

关于供电企业电力营销优质服务提升途径研究

张阳

国网绵竹市供电公司

[摘要] 随着时代的发展,我国的供电企业新的市场挑战下,面临着严峻的生存压力。要想在竞争中脱颖而出,就必须在营销策略上进行提升,努力为客户提供优质的服务。对此,本文在电企业供电营销状况分析的基础上,提出相应的解决措施。

[关键词] 供电企业、供电营销、优质服务、途径研究

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.762

前言

随着经济的不断发展,社会对于供电的需要也越来越大,特别是大众的需求不断提升。供电企业行业的营销策略不仅要迎合这一趋势,还要发挥经济属性的功能,将营销新技术融入当代生活。伴随着科技的发展,尤其在新技术、新理念的支持下,保守的营销理念被更新,创新成为突破的必要手段,也成为今后发展的一大重点。把握这一重点将营销的瓶颈进行突破。除技术外,当下营销策略的另一个矛盾就是市场定位不准确。传统市场定位形式与现代需求发展的差异以及整体规划布局与实际需求的不同,这些都会影响供电企业的服务水平,导致许多规划设计很难满足社会文化发展。所以要求营销策略人员必须提高创新水平,不仅要在理论上还要在思想高度上,不断满足社会的发展需求。因此营销人员只有勇于尝试、实践,从生活中汲取养分,从创新中得到启发,才会诞生极佳的方案。

一、供电营销提升优质服务的必要性

供电企业供电服务于社会的方面,每天会有大量的信息要进行处理与审查。服务与营销对于供电企业来说十分关键,供电企业营销与市场需求本身之间就存在某种张力。因此加强优质服务的提升,可以有利于将客户的意见进行反馈。营销策略要找到一个合适的形式,既能满足社会的实用的需求,又能在内部空间内进行严格的计算,实现经济效益与顾客满意的相互结合。营销与服务并不是一个独立的个体,它需要考量社会环境、人文生活、时代特征以及实用群体。因地制宜是供电企业营销必须要做到的,用户体验与服务意识是否达到和谐统一,将供电企业独特优势与能效相互结合,是营销师需要注意的。内部与外部的统一、一体性和综合性的统筹,本质上是市场营销的规律和企业思维融合。因此,既要使企业与市场构成一体性,又要考量顾客需要的综合性。

二、供电营销服务的现状

供电营销服务与客户管理是一项及其重要的运作活动。对于服务的标准以及效果来说,一般是由企业进行制定的,受到相关主管部门的审批验证,对于每个不同的供电服务要采用更加专业化管理,管理体系要向系统化、科学化的方向发展,确保服务监督有公正性,程序上要符合法律的要求,并且要树立责任意识。目前对于供电企业营销服务管理有了一定的进步,但在新的形势下,技术水平也在不断地提升,人才竞争压力也日趋激烈。对于营销来说,也迎来大的挑战,首先要面对诸多的问题,例如,创新力度较小、权责划分不明确、内部缺乏纠察机制、客户意见反馈渠道堵塞等问题。这些弊端如不能及时处理和有效遏制,会使得整个行业陷入无序的不正当竞争中,相互设限,不利于经济生活的正常运行。也会严重扰乱社会秩序,影响供电系统的整体稳定程度。另外由于从业者的素质参差不齐,一些从业人员未能严格按照规定的营销流程进行操作,有些甚至消极怠工没有严肃认真对待客户提出的问题。一些从业服务人员的素质有待提升,未进过相关的培训,不能熟练的进行操作。因此,在实际工作中,会出现纰漏,会埋下诸多安全隐患。这方面的法律还尚未成熟,不能紧跟时代的发展要求,导致在日常监管中,存在漏洞,监管工作无法真正落实到位。这些都是应该值得注意的事项,只有在日常上进行监管,使得问题加以解决,才能保证后续进程的有效性。

随着科技的发展,供电企业的服务也迎来了发展,一些技术得到了提升,机械化、智能化成为主要的技术要点。行业内监督体制得到更新,对于一些信息也得到了不断的优化处理,处理的速度与质量都得到了大幅度的提升。

三、供电企业供电营销优质服务提升解决策略

(一)健全高效的机制,加强对行业的服务意识。首先,我国对于供电企业营销管理的监管还不完善,目前还未形成统一的管理秩序,以及有效的行业准则。所以一方面要求国家加大管理,法规性的规范以及加大对其入行资质的审查力度,争取形成一个成统一开放、竞争有序的体制。并且要权责一致,对于相关营销人员要有相应的责任,增加服务意识,提升服务能力,避免监理职责的模糊、推诿等现象。多多引进与学习外国的制度化标准体系,接轨国际的发展趋势,采用有效的服务方法,用专业的团队对的供电企业的营销的方案、资金、技术、手段进行审查,在有效控制成本的同时,还要提升服务的能力。真正做到营销服务方法的标准化发展,妥善地处理好供电过程中的问题。

(二)加大技术的投入。随着各种科学技术的不断创新与发展,智能化成为一大趋势。供电企业电力营销行业也应该遵循这一趋势,利用现有的科技将实用性发挥出淋漓尽致,不断摸索过程中也逐渐向智能化的方向迈进。信息化和多媒体技术所展露出的新的迹象,为供电行业的创新提供了可能。通过运用这些智能化新技术,不仅拓展了营销的技术手段,而且提高了工作效率和规划质量。电子集成化的应用,能够极大地改变营销人员的工作方式,更好增加规划的安全性、方便性。科学系统在市场和营销行业的应用,提供了智能预分析和科学分析预测的可能,甚至体现了自动化的发展方向,可以预见在未来城市电力发展和规划的管理和应用,这一高新技术将会获得更大的发展前景,科学信息系统与电力行业的综合运用对于未来城市发展行业的综合创新发展具有重要意义。

(三)团队水平不断提升。对于供电企业供电营销管理团队进行广泛的技能培养,组建一批更加专业的团队,建立监理考核机制,给营销服务人员制定考核目标,对于未能满足考核要求的监管人员进行适当淘汰,通过淘汰机制,增加从业人员的积极性,使得从业人员更加主动进行管理。对于从业者来说,要不断主动学习相关的法律与法规,拓展视野以及加强自身的修养,不断完善从业者的认知水准与知识结构,使得团队整体富有竞争力,加强与其他行业的人员交流与学习,不断提升自己的工作技能。

结束语

对于供电企业供电营销优质服务来说,事关生产与生活的方方面面,要不断地完善与发展,对服务体制进行改革符合社会的发展要求,对从业人员进行素质培训,提升相应的技能,从而得到优质安全的供电体系。

参考文献:

- [1]孙笑冬.关于供电企业电力营销优质服务提升途径研究[J].企业改革与管理,2016.
- [2]郭薇.浅析新形势下如何做好电力企业电力营销及优质服务[J].价值工程,2019.