

# 电力营销应推行目标市场管理

吴量<sup>1</sup> 李峰<sup>2</sup>

1国网邯郸市新区供电公司；2邯郸欣和电力建设有限公司成安分公司

**[摘要]** 电网营销是我国电力企业普遍采纳的一种管理模式，此种管理模式为中国电力企业的发展做出了贡献，该类形式存有诸多不足，有关人士给出了目的消费市场管理的办法。该文首先简述了目的消费市场管理在电力营销中的重要性，其次总结了我国电力营销的现状，并探讨了目标市场管理方法，为目标市场的发展提供参考。

**[关键词]** 电力营销；目标市场；管理

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.758

## 一、我国电力营销推行目标市场管理的重要性

我国大部分企业为了促成电网消费市场的长久发展而是整合营销观念，希望不太被消费市场淘汰，但是营销在具体操作过程中的作用总是受内部或者外部要素的影响。原因：研讨表明，企业应该采用目标明确的管理模式，因为这样可以明确营销管理的方向，突出重点，其重要性还体现在以下几个方面：

旧的电力企业管理模式是构建在国家公用事业领导者身份的根底上，把全社会的用电量当作一个整体展开管理，没有目标市场，也没有市场观念。因此，纵然咱们对于营销管理体制展开了变革，然而当前的营销管理模式仍然存在很多不足：运作不太完善、缺乏竞争机制、无法执行营销时间表、营销模式单一。究其原因，还是没有按照市场规律行事，没有科学划分电力市场，或者没有明确每天目标市场的原因。因此，应该变革现行的营销管理模式，应该对于电网消费市场展开仔细的调研及剖析。真正依据市场规律来断定咱们的营销管理模式。也可以针对有待发展的电力市场，制定相应的评价指标，促进电力市场的扩大。这样，整个营销指标体系便显得秩序清晰、岗位职责明确，可以调动各级营销工作人员的热情，采取有效的营销保护措施，完成电力企业的各项经营经济指标。

## 二、我国电力市场营销现状

### （一）营销管理模式与市场服务理念脱轨

我国一些电力公司有很好的营销模式，但服务理念还不够成熟。处于市场适应能力低且往往处于被动地位的位置，因为很多企业都在寻找用户，而很少关注他们。部分电力用户根据自身特点需要不同的服务，但是电力企业无法提供或者因受其余要素影响无法施行，此种脱节严重影响了电力企业的消费市场竞争能力，产品品质过硬，然而，后期没高品质的服务，企业很难实现高效发展。这是电力经营者进入市场经济体制时必须解决的问题。

### （二）营销管理人员的水平相对比较低

电力企业需要营销人才，才能通过营销获得经济效益。我国有很多优秀的电力营销经理，但整体水平较低。这体现在几个方面。比如有的管理人员本身就很好，但是没有工作积极性，针对这种情况，企业制定了相应的补偿和惩罚措施来激励员工工作，坚决不允许下岗人员的存在。人力的存在对电力公司有非常负面的影响，也会影响其他员工的工作心态。这种现象应该果断处理，甚至开除。我们的一些员工不是很专业，但他们对自己的工作充满热情。根据对这一现象的回答，企业要定期培训，才能尽早提升自身的专业总体水平，职工还应该一直的坚强，一直的学习，才能尽早赶上业务管理能力强的人。

### （三）对市场竞争缺乏研究

事实上，我国企业在消费市场上具备非常大的竞争优势，但是因为缺少系统的研讨，这些优势而是没彰显出。我国电力公司众多，但是每家公司的具体管理形式及管理机制不同。发挥自己公司的优势 在与其他能源的竞争中，我国正在开发新能源，应该进行综合研究。

## 三、电力营销进行目标市场管理的方法

### （一）全面了解电力市场的发展情况

经过多年的发展，我国电力市场已经发生了翻天覆地的变

化，很多电力公司都在采取一定的措施来适应这些市场变化，但采取的措施效果并不明显，因为传统模式没有明确的目标。一旦实现，电力企业实现目标消费市场管理的第一步就是充分知晓消费市场发展状况。最为重要的部分是电力公司派出专业的人力对于消费市场展开全面调查及知晓，搜集数据，调研电网消费市场的营销缺口。根据调查报告及电网消费市场现状及，咱们给出了受影响目的消费市场的管理设计方案。电力企业在制订目的经营时间表时候，必须与此同时知晓消费市场及自己发展，虽然不能盲目改革，但可以忽略改革的价值。电力企业为目标管理提供基础，对其各方面进行组织和规划。

### （二）进行科学划分

这是实现电力营销目标管理价值的关键。完成目标分类后，应采取相应的行动措施，措施要有针对性，明确相关人员的分工和职责，制定相关的激励措施。然后根据不同的背景将大目标分解为较小的目标每个目标都由专家管理并根据既定的评级系统进行评估达到或超过目标的人将获得奖励非常差的表现，总体目标优化您的管理水平需要选择更好的人才。

### （三）灵活转变营销管理模式

传统电力公司的电力营销方式虽然比较简单，但经过目标管理后，不同的目标管理方式也不同，必须采用不同的营销管理方式，营销管理形式还丧失了目的管理的价值。因而，目标管理负责人应该根据所管辖的目标，构建适宜的管理模式，而是一直、切实地加以解决，促使形式的价值最大化。然而，不管采纳何种营销管理模式，还必须尊重市场规律，以市场经济的思想观念促进企业的发展，转变服务观念，关注客户需求。每一套营销管理模式也包含很多具体内容，因而领导者不但应该重视管理的实质，更应该重视细节，才能最大限度地发挥营销形式的价值。

### （四）培养电力营销目标管理人才

这是电力营销实施目标管理的关键，没有人力资源支持，这种管理方式停留在规划阶段。因此，在电力营销实施目标管理方式时，需要留住很多人才，既要引进优秀的人力资源，同时发展公司自身的人力资源，只有拥有足够的人力资源，才能给公司带来真正的效益。为了培养更多的专业人才，电力公司应该采用一定的保护措施，比如定期对于职工展开教育，通过培训应聘及培养顶级专业人才。

### 结束语

综上所述，可以看出，电力企业实施目标市场管理模式非常重要，因为目标市场管理模式具有针对性，可以根据各种目标选择营销模式。市场压力很大，大量替代电能的能源被开发出来，企业才能保持竞争优势。

### 参考文献：

- [1] 温宇翔. 浅谈新时期的供电企业营销管理策略[J]. 科技创新与应用. 2014, (4). 139-139.
- [2] 潘丽凤. 供电企业电力营销存在的问题及对策[J]. 电子制作. 2013, (16). 275-275.
- [3] 付伟, 阎艳. 电力企业“大营销”新模式管理的探究[J]. 科技创新与应用. 2013, (35). 157-157.