

# 关于供电企业电力营销管理策略与实施措施的探析

王运达

(国网石家庄市藁城区供电公司 河北 石家庄 052160)

**[摘要]** 营销策略是任何一个行业都需要的, 供电行业也毫不例外。但因为相较于其他行业, 供电行业具有一定的特殊性, 所以对其营销管理策略也就提出了更高的要求。作为供电企业的从业人员来说, 首先一定要意识到, 作为买方主导市场的电力行业, 电力营销策略对于推动供电企业发展和实现电力企业经济效益具有重要意义, 所以为达到这一目标, 供电企业就要制定出良好的营销管理策略以及实施措施。本文主要就这一问题进行了探讨, 以供同行参考。

**[关键词]** 供电企业; 电力营销; 管理策略; 实施措施

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.04.741

本文主要从供电企业电力营销的重要意义、电力营销管理的原则、电力营销管理的策略以及电力营销管理的实施措施四个方面来进行阐述, 前三点内容是推动电力营销管理的实施措施能够得到执行的基础, 同时也是为供电企业实现经济效益目标的重要途径, 下面笔者就开始逐一一对以上内容进行阐述分析。

## 一、供电企业电力营销管理的重要意义

在我国, 供电企业受到电力体制改革的影响非常大, 受制于此前社会主义计划经济指导下的市场供求关系, 如今供电企业转型就面对着巨大的压力。因此供电企业若想实现自身良好的经济效益, 就要制定出适合市场经济的电力营销管理策略, 以推动企业经济的长期良性发展。所以, 如何制定出适宜的电力营销管理策略以及实施措施, 是每个供电企业都需要仔细思考的问题。

## 二、供电企业电力营销管理的主要原则

供电企业电力营销管理的主要原则是以市场需求为导向。相较于从前的生产导向和产品导向的营销管理原则, 现今供电企业的营销管理策略已经发生了翻天覆地的变化, 与此同时, 市场导向的需求也使得消费者对供电企业电力营销管理策略提出了更高的要求。基于此, 当前的供电企业应该迅速转变工作态度, 要开始将电力营销管理作为供电企业经营的核心, 同时也应该将提高电网改造、提升供电质量、改进管理方法等内容作为工作的重点, 要做到能够充分了解市场, 然后去迎合市场需求, 以消费者需要为核心, 全面提升供电企业营销管理策略。

## 三、供电企业电力营销管理的具体策略

### 3.1 宣传策略

供电企业电力营销管理策略的重点在于宣传, 网络时代, 再不是酒香不怕巷子深, 好的服务也要依靠好的宣传。首先, 作为供电企业的在职人员, 其要成为向外界宣传电力企业的专家, 在公众面前树立良好的供电企业形象, 为供电企业的宣传策略奠定坚实的基础。就具体宣传手段来说, 供电企业内部可以考虑做一则倡导节约用电的公益广告, 让消费者全面了解供电企业的工作宗旨及社会价值。

### 3.2 开拓市场策略

就开拓市场的方法来说, 供电企业首先要对当前的市场情况进行充分的调研和了解, 要熟悉不同地区供电的不同需求, 将地区进行分类, 细分市场, 之后再为每个地区进行差异化供电, 不断对当前市场进行整合和开拓。

### 3.3 产品优化策略

在为企业进行供电服务时, 供电单位应该注意对其用电量进行保障, 如保障企业用电高效性、用电的可持续性以及用电的可靠性等, 满足各大企业以及家家户户的用电需求, 通过对电网的改造满足高端用户的需求, 在不断为用户提供各类差异性电能的基础上, 全面的深入的对供电市场进行开发。

### 3.4 差别定价策略

就供电企业电力营销管理的具体策略来说, 供电企业还可以考虑采取灵活的定价策略, 实行差别定价策略, 根据用户的不同的用电量或者不同的用电需求进行定价, 为企业赢取经济效益, 同时也满足了消费者的用电需求。

## 四、供电企业电力营销管理的实施措施

### 4.1 对网上国网APP的推广应用的介绍

随着智能手机、互联网的普及, 作为连接电网、用电客户的枢纽, 在实际工作中需要加强对国网APP的有效利用, 电力app营销彻底颠覆了传统的电力领域营销管理手段, 同时也为特殊的供用关系发挥出了不可替代的作用。电力app营销平台不仅为用户提供了全新的体验, 同时该平台经过若干次的创新与革新现阶段已经具备了对本月、往月电费、用电量进行准确查询的功能, 而对于一些停电信息、抢修信息等突发的服务咨询, 已经做到了脱离传统报纸、告示进行传播, 完全可以实现电力app平台、电力微博链接等手段来提供给客户全新的自助体验。可以说电力app营销平台已经成了现阶段电力领域营销管理手段中最为成功的一种互动化、智能化服务平台。

### 4.2 智能电源运营的创新手段

智能电源运营主要包括智能园区、智能小区以及分布式的电源运营三种形式, 其发展目标均是通过高效、节能、环保、可靠的现代化电网来实现大数据背景下的电网营销运营。通过对大数据的处理。可以说大数据下的分布式发电系统已经成了现阶段最富成效的环保供电手段, 而社会各界人员也都能够通过大数据的转换去体验、应用这种提高能源综合利用效率的智能化电网建设成果。

### 4.3 合同能源管理与节能环保服务

中国作为世界上第二大能源消费国家, 现阶段我国的节能工作主要是以政府作为主管部门进行平衡, 而大数据下的合同能源管理系统更是为了整个电力企业营销管理的发展提供了有效保证。作为一种销售整体的节能方案, 它借助大数据的分析及展示来实现能源费用以及节能项目全部投资, 这种投资不仅允许用电客户将未来可能实现的节能收益进行合理匹配, 同时还能够在用电客户与电网服务公司之间形成一整套能源服务合同, 不仅在经济上推动了合理节能项目的实施节奏, 同时还对推动整个电网领域的技术可行性提供了最佳保障。

## 结束语

综上所述, 虽然供电行业属于垄断性行业, 但企业的正常运转还是要依靠经济来支持的, 而良好的电力营销管理策略正是实现供电企业经济效益和社会效益的重要途径, 这对供电企业的发展极其重要, 希望能够引起相关从业人员的重视。

## 参考文献

- [1] 王晓亮. 关于供电企业电力营销管理策略与实施措施的探讨[J]. 企业改革与管理, 2016, (16): 92.
- [2] 吕呈香, 邹春玲. 提高电力服务质量 推进电力营销工作[J]. 民营科技, 2018 (07): 163.