

“互联网+电力营销”管理模式探究

丁侃 马晶晶

(国网河南省电力公司永城市供电公司 河南 永城 476610)

[摘要] 面对时代与科技技术的快速发展, 促使我国各个领域迎来互联网时代, 面对这样的发展形势电力事业也紧跟时代步伐。在这样的时代背景下, 我国电力营销工作的开展重要性大大增加, 在“互联网+”的背景下, 我们不光要注重工作效益, 还要注重工作质量和工作精准度。对于电力营销工作精准化程度的提升, 会在很大程度上增大我们行业在“互联网+”背景的发展。本文就将针对在“互联网+”时代中对于电力营销体系的建立的重要性进行探讨, 然后对电力营销的状况进行分析, 给电力行业提出一些建议。

[关键词] “互联网+”; 电力营销; 重要性; 精准化

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.05.1222

引言

“互联网+电力营销”以移动互联网和信息大环境共享为前提, 通过互联网和一些其他相关方式和手段以此来为客户提供更加优化、智能、方便快捷的服务实现自身存在意义, 为供电的企业和公司提供多样化的营销方式。“互联网+电力营销”作为电力集团用来赢得客户、大力发展电力企业市场一种新颖的、高效的营销手段, 为电力集团以及电力市场提供了高效拓展的发展时机和途径。

一、概述

(一) 电力营销服务

电力营销服务主要指的是电力企业让消费者差异需求得到满足, 让客户电力需求得到满足、进行电力消费, 以实现电力资源价值、使用价值等价交换的策略, 电力营销服务能力是电力企业生产经营能力的重要体现。电力营销服务具有主观性、交互性特点, 电力营销服务质量会受到客户主观因素的影响, 企业、消费者之间会形成有效互动, 消费者会全程参与其中。

(二) 关于互联网+的研究背景以及意义

在目前这个经济科技都飞速发展的社会条件背景下, 在二〇一五年三月, 中国政府首次提出了“互联网+”的概念, 并且为推行这一概念颁布了很多的相关政策, 在对于“互联网+”概念进行讨论开展会议的时候, 政府指出, 在未来很长一段时间里, “互联网+”形式的发展会迎来非常广阔的应用前景, “互联网+”也会为这些行业的发展带来很强的推动作用。而电力已经成为了现在每家每户都不可避免的一部分, 已经成为了这个社会是最为重要的资源, 可以说没有电力就没有我们现在的文明社会, 所以对于传统电力行业进行改进和创新是一件非常重要的事情。电力行业在近些年里随着社会的需求变化也在不停的更新发展, 但是在发展过程中还是依然存在有很多的问题, 比如出现电力供应不足的情况和目前电力行业发展速度过于缓慢的问题。所以在“互联网+”的时代背景下, 我们要对电力行业的发展加大力度。并且采用更多的新型方式对于电力发展带来正面的影响, 比如新能源等等。

二、“互联网+电力营销”管理模式

(一) 线上营销系统

“互联网+电力营销”管理中构建完善的线上营销系统是比较重要的工作内容。很多电力企业在互联网发展初期曾经尝试过构建线上营销渠道, 但是官方网站的营销内容比较单一, 很多营销内容展示与线上办理并不能完全顺利对接, 影响了办事效率。进行“互联网+电力营销”管理首先应该完善线上营销的系统, 无论是与互联网公司进行合作, 开设线上分销渠道, 或者建立自主的线上办理流程都应当注意系统的完善性, 通过用户调研以及电力公司业务的具体内容进行系统设计和规划, 保证系统实际操作中功能的可靠性, 确保互联网上营销系统能满足用户的需要。在这方面, 国家电网在电商营销方面根据各种要求和特点的不同, 进行了网上商城的建设, 对各项电力产品以及电力业务进行推广和宣传, 组建了优质且相对完整的线上营销系统。

(二) 个性化专属服务

针对大客户, 电力企业应利用互联网技术构建个性化专属服务模式, 针对大客户的消费特点、消费数据, 利用客户端定

时推送信息, 保证客户可以对自身电力消费动态、特性做到及时掌握。与此同时, 电力企业可以对优质大客户评价模型予以构建, 对优质大客户需求做到精确识别, 在此基础上制定产品服务策略、营销策略。利用客户侧设备运行数据, 可以全面分析客户用电行为, 以获得增值服务、购电代理服务基础数据信息。

(三) 加强信息安全管理

互联网背景下, 信息安全管理的重要性不言而喻。对于国网宁夏电力有限公司而言, 采取科学有效的信息安全管理措施非常必要。①做好电力营销服务数据信息的采集、分析、处理等工作, 防止数据信息泄露或遗失。②加强信息系统网络防火墙安全设置和及时更新杀毒软件, 防止黑客或病毒攻击。③合理设置营销服务管理人员和用户访问权限, 以避免人为因素带来的数据安全管理风险。④将加密技术用于数据信息安全管理, 在数据信息传输过程中通过加密和解密, 确保数据信息传输安全。

(四) 采用新型电力营销方式

对原来传统的缴费方式进行改革, 利用互联网平台的便利性, 加大网络服务的宣传力度, 通过网络平台的用户基础, 进行广告宣传, 建立专业新媒体团队, 为官方平台的搭建打基础, 关于官方信息以及官方认证要做到完善, 这样才能够保障用户对于我们的信任度, 才会对于我们的业务范围有更加详细的了解, 我们也方便把第一手资讯及政策传达到用户那里。

(五) 精简营销服务程序

精简营销服务程序可以让接电成本得以降低, 为模式创新奠定基础。(1) 应优化业扩服务模式, 让客户办理用电工作量得以减少, 电力企业可以推行一证受理+容缺报装服务, 在用电主体资格证明提交后, 可以对承诺书予以签署, 根据从受理到补缺的程序完成业务办理工作。应提升业扩报装服务速度, 一方面, 应提高办电速度, 可以取消普通用户设计文件审核环节、中间检查环节, 让办理环节时间得以缩短, 另一方面, 应对电网可接入容量进行梳理, 构建层级化台账清单, 让供电方案编制效率得以提升。(2) 针对包装容量较小电力用户, 可以对电表箱前施工费用、受电设备进行无偿提供, 让此类用户更具获得感。

结语

在“互联网+”背景下, 电力企业营销服务面临着用户需求多元化、市场竞争激烈、用户要求提升等一系列挑战, 要应用关系营销理念, 建立相应的市场模型, 从客户市场、影响者市场、内部市场以及竞争者市场四个维度入手, 为用户提供更多针对性的服务策略, 推动和竞争市场的合作共赢, 充分发挥用公共事业单位的优势, 为用户提供更加个性化、针对性的服务, 努力打造世界一流的用电、配电服务企业。

参考文献

- [1] 洪晓峰. “互联网+电力营销”环境下的电力营销创新[J]. 科技经济导刊, 2018, 26(29): 246.
- [2] 叶冬梅. 新时期“互联网+电力营销”建设应用的实践研究[J]. 中国市场, 2018(15): 194+196.
- [3] 黄克, 陈周洁. “互联网+”在电力营销中的应用探索[J]. 现代国企研究, 2017(22): 81.