

# 关于当前电力营销管理的几点思考

田红富

(国网河南省电力公司三门峡市陕州供电公司 河南 三门峡 472100)

**[摘要]** 电力企业必须高度重视营销管理,只有这样才能提高企业的市场竞争力,在激烈的市场竞争中求得生存和发展。然而,由于各种原因的局限性,要想从根本上提高电力企业的营销管理水平,仍然任重而道远。

**[关键词]** 电力;营销;管理;思考

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2019.12.368

## 引言

伴随着我国进入信息化的大数据时代后,各种智能化的计算机网络技术得以普及,在电力领域内也开始出现了很多种先进技术手段,这也大大推动了电力企业之间的竞争,使电力市场竞争愈演愈烈,由于电力营销与电力企业经济效益密切相关,而且关于电力营销工作开展水平与质量也直接影响着电气企业发展水平,所以如何高效开展电力营销工作从而提升企业核心竞争力,已经成了各大供电企业所关注的焦点问题。

### 1 电力营销管理的理念

随着社会经济的飞速发展,我国的电力行业也在不断地积极创新,努力适应社会的发展需求,而在一个电力企业中电力的营销管理对于电力企业是否能够得到良好的发展是十分重要的。在目前的电力市场上,电力这种商品由于它的无形性、公共使用性,不能储存性以及计算使用量这些特殊的特点使得我们只能用电压指标的方式来将它呈现给人们。电力管理营销是指在我国的电力企业结合自己本身的企业情况与外在环境等因素,将稳定、安全的电力服务提供给需要用电的人民群众,电力营销管理工作是我国供电企业经济体系中的重点工作。它是把供电企业营销过程中的各项内容与重点进行管理,增强电力经济的管理,用科学的营销手段进行管理。目前的科学管理体系思想深入人心,做好电力营销的管理工作可以提高电力企业的综合水平。

### 2 电力企业电力营销管理现状

随着我国电力企业注重电力营销管理的改进,但目前我国电力营销管理还存在一定的问题。

#### 2.1 缺乏管理意识

随着科技的发展和经济的提升,人们需要用到的电量和对用电的要求越来越高,传统的管理模式难以为用户提供良好的服务,因此要注重改革。在我国传统的电力营销管理中,电力企业主要是以管理生产为主,极少考虑市场和用户的需求,从而使电力企业难以继续发展。

#### 2.2 信息化管理现状

虽然我国计算机技术的发展已经取得了明显的进步,但我国电力企业在运用计算机方面还不够完善,因此没有很好的实现信息化管理。我国电力企业对于信息化管理平台的建设因为受到传统营销管理的影响,一直无法取得相应的发展,导致我国电力企业管理体制存在很严重的问题。电力企业传统营销观念认为,只有加强产能的建设,才能够提高经济效益,从而轻视了注重营销管理信息化的发展,导致信息化管理停滞不前。如我国电力工作人员在进行相关操作时,没有严格按照作业标准,存在篡改数据、违规操作等问题,导致电力系统存在一定的安全问题,另外如果不注重信息化管理的发展,那么一些不法分子就会利用电力系统的漏洞谋取利益。

#### 2.3 服务管理现状

我国电力企业属于国有企业,因此电力企业本身就缺乏市场竞争压力,从而也导致电力企业的工作人员会出现松懈的工作状态。工作人员的工作状态直接决定了电力企业的服务质量,松懈的工作状态无法带来优质的服务质量。我国电力企业存在以产能提升经济效益的观念,因此忽略了通过提高服务质量决定经济效益。

#### 2.4 市场规划现状

我国电力营销系统存在一定的问题,如数据混乱、数据不

精确等,从而导致销售系统也会产生相应的问题。电力企业高层领导无法完善根据相关的信息制定市场规划策略,导致电力企业难以提高经济效益。

### 3 电力营销管理有效对策及途径

#### 3.1 强化电力营销管理意识

为能够使营销管理取得更加理想的效果,十分必要的一个方面就是加强营销管理意识。相关工作人员应当充分认识到营销管理的重要作用及意义,深入认识营销管理在促进企业发展方面的重要价值,在此基础上积极转变传统管理理念,逐渐形成现代化管理理念,使营销管理意识得以强化,从而为电力营造管理工作的更好开展奠定良好的基础,提供较好保障。

#### 3.2 积极改变电力营销管理策略

为能够得到更加理想的管理效果,积极转变以往电力营销管理策略也是十分必要的一个方面。具体而言,应当从以下几个方面入手:首先,对于电力营销管理工作人员应当加强培训力度,使其综合营销管理能力能够得以提升,从而保证营销管理工作能够得以顺利开展,同时,在具体工作开展过程中,对于实际工作中存在的不足之处应当提出相关解决方案,从而保证其能够得到及时改善及调整。其次,选择多样化电力营销管理策略,对于电力企业内传统营销管理策略应当及时进行整改,并且应当依据实际情况为出发点,制定多样化有效营销管理策略,从而保证企业能够在较复杂环境中生存及发展,并且使企业自身竞争力能够得以逐渐提升。

#### 3.3 加强电力营销管理信息化建设

在电力营造管理工作过程中,还应当进一步加强信息化建设,使电力营销管理信息化水平能够得以有效提升。电力企业内应当在管理信息化建设方面加大投入力度,加强资金支持,积极购进现代化信息设备,从而为管理信息化的实现奠定理想的基础。另外,电力企业内应当积极引进信息化技术人才,从而使信息化管理水平能够得以有效提升,使电力营销信息化管理能够得以更好实现,进一步提升管理水平及质量。

#### 3.4 提升电力营销服务质量

提高电力营销管理效果,另一个重要的方面就是应当提升服务质量,使电力营销能够更好服务于社会,在此基础上才能够使电力企业得到更好经济效益。所以,在当前电力营销工作过程中,应当不断丰富服务内容,对服务质量加强管理,保证为客户提供更好的服务。对于电力企业营销服务而言,其内容应当具备多样化特点,使客户各个方面需求得到满足,使电力营销管理得到更好效果。

### 结束语

当国民经济发展激发了人们对于各行各业的更高需求时,我国电力行业也面临着较之前相比更大的挑战,为了满足人们对于电力的实际需求,也为了符合当前社会时代发展要求,大部分电力企业都开始高度重视内部经营方式的改革和创新,采取了一系列积极的控制管理措施,来提升自身核心竞争力,以应对日益激烈的电力市场竞争。

### 参考文献

- [1] 陈戈. 电力营销稽查管理中存在的问题及处理措施探讨[J]. 科技风, 2020(09): 190.
- [2] 张超, 吴普剑, 李晓峰. 电力营销管理中精细化管理分析[J]. 通讯世界, 2020, 27(02): 186-187.