要注意以下两点。第一，企业需要根据核心发展目标，制定与实际发展状况相匹配的精细化管理制度，并根据市场发展态势和企业内部工作环境，不断更新、完善这一管理制度。制定精细化管理制度是需要以提升企业经济效益为核心目标，将企业发展目标和管理目标结合起来。制度的制定和改良过程要注意循序渐进，不可一刀切，避免管理机制突变所导致的工作混乱问题和员工适应问题。第二，企业在执行精细化管理理念时，必须将其落实到位。一方面，企业可能面临着激烈的市场竞争环境，另一方面，内部管理模式随时出现变化，这都给精细化管理理念的贯彻落实提供了障碍和问题。但是，企业需要从长远发展角度出发，完成管理任务和制度变革任务，使精细化管理制度充分发挥作用，如果这一理念不能落实到各个部门和具体个人，可能形成不够公平、公开的工作环境，影响精细化管理制度的实际效用。

### 二、电力营销管理

#### （一）电力营销管理

电力营销指的是供电企业单位根据用户用电需求为其提供电力产品的服务，电力营销管理则是对电力营销相关内容的管理工作。我国施行改革开放制度，建立了市场经济体系，并与国际市场接轨，之后进入了经济转型升级期，企业管理工作也要进行过渡，转向集约型、精细化管理模式。我国的电力市场不仅是市场经济的重要组成部分，还是全世界规模最大的电力市场。在电力行业持续发展升级过程中，企业的管理模式也要进行一定创新优化，营销管理是电力企业管理模式的重要组成部分。市场营销定位使得电力企业营销市场转变为买方市场。从某种层面上来说，企业其他生产经营方式都需要服务于电力营销机制。精细化管理则是电力企业营销管理的必然举措。

#### （二）精细化电力营销管理

将精细化管理理念和电力企业的市场营销服务工作结合起来,出现了精细化电力营销管理模式,对电力企业的营销工作产生了重要影响,有利于电力企业的长期发展。精细化电力营销服务管理模式具体指的是依托大数据、人工智能、物联网等技术工具,对用户需求和用电行为进行细致化分析,为其提供个性化产品与服务的新营销管理模式。这种管理模式旨在提高用户对产品服务的满意度,促使用户复购,符合电力企业作为服务型企业的常规特征,是电力企业市场营销工作未来的重要发展方向。

从数据角度来看,供电企业需要获取用户所处区域位置、用电时间、用电习惯、用电量、用电设备等信息,然后建立分析模型,对数据进行细致拆解,挖掘用户的实际需求,以此打造服务模式。从服务角度来看,精细化电力营销服务管理是贴合用户实际需求和行为习惯的,服务目的是提供针对性较强的用电建议和产品信息,为用户拟定更加合理、科学的用电计划,提高用户的用电满意度。从营销角度来看,精细化电力营销服务可以有利于企业对电力营销服务工作进行有效处理,帮助企业推广各项服务内容,提升自身服务水平。

### 三、精细化管理在电力营销管理中的应用价值

#### (一) 实现企业发展目标

结合精细化管理理念,落实电力营销管理模式,可以帮助企业实现自身发展目标。在实际工作环境中,电力企业形成了长远发展目标和具体发展方向。结合精细化管理理念,落实细节管理和过程管理,则可以将企业实际发展状况、管理目标和发展目标有效结合起来,分配好不同阶段、不同部门乃至不同个人的工作职责,将发展目标落到实处。

#### (二) 提高员工执行能力

在电力营销管理工作中,应用精细化管理理念,有利于提高员工工作执行能力。企业长期发展不仅依靠长远目标和规范化的管理方向,还应当结合内部工作机制做出规范化的管理要求,提高工作人员的工作执行能力。以此落实各项工作,实现发展目标,进行行之有效的营销管理。推行精细化管理模式,则可以帮助企业不断细化管理要求,完善管理模式,工作人员依托精细化管理模式,明确个人职责所在,有效完成工作内容,与其他工作人员协调配合。同时,职责明确也能够促进企业内部的分工合作,在一定程度上提高企业员工凝聚力。

#### (三) 提高企业服务能力

精细化管理理念应用在电力营销管理领域,典型优势之一是提高电力企业的服务能力。电力企业不仅可以依据以往实践经验为用户提供常规化的电力服务,还可以对用户进行数据分析,定制服务内容,对营销步骤

进行精细化处理。这使得用户对于电力企业的满意度和电力产品服务的复购率不断提升,帮助供电企业获得忠诚用户,减少部分电力营销风险,促进电力企业长期发展。同时,在企业内部贯彻落实经济化管理理念,也可以改变工作人员的工作理念,提高他们的精细化服务意识,进而提高团队建设水平和企业的综合服务能力。

#### (四) 提高企业经济效益

企业的核心发展目标是提升经济效益,在发展经济效益的同时兼顾社会效益。为此,企业需要减少资源浪费,提高工作效率。推行精细化管理制度,则可以将精细化管理的核心指导思想及分工管理落实到位,做到企业人尽其才,物尽其用,责任到位。这可以节约企业管理过程中应用的各种人力物力资源,保证员工工作效率最大化,促进企业创收,还能减少工作失误给企业可能带来的经济损失。企业节约成本,减少损失,提高效率,实现可持续发展。

### 四、精细化管理在电力营销管理中的应用策略

#### (一) 革新电力营销管理理念

在电力企业营销管理工作中落实精细化管理制度,首先要革新企业管理理念。第一,企业需要形成忧患意识。企业需认识到在市场经济发展背景下,电力营销模式和市场已经发生重大转变,必须提高自身服务质量,形成品牌价值,才能够提升自身竞争力,获取更多市场份额。企业不能被动工作,而是根据市场变化趋势积极主动出击,获取更多客户。此外,企业要高度重视市场营销,选择更加直观简洁的营销方式,不断优化市场营销机制。

第二,企业需要树立精细化管理意识。企业需要加强内部分工合作,确保各项工作内容落实到具体部门、个人。所有工作人员都要强化责任意识,积极完成个人工作并配合他人工作,确保用户在消费过程中获得优质的产品 and 最便捷的服务。

第三,企业需要树立新型营销理念。企业紧跟市场经济发展步伐,革新传统的营销模式,建立起以用户为主体的营销机制。企业根据用户需求打造个性化、系统性、针对性服务模式,减少传统营销工作中的部分问题,快速提高工作人员的服务意识。此外,企业还需要注意品牌建设和形象打造,不断提升用户的满意度,增强企业影响力。

#### (二) 完善电力营销服务机制

从本质上来说,电力营销是将企业的服务产品销售给用电客户。在人们经济水平不断提高、生活理念出现一定变化、企业之间市场竞争愈发激烈的背景下,服务成为人们高度关注的内容。用电企业提供的产品必须过硬,服务也要健全合理。一方面,用电企业需要建立统一的电力营销服务标准,以这一标准的全面落实作为基

础服务条件。主管人员和监管人员定期考察工作人员的营销策略，不断提高精细化服务水平。

另一方面，企业还需要根据当下的市场经济要求，整合和优化服务流程，构建精细化电力营销服务管理机制，一般包括以下几个方面。第一，客户细分。供电企业结合客户所处区域、地区、行业、性别、用电总量、用电时间等信息，将用户细分为不同的客户群体，为后续服务提供可靠依据。第二，数据分析。在客户细分的基础上，对用户的各项数据进行深入分析，构建用户画像，确立用户的用电行为、习惯和规律。第三，个性化服务。根据客户群体以及对用户的数据分析结果，思考用户可能需要的用电建议、用电成本分析、用电风险预警、用电产品等服务项目。第四，服务落地。将为用户量身定制的个性化服务落实到位，为用户讲解服务项目的优点，帮助用户获取适合自己的服务项目。第五，服务监测。当用户获取企业服务项目之后，进行后续监测，考察各服务项目服务效果以及服务方案的整体实施情况，并根据后续评估情况来优化服务方案。在考察服务效果时，不仅要考察用户对用电产品的满意度，还要配合对服务人员的分析。第六，客户沟通。在用电客户遇到服务问题时，跟进了解用户的需求，帮助其解决问题并及时反馈，提高用户的满意度。第七，人员培训和激励机制。根据前期服务流程制定相应的绩效考核和薪酬激励制度，提高工作人员积极性和企业服务项目的综合质量。

### （三）合理应用数据管理平台

不管是为用户提供精细化的电力营销服务，还是在企业管理过程中贯彻落实精细化管理理念，都需要收集大量的数据信息并进行数据分析处理。这要求企业构建相应的数据管理平台，并提高这一平台的利用效率。企业充分应用大数据技术、智能传感技术和相关软件设备，构建智慧化营销服务信息系统。企业在系统中导入各项营销管理数据。企业还需要用电客户进行有效沟通，以获取用户的支持配合，将系统与用户对接，实现对用户信息的收集。在日常经营过程中，应用数据系统收集和处理数据信息，借助信息系统获取用户反馈情况，评估营销服务的满意度和实效性。此外，还要将企业管理工作 and 数据平台应用结合起来，结合数据平台考察员工的工作效果，为绩效考核工作和薪酬激励工作提供支持。为了提高数据管理平台的应用效果，企业不仅需要引进先进技术设备，还要设置信息素养较强的工作人员。

需要强调的是，企业管理者和工作人员需要将数据平台的分析结果作为开展工作的重要依据，但不要将其作为唯一依托，还要认识到数据技术的两面性。必须结合企业的实际工作情况以及电力行业的整体发展趋势来

落实各项工作，贯彻精细化管理理念。

### （四）提升工作人员综合素质

精细化管理工作和电力营销服务对工作人员的要求较高，工作人员必须具备一定的专业水平和与时俱进的服务意识，要确保企业各项工作落实到企业，为用户提供优质服务。从提高用户黏性角度出发，工作人员必须提高自己的沟通能力。工作人员需要加强产品服务研究，在与客户沟通过程中更好的满足客户需求。在后续服务监测环节，要及时发现服务问题并反馈给客户，提高客户满意度。工作人员在开展服务工作时，需要秉持可持续发展理念，这里的可持续发展是多重含义的。工作人员实现个人能力的可持续发展，不断提高服务水平，为客户提供用电优化建议，帮助其降低用电成本，可以使用户满意度提高。工作人员借此增强用户对企业和用电产品的忠诚度，实现客户的可持续发展，客户的可持续发展则可以带来企业、行业、社会的可持续发展。

除此之外，工作人员还需要树立安全防控意识，提高客户隐私保护能力。在开展精细化电力营销服务过程中，势必要收集用电客户的一些敏感信息，这涉及隐私保护问题。企业需要采取一定的保护措施和制定相关工作标准，工作人员更要强化自身服务意识，充分保护客户隐私安全，只有这样才能获取客户的支持信任。

### 结束语

电力行业对我国市场经济发展以及国民的日常生活产生着重要影响。在电力市场转向买方市场、电力企业市场竞争愈激烈的大背景下，为了谋求长远发展，占据更大市场份额，精细化管理成为电力企业开展管理工作的必然选择。推行精细化管理模式，可以帮助企业更加准确的定位发展方向，提高企业内部管理质量，为企业自身创造更大经济收益。这还可以为用电客户提供高质量服务，提升整个电力行业的社会效益。总之，电力企业和工作人员需要高度重视精细化管理理念，并且结合实际工作需要落实这一管理理念，有目的、有意识地开展营销管理服务，为电力企业乃至整个行业的健康稳定发展做出贡献。

### 参考文献

- [1] 渠爱霞. 电力营销稽查精细化管理的构建对策研究[J]. 电气技术与经济, 2023(7): 241-243.
- [2] 赵永伟. 电力营销配网线损精细化管理探索[J]. 中文科技期刊数据库(文摘版)工程技术, 2022.
- [3] 陈宗义. 供电局电力营销的精细化管理和发展思路[J]. 通讯世界, 2023, 30(7): 58-60.
- [4] 赵富明. 电力营销信息化的配网线损精细化管理研究[J]. 市场调查信息: 综合版, 2022(7).