

农村电力市场营销面临的问题及对策

康凯

内蒙古电力(集团)有限责任公司乌兰察布市丰镇供电分公司

[摘要]在电力市场组成中,农村电力市场发挥着举足轻重的作用,然而当前许多人对于农村电力市场重视程度存在严重不足,针对农村电力市场营销研究较少,所以给农村电力市场营销与发展造成一定阻碍。对此,本文针对电力市场营销面临问题进行分析,探讨提高农村电力市场营销对策。

[关键词]农村电力市场;市场营销;解决对策

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.990

近几年人们生活质量持续提高,在电力供电需求与质量方面均提出更高要求,尤其是农村电力,但是供电企业对于农村电力未能高度重视,并且因为传统营销理念影响,导致市场营销与竞争房存在许多问题,不利于农村电力市场发展。因此,为了能够提高市场竞争力,必须加强农村电力市场营销,以促进农村电力发展。

一、农村电力市场营销面临的问题

(一) 缺乏电力营销意识

这些年经济快速发展以来,在市场经济体制逐渐改革下,电力事业从以往的垄断转变成当下的市场竞争,这也代表电力商品属性逐渐得到释放,因此电力企业在实际发展进程中,需要在企业发展理念中不断融入电力营销观念,但是因为电力发展历史相对较短,所以对于电力营销相关理念未得到完善,所以导致电力营销意识过于薄弱,对于现阶段市场竞争中难以适应。对于市场份额抢占来说,电力营销作为一个重要工作,若是电力营销意识过于薄弱,则导致企业无法丰富自身营销模式,最终难以发挥出竞争优势,给企业发展造成一定阻碍。

(二) 缺乏电力营销队伍建设

当前农村电力服务主要表现出无形性、生产消费同步性以及异质性等性质,受到这些性质影响,给电力企业营销工作增加极大难度。但是现阶段农村电力营销队伍缺乏加强建设,在营销和服务专业程度上相对较低,人员结构配置上存在许多不合理现象,缺乏专业营销人才,这些都会给农村电力营销工作开展造成极大阻碍。

(三) 电网结构不合理

当前农村电网结构存在不合理问题,在未实施“两改”前,农村电网布局上十分不合理,电网线路十分老旧,线径较小,供电半径相对较大,导致供电质量存在严重问题。尽管这些年相关政府部门均极大电力方面投资管理,不断推动农村电力建设,但是因为投入资金存在一定限度,导致线路损耗无法合理控制,最终影响农村电力供电质量。

二、农村电力市场营销对策

(一) 加强电力营销管理体制方面完善

为了能够有效提高农村电力市场营销效果,则需要加强电力营销管理体制完善,将市场化作为主要方向,持续完善管理体系,在过程中必须要将电力营销人员各项工作职责严格明确,确保每个人工作可以充分落实,电力企业内部需要不断加强工作监管,以提高工作质量。同时,供电企业工作中心需要及时转变,逐渐向市场资源开发方面转移,重视潜在客户开发,将售前、售后流程进行完善,以提高电力企业服务质量。除此之外,还可以合理借助信息化技术开展电力营销管理,为电力营销提供重要支持。

(二) 制定自身的产品战略

在现阶段电力市场各个条件影响下,企业为了可以在市场竞争中脱颖而出,则必须确保用户可以充分了解到自身产品的特点。对此,电力企业必须结合自身产品具有特点,深入了解市场各项情况,对电力营销产品进行科学调整。因此,在实际工作中,企业必须加强市场调研工作分析,及时了解当下极具

发展潜力的产品,并结合市场经济形态变化趋势,及时收集相关用户信息,了解消费者具体需求,以制定出最为合适的产品战略。为了保证战略有效实施,企业还应该及时建设基础营销设施,比如企业必须加强电网改造建设,为农村居民用电提供一个稳定环境,提高用电安全性,促使供电服务水平不断提高,从而可以实现现代化供电创举。当电力产品质量得到有效提高后,企业可以通过市场营销策略,给予产品广泛推广,促使产品特点可以广泛宣传,从而提高电力产品在市场中的地位。对此,供电企业必须不断进行创新,以制定出更加完善的营销管理策略,对于其他企业营销优势进行参考借鉴,给予营销结构合理调整,并在企业内部部门中完成营销方面全力下放,明确项目负责人业务决策能力,如此一来,负责人在进行客户沟通交流工作中,能够确保具备自主权;对于电力营销人员来说,则必须不断培养与增强主观意识,鼓励人员参与到产品研发与营销策略制定中,充分发挥出人才优势,以保证市场营销策略合理性与可实施性。

(三) 逐步拓展用电市场

企业应该及时制定相关策略,对用电市场进行深入挖掘,例如可以通过互联网平台或者手机短信等方式,将用电优惠政策实时发布,并通过网络与手机等方式开展宣传,可以有效提高宣传效果。并且可以适当参考其他同行经验,对于企业老客户或者大客户可以优化积分兑换机制,也就是根据客户具体用电量情况进行积分兑换,同时还可以添加相关优惠,比如说当用户积分达到一定程度后,能够利用积分换取相应的奖品,也可以直接进行电费抵扣。如此一来,通过积分兑换机制完善,不仅能够有效提高老客户积极性,还能够吸引新客户,推动市场开发。除此之外,当前越来越多人关注身体健康问题,在绿色发展理念影响下,人们加强清洁能源关注,因此企业需要加强和用电设备制造商沟通与合作,尽可能实现清洁能源利用,以满足当下人们用电需求,从而拓展农村用电市场。

结束语:

综上所述,农村电力市场作为电力市场中一个重要组成,由于缺乏农村电力市场相关方面重视,导致农村电力市场营销存在许多问题,因此为了能够改善这一现状,电力企业必须要及时调整市场营销策略,完善电力营销体制,制定电力企业产品营销策略,对用电市场进行拓展,以推动农村电力市场发展。

参考文献:

- [1] 关艳,崔新廷.深化电力市场改革下电力营销新理念、新战略及新模式研究[J].农业经济,2020(09):143-144.
- [2] 白杨,李昂,夏清.新形势下电力市场营销模式与新型电价体系[J].电力系统保护与控制,2016,44(05):10-16.
- [3] 苏欣.电力市场条件下供电企业电力营销管理办法[J].工程建设和设计,2021(21):222-224.
- [4] 郭赞,王耀坤,陈世雄,王鹤家,谢球纲,卢益,张宗常.新形势下电力市场营销体系问题研究和探讨[J].电力设备管理,2021(07):148-150.