

讨论新形势下如何加强供电企业品牌建设

王琪瑶

国网四川省电力公司巴中供电公司

摘要：当前阶段，在供电企业运行期间，需要强化自身的品牌建设力度，提升竞争实力，进而得到稳定运行。但是从目前情况来看，供电企业还存在着各种各样的问题，比如品牌建设能力较低。在本篇文章中提出了增强供电企业品牌建设能力的基本措施，从而推动供电企业良好运行。

关键词：新形势；供电企业；品牌建设

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.05.104

品牌是企业中无形的资产，本身产生了极高的价值除了可以推动企业发展之外，还可以为企业运行带来良好的机遇。其中，将企业整体价值全面体现出来是极为关键的。电能有着一定的特殊性特征，由于长时间受到计划经济因素的影响，因此人们没有加大品牌意识的重视程度，尚未正确认识到做好企业品牌建设的必然性和作用，因此限制了供电企业良好运行。其中，要想将品牌自身的价值呈现出来，就需要从合理的电价、相关的服务等多方面体现出来。在电力体系改革工作进一步开展的背景下，利用品牌战略实施供电企业营销作业，该方面作为一种基本途径，普遍被供电企业所重视。

一、强化供电企业品牌建设的必然性

当前阶段，我国对于舆论引导工作和思想宣传方面的关注度特别高。党和国家提出了严格要求，需要全面掌握舆论的主导权，同时也要求其他政府部门加大对舆论话语权的控制力度，以此达到社会主义现代化主旋律全面弘扬的目的。供电企业应当谨遵我国的基本要求，做好品牌建设工作，发挥出品牌的价值和效果，从而为电力工作提供优质的服务。其中，创新和改进思想方式模式能够高效率的完成电力企业各项工作。在信息化全面发展的背景下，构建一定的品牌效应产生的作用是非常高的，能够将经济效益发挥到最大化，同时也可以强化企业运行质量，推动企业稳定发展。基于此，企业应当正确了解到品牌效应产生的一系列优势，摒弃以往传统且单一的管理意识，树立新型理念，将品牌建设当成推动企业稳定运行的一项基本方式，以此提升能力水平。

第一，可以有效的延伸和拓展供电企业的业务方向。要想实现发展目标，应当以实际情况为主，创新和改进品牌理念，从而在激烈的竞争中获得进步。同时还

必须确保供电企业吸引诸多的客户。完成以上工作以后，明确业务方向，制定经营方案，根据自身的优势从业务领域中得到客户的青睐。

第二，可以为企业发展做出相应的贡献。只有秉承创新意识，才有利于为供电企业发展提供动力。该项工作可以加深顾客对产品的依赖性，在这一现状下，顾客也会形成消费心理。另外，也会激发资源的积极性，使其秉承相同的观念意识，从该项过程内获得优秀的职工，进而为单位带来无穷的力量。

第三，可以提高供电企业发展水平，彰显出企业的实力，推动企业朝着合理有效的趋势迈进。首先，优秀的品牌建设能够让管理层把供电企业的核心理念和品牌发展以及社会需求相互结合到一起。通过提供良好的服务，得到消费者的青睐。其属于一项大众生活以及生活必需的物质，只有强化各项思想理念，才能转变职工原有的不合理理念。在具体的工作开展过程中，有的供电企业秉承的思想理念不合理，过于注重一段时间内利润的提升，然而并没有加大供电企业发展过程中面临问题的重视程度，最终影响了供电企业良好发展，形成了倒闭的局面。

所以无比摒弃传统理念，做好品牌建设工作，制定清楚的目标，按照企业品牌文化特征提升产品质量。

二、供电企业品牌建设具体情况探究

在电力企业改革工作深入开展背景下，品牌建设工作得到了全面重视。然而在品牌打造过程中，依旧有着诸多的难点存在。第一，大部分企业品牌宣传过程中不具备真实性，并没有从用户的角度定位品牌，不符合客户提出的基本要求。第二，伴随着信息化技术的创新和改进，社会中各项领域的进一步都和新媒体有着密切的联系性，供电企业只有多和新闻媒体全面交流，才可以

发挥出良好的品牌效应。可以企业并没有利用有关的舆论开展品牌建设工作。第三，客户服务质量有待提升，缺少健全质量服务体系的全面约束。如此一来，不仅不利于品牌效应的体现，还会造成严峻的问题。

三、新形势下强化供电企业品牌建设的对策

（一）提升新闻传播效率

新闻媒体属于供电企业品牌建设期间中非常重要的一种方式，本身从企业品牌建设方面发挥出了良好的效果。第一，针对传播内容来讲，本身主要是将供电企业内部的各项正面行为事件清楚的体现出来，基本内容包含了企业电网的建设以及相关技术等。第二，针对社会公众来讲媒体新闻，表现为重大事件的报告，这就需要将新闻传播的有效性、及时性、趣味性体现出来，确保信息精准，从根本上符合人们自身需求，顺应新时代发展趋势。与此同时，还需要精准搜集各项新闻，发挥出新闻的价值，提升企业水平，让人民群众对供电企业产生一定的好感。

（二）做好员工培训工作，提升员工技能和素质

第一，需要展开供电企业员工内部培训工作。针对大多数员工来讲，自身掌握的要点较少，技术水平有待提升，这就对于企业高层管理人员提出了十分严格的要求，必须重点培训基层员工，提升员工的工作技能和实践水平。采取供电企业内部培训的方式，将专业性员工从企业培训中的指导和教学效果发挥到最大化，提高供电企业员工的素质，为企业品牌建设赋予一定的保障和支持。第二，外部培训和内部培训相比较来看产生的优势更高，供电企业有关部门应当聘请外部专业人员为企业员工讲解理论知识点以及传授丰富的经验，使企业员工可以从外部培训过程中，掌握内部无法获取的专业信息，从而形成新的活力，最终加快企业品牌建设进程。第三，内部培训和外部培训联系密切，两者呈现出了相辅相成的特征，只有强化企业内部培训，才可以为外部培训奠定坚实的基础，而外部培训可以补充和完善内部培训。所以就需供电企业把内外部培训相互结合到一起，在企业员工积累丰富经验的基础上，为企业品牌建设作业开展提供动力。

（三）提升服务水平

现阶段，要想推动电力企业高效率运行，关键在于提供优质的服务，采取合理的方式，提升自身的服务技

能和水平。其中，提升服务技能和水平的关键在于博取群众的好感和信赖度，为群众提供优质的服务，做好企业品牌方面的建设工作。其中，提升服务水平的要点表现在多方面。第一，结合实际情况展开有关的规划工作，制定清楚的规划方案，加大对企业服务人员的培训力度，加深企业服务人员对各项要点和内容的掌握，帮助供电企业管理层和管理人员树立良好的服务理念，摒弃传统意识，使其积极主动参与到供电企业品牌建设方面中，发挥出应有的作用。通过开展培训工作，能够达到服务人员专业技能和水平全面提高的目的。第二，在供电企业运行期间，管理人员占据着重要的位置，本身扮演着决策者的角色。因此需要结合实际情况，对客户评价的项目规范性设置。当客户在办理完服务以后，评价服务工作人员。基本的评价内容包含了三方面。分别表现为具体的服务水平、秉承的服务态度以及业务办理情况。管理人员在综合性评价的基础上对各项员工进行奖励，针对表现较差、没有服从安排的员工，必须严格惩处，激发人员的积极性，使其全面参与到工作中，为人们提供优质的服务，提升客户的好评度，加深客户的依赖程度。整体上而言，客户对于供电企业的好评度是特别重要的，属于一项广告宣传群体。供电企业只有把客户放在首要位置，强化服务质量，提升服务水平，才可以构建优质的企业品牌。

（四）大力建设品牌

目前，党和国家全面重视宣传思想和舆论引导工作的开展，需要紧抓主动权和话语权，巩固阵地意识，弘扬主旋律，传播正能量。供电企业面对于新的任务，应当精准的掌握品牌建设工作的发展形势，激发主动性，从改革创新理念入手，加大方式的完善程度，深化开展各项工作。通过积极改革和创新，加大研究力度提高能力水平。而且还需要提供优质服务，紧抓队伍建设，改进文风，开展应急演练，丰富和媒体之间的互动，推广品牌标识，勇于创新。当前阶段，供电企业改革的逐步推进，促使品牌建设工作得到了良好开展。

（五）强化供电质量

在供电企业运行期间，需要加大供电质量的提升力度，供电质量是构建供电企业品牌战略的一项关键所在，提升质量有利于高效率地开展品牌战略作业，促使品牌战略得到全面落实。第一，电网作为供电企业电力

供应的一项载体，只有做好电网建设，构建电网，才可以将电力传输中的障碍有消除，解决负荷过载以及负荷高峰期间拉闸限电现象，从而确保供电电压的稳定性以及供电可靠性。通过发展电网，避免受到外力破坏，保持电网供应的可靠性。第二，强化技术创新，提升供电质量。在技术创新的基础上，借助高精设备展开各个环节的作业。第三，供电企业广泛开展带电作业，以免由于检修造成拉闸和停电现象。因为拉闸和停电将会影响到供电的可靠性，为客户生产造成不必要的麻烦。

（六）对基础品牌进行完善

供电企业应当加深单位和顾客之间的交流，形成良好的互动意识，分析自身的发展速度和发展形势，明确单位的产品定位。在设定品牌标识的过程中，确保简明有点，针对基础品牌，更为关键的是电力企业自身通过对于基础工作的完善，比如服务承诺、服务流程，确保顾客和单位交流过程中能够真正意义体会到单位的发展，从中得到宣传机构的认可。对此，基于供电企业领域内竞争压力的增大，供电企业又从市场竞争中脱颖而出，关键在于强化品牌建设能力。文章中通过分析供电企业品牌建设的作用以及相关性问题，提出了一系列的措施，从而提升供电企业品牌建设能力。

（七）明确品牌差异化程度，进一步提高品牌自身辨识度

品牌定位，主要是指基于市场化条件企业对相应领域的消费者进一步确定，增强品牌在该环节消费者中的地位。品牌辨识度表现为企业经营和销售过程中对于品牌核心价值的实际需求，以此实现产品和消费者共鸣的目标。针对产品来讲，品牌差异性越明显的话，那么产品定位将会更加清楚，可以体现出产品品牌的识别程度，以此吸引消费者。所以供电企业展开新闻宣传期间，务必强化市场调查和品牌诊断力度，利用新闻宣传方式将产品差异性以及核心价值呈现给消费人员，有效解决消费者的消费需求，进而更好的宣传和管理供电企业品牌。

（八）将品牌的影响力全面发挥出来

在供电企业运行期间，对营销策略制定过程中，关键在于将品牌的影响力和价值及时发挥出来，拓展和延伸品牌的整体影响效果。针对品牌建设工作来讲，是基

于企业产品定位的背景下开展的一项作业。面对于该项阶段内的市场发展和市场营销战略现象来看，应当正确了解到品牌影响力的作用，提升市场运行稳定性。促使供电企业得到良好的发展。其中，为了实现企业发展目标，必须保持良好的品牌形象，创建品牌化经营渠道。通过品牌构建性能良好的产品，发挥出产品的影响力，从而达到市场稳定发展的目的。与此同时，在品牌市场营销期间，对社会市场重点分析和研究，明确基本的战略发展目标，分析和判断品牌与市场需求是否满足消费者提出的各项要求，以此在市场营销战略中将品牌建设的作用体现出来，明确基本的定位。

结语

通过整体论述可以看出，在供电企业运行期间，必须树立新型意识。基于电力企业全面创新和改进的背景下，电力企业管理层应当正确了解到品牌效应产生的作用，品牌建设有利于增强企业市场竞争实力。所以应当从新形势发展背景下采取多元化的经营方式，强化品牌竞争力。从多方面渠道和途径入手，实施企业品牌宣传作业，培养员工素养，做好员工培训工作，加深员工对要点的掌握，提升员工自身技能，给予良好的服务，从而达到供电企业品牌建设作业高质量开展的目的。

参考文献

- [1] 毛文章. 中小企业品牌经营策略分析[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2023, 08: 1.
- [2] 杨光玉, 王海忠. 中国企业品牌国际化升级路径研究—从品牌机制角度探究国际化品牌长青基因[J]. 科技进步与对策, 2023, 03: 98-102.
- [3] 张博威. 我国企业品牌经营的探讨[J]. 才智, 2023, 03: 324.
- [4] 冯晓青. 企业品牌战略及其实施策略研究[J]. 武陵学刊, 2022, 05: 75-82.
- [5] 王亚迎. 强化品牌建设提升企业软实力[J]. 品牌, 2022(07): 39+41.
- [6] 罗娅川, 薛晓玮. 企业品牌及形象建设思考[J]. 中国电力企业管理, 2022(12): 56.
- [7] 陈早丽. 对电力企业品牌标识建设的探讨[J]. 重庆电力高等专科学校学报, 2022, 18(05): 31-32+35.