

基于电力市场改革的电力营销管理探讨

赵林生

(国网河南省电力公司汝阳县供电公司 河南 汝阳 471299)

[摘要]我国经济建设自改革开放发展至今,取得的成就和成果得到了世界领域的高度认可,加速我国各行业的发展进程。随着我国社会经济发展水平的不断提升,社会各界对“互联网+”时代下企业多领域发展的重视程度日益增加,对电力企业来说,做好“互联网+”背景下电力市场改革发展尤为重要。电力市场改革作为社会经济发展与企业可持续发展中最重要的组成部分之一,必将在社会经济长远发展中发挥至关重要的作用。良好的“互联网+”时代下电力市场改革发展不仅可以有力地推动电力企业规模进一步扩大,也将有利于网络升级并有效地优化区域“智慧化”格局等。

[关键词]电力市场改革; 电力营销管理

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.05.2426

引言

时代的进步,科技的发展给予我国电力行业新的发展机遇和发展方向,改善我国人们的生活水平和生活质量。随着生产生活的提升,用电量急剧增长,这为我国的电力企业带来了广阔的发展空间,但是由于传统营销方式束缚限制,致使现阶段电力企业营销管理水平不高,存在很多的缺陷与不足。

一、电力企业必须要加强对电力相关科学技术的创新

研发出更加高效环保的电能资源和设备,推动电力企业的健康发展。在进入了新的时代环境后,为了使客户的互联网思维得到满足,企业在进行运营模式的选择时,一定要注意客户的变化需求;目前网络环境下的用户在进行消费时往往会通过网络的方式来检索自己所需要的物品,形成主动的消费体系,在网络环境的支持下,用户有了更多的消费选择,所以电力企业一定要重视这一种消费环境的转变,给予消费者足够的选择,并为消费者打造具有适应性的个性化市场营销模式,通过这种方式来满足不同消费者的需求。而在互联网的支持下,电力企业可以在建设过程中将大数据分析应用于其中了解自身的主要消费群体和发展方向,了解市场的变化状况,并通过大数据分析的方式来对不同地区和工业环境进行了解,这样能够掌握其中存在的差异性,使企业能够根据不同地区的特点做出营销模式的调整,通过这种方式提高营销质量,使营销活动更加具有优势。

二、创新营销管理手段

发展丰富灵活的管理手段是电力企业进行营销管理的重要方向。多元化发展是市场经济的最大特点,电力企业参与市场竞争必然要面临复杂多样的市场环境与个性化的客户需求。首先,电力企业可以调整自身营销模式,建立销售档案,并借助信息化技术对档案数据进行分析,对各级客户实行精细化管理;其次,创新新能源技术开发管理模式,着重开发明星产品,将新技术、新能源与电力产品相结合,扩大电力企业的社会影响;另外,拓展营销服务范围,深入农村、城乡交界处、工业园区等区域,完善服务体系。

三、硬件平台架构的优化设计

在电力营销管理系统的优化设计中,硬件平台架构实际上就是要满足软件在应用过程中所需的一些物理设备,包括存储器、光驱、主机等多个方面。电力营销管理系统需具备不同的功能,不管是面对用户还是内部管理人员都需实现大量信息的同时存储和共享,这就对硬件有了更高需求。在智能电网的环境下,为适应时代发展的需求,软硬件协同设计逐渐被应用到体系结构中,它最大限度的挖掘了软件和硬件间的关系,协调传统管理系统中存在的问题。此外在硬件平台架构的优化设计中处理器有着非常重要的作用,它是保证软件功能的核心硬件设备,可执行不同的复杂指令,需设计人员对此方面进行优化选择。

四、电费回收方面

创新电费回收方式。供电企业应改变原有的收费模式,充分利用支付宝、微信、网上国网等网上缴费平台,创新灵活的

电费回收方式,拓宽电费缴纳渠道,以满足不同客户群体的交费要求。同时,在供电区域就近设立多个自助缴费机和POS机电费代收点,方便不会上网的中老年客户就近交费。对用电量大的客户,可采取分阶段收费的方式降低电费回收的风险。对农业排灌用电,以及新建小区的居民用电,推广安装预付费卡表,通过“先付费,后用电”的方式,提高电费的回收率,将事后的欠费风险变为事前的可控防范,最大限度地降低电费风险,化解因拖欠电费而引发的一系列问题和纠纷。同时,通过网上、线下触摸屏等查询平台,实现电费信息公开透明,方便客户随时查询用电、办电信息。建立电费回收信用评价制度。倡导建立客户交费诚信黑名单,对列入欠费黑名单的居民用电客户,优先使用预付费卡表实行预购电,有效防范电费拖欠风险。对列入黑名单的企业客户,在办理用电业务时,应对客户资质加强审核,及时了解客户的生产经营状况。对经营状况严重恶化的企业,有必要采取个性化的措施,如安装预付费卡表,以及采取抵押等担保手段防控经营风险,减少欠费损失。

五、持续优化完善电力营销管理系统

电力营销管理系统的建立,应摸索电力市场实际情况,基于现代化信息技术来建立和完善电力营销管理系统,减少人工强度,指导后续工作规范化展开。相较于传统模式,实现数据信息高效收集、整理和分析,辅助电力企业作出最佳的管理决策。运用先进技术可以分析和摸索电力市场实际情况,运用互联网和电视媒体扩大宣传,塑造良好的企业形象,在提升科技水平的同时,尽可能降低电力企业生产成本,占据更大市场份额。

六、转变营销思路

我国经济发展迅速,电力市场也处于时刻变化之中,电力企业进行市场开拓与营销管理也要与时俱进。电力企业应在当前组织结构与各项法规制度的基础上,开发更丰富、灵活的营销策略,始终将服务理念与营销过程相结合,在进行技术服务的同时引导客户更新消费观念,拓展电力产品的应用场景。同时,电力企业根据自身供电能力、市场环境与企业发展战略,构建科学恰当的营销体系。

结语

总的说来,电力营销管理是电力企业管理的关键点所在,如何有效提升电力营销管理有效性,要契合实际情况积极推陈出新,明确电力营销管理重要性,完善配套制度体系,提升技术含量的同时,切实提升电力营销管理水平,赋予新时期的电力企业持久发展动力与活力。

参考文献

- [1]林大鹏.浅谈市场经济背景下电力营销管理存在的问题及解决措施[J].科技创新导报,2019,16(34):172-174.
- [2]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.
- [3]孙天野.基于大数据环境的电力企业营销管理创新策略研究[J].企业改革与管理,2020(16):93-94.