

# 关于电力市场营销工程问题的探索

尹强

国网四川省电力公司德阳市绵东供电分公司

**[摘要]**在销售市场体系下,拓展电力企业的业务范围,能够更好地扩展电力销售市场,明确电力企业的发展方向,推动其迅速发展,对企业的发展具有十分关键的意义。为了更好地确保电力企业的发展,有关工作人员应保证技术专业,积极推进更为健全的电力营销方法,进一步扩展电力销售市场,更好地促进公司发展。

**[关键词]**电力市场; 电力营销; 问题; 对策

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.2210

## 一、电力营销及电力营销市场

电力营销就是指电力企业运用对应的媒介向客户销售传输电力,以满足客户的用电需求,确保客户安全用电。电力企业是中国主要的新能源公司,在我国长期处在公益性市场垄断地位。服务项目的对象和业务内容基本上固定不动。当发生问题时,顾客通常会上门寻求帮助,这促使电力企业欠缺市场竞争工作压力。很多电力企业对电力营销重视不足,阻拦了电力企业的社会化发展。近些年,在我国电力改革的不断深入,售电和配电企业参加交易市场,逐步完善了“多买多卖”的行业竞争布局。顾客拥有大量的独立挑选,电力企业遭遇的工作压力越来越大。大量的电力企业根据电力来营销自身,以达到顾客的要求,推动公司的发展。发展电力销售市场必须搞好电力营销销售市场的调研工作中,掌握市场定位的特性,细化分为好多个市场定位,做好充分的准备。一般来说,销售市场务必具备一致性和可靠性,那样能够确保工作中中更为有效。平稳就是指电力销售市场在一定阶段内处在比较稳定的情况,电力供货不会受到多种因素的影响,因而电力销售市场不容易发生大的起伏。

## 二、电力营销开拓存在的现状问题

### (一) 市场开拓管理机制还不够完善

电力营销的发展都还有没有一个比较健全的体制。随着当今社会信息科技的持续发展,电力营销融入发展中,进而提高自己的信息化规划水准。因为没有健全高效率的营销管理模式,用电量业务流程阶段多,相对性繁杂,电力企业的工作中难以获得最完全的进行。除此之外,电力企业在扩张营销范畴的同时,也呈现出机制的老旧,这势必造成发展工作上不确定因素的提升。

### (二) 用电企业的法制意识还有待加强

法纪是国家安定团结的主要确保,对公司也是如此。许多用电客户法律意识淡薄,欠缺一定的法律法规常识,造成电力营销存有诸多系统漏洞。窃电走电、拖欠水电费、电力机器设备毁坏等各种各样违纪行为经常发生,会给电力企业导致严重损失,乃至将会造成电力系统软件不能正常的运作,引起安全事故。许多公司没有对于这样的事情制订科学合理的监督管理规章制度,惩罚不及时,一定水平上放任了犯罪分子再度毁坏的可能性。

### (三) 先进技术应用受限

配电设备环节中的很多优秀技术都还没运用到目前的配电过程中,如电力网中的微机保护机器设备不够,电力网中欠缺自动识别和操纵,这种都立即致使配电设备的智能化水平高,人工成本耗费大,很有可能会影响电力企业的可持续性发展。

## 三、开拓化电力营销开拓电力市场的策略

### (一) 在宏观角度上科学树立好营销服务观念

要从源头上提升电力营销发展的品质水准,最重要的是在公司员工的理念中塑造科学的营销服务宗旨。当电力营销工作人员的服务宗旨形成后,会使全部工作的研发品质更高一些。但要留意的是,科学的营销服务宗旨必须融合现阶段社会的具体情况,制订科学有效的营销对策,使全部自主创业工作中中更为科学。另一方面,科学的营销服务宗旨也需要按时科学地为职工传递,进而推动营销服务项目发展的效果和水准。一旦工作人员拥有较强的运行服务项目意识,后面的工作任务就基本

上可以获得确保。

### (二) 构建科学合理的电力营销体制

众多电力企业在进行营销管理方法时,必须确保过程的盈利,那样才可以确保公司的过程管理。但根据实际研究发现,科学健全的营销管理模式可以在较大水平上指导开拓性工作,科学要求营销工作中关键环节,使有关工作人员在进行实际工作时可以依据规范开展有目的性的实际操作,进而提高电力企业营销工作中的品质水准。健全的营销管理模式必须从运行的各个阶段下手,即自主创业前的调研、全过程中的数据统计分析、中后期工作中的意见反馈汇总等。这种都必须作为重点户来考虑到。更何况在制订营销管理方法的历程中,必须融合当时公司的具体情况。这是由于,如果不考虑到公司的真实运作情况,盲目跟风进行营销管理模式中,最后会使创建起来的营销管理模式不能满足公司的实际要求,没法为客人带来高品质的电力服务项目。根据对那些领域的剖析得知,健全的营销服务项目体系管理对工作极其重要,有关电力企业应进一步给予高度重视。

### (三) 适应市场的销售需要,弹性调整

当代新能源技术电力商品的销售市场早已来临,单一的、不切实际的市场定位早已无法达到电力领域存活和社会环境破坏的必须。相继调节电力商品销售的一些中间商,塑造电力领域光辉的时代品牌形象。我国已经高速推动电力深化改革,电力商品将逐步回归分析电力销售市场。相对应的,延展性也将一部分修复。伴随着电子技术的持续渗入,电力新能源技术销售市场也取得了发展,根据电力商品的新式市场销售架构陆续创建。

### (四) 增强服务意识,提高服务质量

随着市场的平稳发展,电力企业也采取了不一样的服务方案。可是销售市场工作压力小,服务项目没有真正及时。现阶段,电力能源行业竞争日趋猛烈,电力销售市场工作压力增长。因而,电力企业要想造就双向的经济收益,就务必塑造优秀的服务宗旨,提升服务水平和专业水准,努力达到顾客的要求,提升用户的满意程度和信任感。除上述情况外,电力企业应进一步积极与金融机构、各种支付平台等第三方签订合同或战略合作,正确引导顾客准时交纳水电费,随时查看耗电量、服务水平等。

## 结语

在我国电力企业的市场化比较晚,电力企业的管理机制还需要不断的探索和发展。在发展电力销售市场的历程中,还具有很多问题,必须不断完善和健全。新一轮改革电力销售市场遇到了新的发展机会。在这个环节中,必须转变过去的营销构思,不断创新服务宗旨,完善营销方式,提升电力营销管理者的综合能力,丰富电力营销方式,进而提高电力企业的竞争能力,推动其不断发展,最后获得更好的社会价值和经济效益。

## 参考文献:

- [1]陈卉.浅谈电力市场中电力营销开拓问题及对策[J].科技创新导报,2019,16(33):164-165.
- [2]赵峰.开拓电力市场中电力营销的主要问题及对策[J].现代营销(经营版),2019(12):95.