

# 新经济形势下关于电力经济营销管理策略的转变探讨

孙婧文 潘子毅

国网辽宁省电力有限公司沈阳供电公司

**摘要：**为了打破传统电力经济营销管理的限制，满足新经济形势下的发展需求，本文对电力营销管理的主要内容进行了概述，分析了新经济形势下电力经济营销管理的现状，同时详细阐述了当前电力经济营销管理中存在的问题，包括营销管理理念滞后、管理制度不够完善、忽视服务体系创新等。之后提出新经济形势下电力经济营销管理的转变策略，通过重视电力经济营销理念创新、完善电力营销管理服务体系、提高营销管理人员专业水平等措施，立足时代发展潮流提高电力营销管理水平。

**关键词：**新经济；电力经济；营销管理；转变

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.11.072

## 引言

新经济形势下电力企业在营销管理方面要加强创新，及时转型升级打破传统发展模式，采取最新的电力经济营销管理理念和方法，从根本上提高电力经济营销管理水平。电力经济营销管理主要以用户需求为中心，借助市场供需关系实现稳定安全的电力产品供应，不过新经济形势下电力市场竞争愈发激烈，电力企业应转变传统的营销管理模式，与时俱进改革创新，提高自身的市场竞争力，促使电力企业获取更多的经济效益。

### 一、电力营销管理的主要内容

#### 1. 营销宣传

电力经济营销管理工作主要围绕营销宣传开展，这也是整个营销管理工作的核心，根据宣传对象可以将其分为对内宣传和对外宣传。由于营销宣传对电力企业的发展至关重要，所以无论对内还是对外都要严格落实，把控好营销宣传工作质量，充分发挥出营销管理部门的主导作用，强化每位工作人员的营销宣传水平。总而言之电力企业要通过营销宣传，进一步扩大市场规模，以客户需求为基础，提高影响宣传工作的针对性。

#### 2. 开拓市场

新经济时代的到来，代表电力市场竞争更加复杂，呈现出明显的多元化与竞争性特点，虽然电力企业属于国家垄断行业，但新经济背景增强了电力企业的竞争性，想要获得良好的发展必须做出适应性调整。电力企业可以通过优化营销管理，立足客户的基本诉求，进一步开拓电力市场，在充分掌握不同地区、不同类型客户的用电数据后，对调查结果展开分析，即可调整电力企业的战略规划，提高电力营销管理服务水平与市场竞争力。

#### 3. 优化产品

新经济形势下电力营销管理主要从商品和服务入手进行创新，其中电力产品是促进企业可持续发展的关键点，在电力经济营销管理的影响下，电力企业推出各类绿色环保能源，提高了客户对电力产品的认可度，促

使经济与生态环境协调发展。另外优质的产品是获取成功的前提条件，电力企业会提高电能产品的安全性与可靠性，立足客户的个性化需求，提供多样化与差异化服务，如适当升级调度、供电、变电等环节，利用高质量的供电服务获取发展契机。

### 二、新经济形势下电力经济营销管理现状

新经济形势下电力经济营销管理工作面临着巨大挑战，一方面要面对逐渐多元化的客户需求，这也决定了电力供应方式和规模，另一方面从线下逐渐转移到线上销售和服务，所以电力企业必须提供在线购买电力产品和服务的渠道，从而顺应时代发展潮流，降低营销管理成本。除此之外电力产品从零售逐渐朝着定制化销售发展，由于客户对电力产品和服务的需求愈发多样，定制化的销售方案更容易满足客户需求，因此电力经济营销管理工作急需改革创新，只有提供个性化服务才能获取客户的满意度。

### 三、当前电力经济营销管理中存在的问题

#### 1. 营销管理理念滞后

目前来看电力企业的营销管理观念较为滞后，由于时代处在不断发展的态势下，电力经济营销管理必须做到与时俱进，认清传统营销管理理念的不足，否则将无法满足电力企业发展需求。部分电力企业主要将精力放在扩大发展规模上，并没有重视电力营销管理工作，导致电力营销管理观念滞后，大大增加了营销管理成本，同时还会削弱电力企业的市场竞争力，最终降低经济效益。

#### 2. 管理制度不够完善

管理制度是约束电力经济营销管理工作的有效措施，虽然部分电力企业意识到管理制度的作用，但是在发展速度较快的市场环境下，管理制度已经无法满足自身发展需求，其中各项调理相对传统，难以适应新经济时代下的变化趋势，从而对电力企业的发展造成负面影响。比如管理制度加法会大幅度降低电力企业的市场感知能力，在不了解客户需求的条件下，必然会降低营销

管理与服务水平。

### 3. 忽视服务体系创新

对于电力经济营销管理工作来说，服务是整个工作的核心，必须围绕客户的需求提供优质服务，这对促进电力企业发展起到决定性作用。电力是社会发展过程中不可或缺的能源之一，具有非常广泛的消费群体，随着时代发展客户的消费习惯发生变化，若仍然沿用传统的服务体系，很难满足消费者的需求。由于缺乏个性化的用电服务，导致客户群体的稳定性不足，未能收集客户对于电力产品的售后意见，久而久之便会失去客户的黏性，无法建立长久的合作关系。

### 4. 管理人员能力不足

电力营销经济管理工作是否能够得到贯彻落实，与工作人员的能力水平存在很大关系，部分营销管理人员缺乏创新意识，在营销管理工作中处在被动的状态下，未能立足市场发展趋势进行规划，包括挖掘潜在客户等。另外电力企业营销管理部门岗位设置不足，无法保障电力营销管理工作的开展，一般来说电力经济营销管理工作量大，涉及众多流程与环节，所以要保证营销管理团队的专业性，若工作人员的专业水平不足，必然会影响营销管理工作开展。

## 四、新形势下电力经济营销管理的转变策略

### 1. 重视电力经济营销理念创新

电力经济营销管理应充分做到与时俱进，立足时代发展潮流进行优化创新，以此来获取更多经济效益。当下要积极转变传统营销管理理念，主动适应时代变化，形成良好的营销管理机制，带动电力经济全面发展。首先树立知识营销观念，在知识经济背景下，互联网技术的应用对客户消费习惯产生影响，在营销管理创新过程中，可以借助知识教育等渠道维系客户，如定期普及电力知识，并将知识教育纳入电力售后服务体系，满足用户的多样化需求，从而增加客户黏性与电力消费量，获取新的经济增长点。其次贯彻落实服务为主的营销理念，始终围绕客户展开相关服务，电力企业需要正视自身的服务属性，与客户展开积极的沟通交流，明确客户存在哪些合理诉求，除了借助互联网等平台定期收集客户意见反馈信息外，电力企业应发挥出客户的监督作用，通过设置奖金等方式鼓励用户积极反馈，对电力产品进行监督与评价，一方面体现出对客户的重视程度，另一方面为优化电力产品提供参考依据。总而言之电力企业不能固步自封，必须立足时代发展改革创新，深入市场环境进行调研，明确电力经济营销管理等优劣势，结合市场占有率、经营重点方向、电力产品定位等方面，增强电力营销管理工作的适应性。

### 2. 完善电力营销管理服务体系

新形势下电力经济营销管理工作方式必然会发生改变，想要获取更多的经济效益，应提高对消费者的服务质量。因此电力企业要明确客户的个性化诉求，并设置相应的管理机构、网络自动化工程机构专门为客户提供服务，同时高效处理客户反馈信息，包括客户对电力产品的投诉等，积极与客户展开沟通交流。另外保证电力供应的稳定性，防止出现用电间断的问题，可以构建快速服务响应部门，为客户提供全天候的服务保障，考虑到电力产品的特殊性，应建设网络自动化工程部门，立足时代发展潮流，在网络平台上完成生产和售后服务。电力企业要重视计量方式的创新，以往大多通过电表计量，为了进一步提高电力计量的公平、公正以及公开性，必须采取更为科学的计量方式，还能防止非法用电等行为。新形势下的电力营销管理，会以客户需求为导向进行优化改进，因此如何高效获取客户信息至关重要，这样才能制定个性化的服务方案，电力企业可以构建客户信息库，充分了解客户的多方面需求，真正做到管理与服务协同发展，强化服务质量的同时，获取优秀的企业形象。

### 3. 提高营销管理人员专业水平

未来的电力市场竞争更加激烈，企业想要占据优势获得市场份额，除了加强电力经济营销管理创新，同时应提高电力营销市场服务水平，并将优质服务贯穿在整个电力营销过程，营销工作人员必须具备良好的责任感，积极与客户进行沟通交流，形成良好的供应关系，因此新形势下的电力经济营销管理，对于工作人员的专业素质与能力水平提出了较高要求。电力企业可以为工作人员提供培训教育平台，实现对营销管理人员的再教育目标，促使其专业水平得到提升。另外严格把控招聘专家，适当提高营销管理人员的选拔门槛，并重视日常工作的绩效考核，在达到扩充队伍人才数量的条件下，全面提高电力营销管理队伍专业水平。电力经济营销管理人员需要掌握最新的营销理念和方法，凭借自身的学习能力，发挥出自身最大的价值，增强营销管理队伍的综合实力，培训教育过程中重点开展营销策略、影响理念以及实践经验等方面的内容，利用现代互联网信息技术，持续增强营销管理人员的责任感与专业水平。

### 4. 优化电力经济营销管理流程

新形势下旧的电力营销管理机制已经无法满足市场需求，所以电力企业急需改革创新，推动传统电力经济营销管理朝着现代化方向转变。除了营销管理理念方面，电力企业要针对新优化营销工作流程，仍然以顾客需求为中心，构建完善的营销系统与营销管理体制。对于电力企业来说科学规范的营销管理工作流程，是保障营销服用的基础条件，因此在营销工作中制定过程

中，应融入精细化理念，不断优化健全营销管理流程，由营销部门负责协调实施，贯穿客户需求为主的原则。另外在电力营销管理工作流程优化中，应充分利用现代化技术手段，严格整合梳理优化营销工作，确保每个环节准确无误，通过将营销管理工作细化到步骤、细节，适当调整满足当前的发展需求，如将各岗位职能细化，重点加强决策阶段控制，及时改正偏差避免造成负面影响。目前来看电力营销管理职能正在朝着需求预测、管理、服务等方面转型，主要涉及市场策划、开发、决策等方面，应形成以客户服务为中心的营销管理监督机制，充分做好电力营销管理的售前、售中、售后服务。

### 5. 转变管理对策加强市场扩张

现阶段电力企业应逐渐适应新的经济形势，通过转变管理对策等方式，摒弃传统的营销管理方法，在新经济环境下不断改革创新，从而实现市场扩张目标，获取更多的经济效益。首先对电力营销市场进行细化分析，根据客户的用电需求可以分为工业、建筑、商业、农业以及居民生活用电，电力企业要根据不同客户制定个性化服务方案，对当前的电力市场进行开发，考察不同客户对于电力能源的使用现状，构建针对性的电能应用分析表，为制定个性化市场开发方案提供参考依据。其次结合不同客户类型采取差异化营销管理策略，对于工业、商业、居民生活用电必须保证稳定性，而车间照明、机关室内照明以及非居民照明用电，采取双电源设计优化供电服务。电力企业正处在发展的关键阶段，面对复杂多变的市场形势，想要保证经济效益稳定，必须扩大市场范围，彻底摆脱传统的电力营销管理模式，促使电力经济营销市场朝着开放化发展，形成全新的电力营销管理体系。

### 6. 促进电网升级改善产品质量

新形势下电力企业发展力不足与电力能源供应质量存在密切联系，而电能供应质量主要受到电网功能老化等因素影响引起，严重影响到客户的用电体验，并且故障率较高增加了电协的运营成本，因此加快电网升级改善电力产品质量迫在眉睫，应提高配网的自动化与信息化水平。比如在电力产品供应过程中融入信息技术，强化电力营销管理工作水平，尤其在人工智能、大数据等技术的应用下，可以在海量的电力数据中进行分析，结合历史数据对客户的电力需求展开预测分析，精准判断客户的用电量，包括市场中的石油、矿业、化工等大型企业。部分企业在进入生产旺季时电力能源需求量持续增加，而其他领域会受到季节等因素影响适当降低电力需求，电力企业必须做好电力能源调度、配置工作，都是重视钢铁、石油、煤矿以及电气化铁路等高危客户，应提前预留电力，防止电力供应中断引发安全事

故。对于电力调度工作来说同样可以采取智能化手段，如深度神经网络可视化技术，在精准分析海量数据的基础上降低成本消耗，同时增强了数据的直观性，联合增强现实技术即可分析各个供电节点，保证电力调度的精准性，从而提高电力经济营销管理服务水平。

### 7. 构建电力经济营销管理制度

管理制度能够对电力经济营销管理工作形成有效约束，确保其适应新经济形势下的发展需求，电力企业要明确管理制度的作用与价值，在当前的市场环境下，只有具备完善的电力营销管理制度，才能保证营销工作效率与决策的准确性，并且管理制度僵化会造成企业市场感知力降低，无法满足客户的实际需求。因此电力企业应弥补传统电力经济营销管理制度的不足，根据发展现状统一修订，其中明确各部门对营销工作的责任，引导各部门协调配合，实现营销管理工作质量的提升。另外管理制度中要涵盖监督、考核等部分内容，对表现优异的营销管理人员予以奖励，充分调动其积极主动性，相反未能认真对待营销管理工作，会按照实际予以处罚，利用管理制度约束电力经济营销管理行为规范，为电力企业发展打下良好基础。

### 结束语

新形势下社会建设速度加快，并且改变了电力经济营销管理环境，导致电力企业面临严峻的发展挑战，因此电力企业必须加快营销管理转型，充分做到与时俱进，跟上新经济形势下的发展潮流，全面提高电力经济营销管理水平。目前来看电力经济营销管理亟须创新，必须立足市场环境变化，打破传统的营销管理限制，与客户之间形成良好的关系，立足用户实际需求提高服务水平，为电力营销工作创造有利条件。另外积极转变电力经济营销管理，构建完善的影响管理制度，以便适应新的发展环境，提供更加优质的电力服务。

### 参考文献

- [1] 吕品. 供电企业电力营销管理的现状及创新路径[J]. 商业文化, 2021, (23): 34-35.
- [2] 李虹燕. 电力营销账务风险管理系统的设计与实现[D]. 导师: 谢华; 吴天琪. 电子科技大学, 2021.
- [3] 王钊, 武广全. 电力营销管理中精细化管理的应用[J]. 现代营销(信息版), 2020, (01): 162.
- [4] 庞建军. 基于大数据的电力营销管理分析[J]. 集成电路应用, 2020, 37(01): 110-111.
- [5] 曹维立. 电力营销风险管理与稽查创新研究[J]. 科技创新导报, 2019, 16(36): 145-146.
- [6] 朱士辉. 新形势下关于电力经济营销管理策略的转变关键要素探究[J]. 今日财富, 2018, (20): 38-39.