

提升电力营销服务管理水平的策略分析

申浩然 郭晓宁

(国网河北省电力有限公司武安市供电分公司)

[摘要]随着经济的快速发展,我国各领域对电力资源的需求不断上升,这不仅给电力企业带来了前所未有的发展机遇,也意味着电力企业的营销服务面临着更高的挑战。提高电力营销服务管理水平,有利于在当前背景下提高电力企业核心竞争力,促进整个电力行业的可持续发展。

[关键词]电力营销服务;管理水平;提升;举措;精细化管理

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.04.1207

随着人们对电力需求迅速增加,也对电力企业的营销服务水平提出了更高的标准。加之与参与电力市场化交易企业间竞争日益激烈,推行精细化电力营销服务管理已成为大势所趋。在此背景下,电力企业必须及时提升新电力营销服务水平,与时俱进,坚持以用户需求为核心,完善管理体制,完善管理流程,优化数据平台等有效措施,有效提高企业营销服务质量,进而优化企业形象,提高企业经济效益。

1 我国电力营销服务管理水平现状

1.1 电力营销服务管理水平有待提升

电力营销服务在我国可视为一种服务业,服务业是我国值得重点发展的产业之一。在电力行业,电力营销服务就是帮助企业更好地满足客户的需求。目前我国电力营销服务已经得到企业的重视。但是个别基层单位没有落实到位,或者服务人员业务素质不高,只能做一些简单的表面服务工作,内容相对简单枯燥。这些都是单纯的宣传和微笑服务,导致电力营销服务缺乏活力。在管理水平上,由于目前县级电力企业营销服务管理大多依赖人工,效率不如科技手段,因此存在着效率低下、数据片面等问题,同时也存在能力、专业知识、综合素质等方面的问题。此时电力营销服务缺乏相关管理,因此这方面普遍不能满足市场需求,导致供需失衡。然而我国目前的服务管理水平还有待提高,难以有效解决这些问题,也阻碍了我国电力工业相关产业的发展。

1.2 区域服务不平衡

在传统的电力管理模式中,服务应该是全国统一的。但对于一些落后地区,如山区、农村地区来说,与快速发展的北京、上海、广州、深圳等城市服务质量还是有差别的。同时在一些地区,配网停电事故时有发生,供电质量需要提升,这就要求电力企业及时应对和解决问题。但是我国电力企业尤其基层单位在管理上,存在着科技水平低、企业不追求技术进步、电力服务实施不到位等问题。这些问题导致电力行业后续服务效率低下。

1.3 区域电力政策不同

目前不同行业和地区有不同的电力扶持政策,存在不同程度的交叉补贴。电力消费者为了参与电力交易而寻求最大的价格优惠,而电力销售公司往往无法提供个性化的服务,这降低了电力销售公司进一步拓展业务的能力。

2 电力营销服务管理水平提升的有效策略

2.1 更新观念,与时俱进

在电力企业发展初期,电力工业作为我国经济社会发展的支柱产业,一直受到社会各界和政府部门的高度重视。电力行业的地位使得人们对电力企业社会服务的认识片面。长期以来电力企业更加注重安全和技术,在一定程度上忽视了社会服务的重要性,导致电力营销服务管理存在很大漏洞。在市场经济和电力体制改革的大背景下,企业要建立适应市场变化的营销体系,首先要转变观念,坚持以用户需求为核心,体现公平正义,确保用户享有安全,通过“诚信、高效、方便、快捷”的服务模式,提供环保、优质的电能和服务。在服务模式上,实现全方位、多层次、个性化服务,细分客户群体,优化客户体

验,也是电力营销发展的新形势、新要求。

2.2 完善管理机制

为了提高电力营销服务的管理水平,电力企业必须依靠完善的管理机制。首先电力企业要不断优化绩效考核体系,以激励为主,激励与约束并行,充分调动员工的积极性和主观能动性。一方面要建立合理的奖励机制,对业务能力强、服务意识强的员工进行有效的奖励,突出榜样的力量,带动其他员工提高工作能力和服务意识;另一方面在制定考核内容时,要确保考核内容全面有效,充分结合岗位标准和培训规范,把绩效、服务能力、工作态度纳入考核内容。二是完善员工培训体系,不断提高员工的技术能力和服务能力,充分结合营销市场发展情况,确保培训内容与电力营销工作实际相吻合,确保培训具有针对性和实用性。第三定期分析市场发展趋势和发展前景,确保电力营销管理措施符合电力市场的实际情况和发展趋势,从而促进电力营销管理体系的不断完善。

2.3 规范电力营销服务管理业务流程

电力营销管理人员在电力企业运营过程中,需要结合电力管理部门提出的要求和客户在日常工作中的实际用电需求,对营销管理工作进行全面、多层次的分工,有利于不断提高电力营销服务水平。要实现这一目标,首先管理者要重视移动业务管理模式,根据实际情况优化服务功能和营销管理流程,减少无效和低效流程,不断完善管理机制,确保管理过程的高效率;其次及时反思电力营销管理中发现的漏洞,总结工作经验,确保电力营销服务内容得到有效管理;三是确保整体业务进度和子进度能够顺利进行,实现业务流程由纵向横向的过渡,确保电力营销服务管理的各个节点清晰有序。

2.4 精细化电力营销服务数据平台

目前信息技术已成为我国经济社会发展的主流。如果电力企业仍然沿用过去的电力营销服务管理模式,只能面临在市场经济和体制改革中被淘汰的结果。电力营销服务数据平台的规划和建设可以说是电力企业提高电力营销服务管理水平的有效工具。电力企业在设计数据平台时,应结合供电的具体情况和现有自动化系统的特点,建立一个能够动态提取和准确计算营销数据的数据平台,充分考虑不同用户在功耗水平方面的个性化需求,结合信息挖掘技术和智能计算技术等大数据技术,逐步实现科学、智能、精细化的电力营销服务管理。

结束语

综上所述电力营销服务管理具有明显的复杂性、系统性和动态性,是一项重要而艰巨的任务。电力企业要迎头赶上,更新电力营销服务管理理念,以用户需求为核心,以市场发展为导向,逐步构建科学的营销服务体系,全面有效的电力营销服务管理系统,最大限度地提高电力营销服务管理水平,为企业提高竞争力和可持续发展打下坚实的基础。

参考文献

[1]陈峥嵘.电力营销服务管理水平提升的策略研究[J].现代企业文化,2020(3):

[2]赖薇.电力营销服务管理水平提升的有效策略研讨[J].百科论坛电子杂志,2019,000(019):