

基于电力市场改革的电力营销管理探讨

李芋杜

(国网四川省电力公司广安供电公司 四川 广安 638000)

[摘要]随着市场形势的不断转变,社会各界对于电能的需求量变得越来越大,全新的市场为我国电力企业带来挑战的同时也带来了非常多的发展机遇。在电力企业生产运营的过程中,电力营销管理工作的非常核心的环节,电力企业要想全面提高自身的核心竞争力及经济效益,就必须要对电力营销管理工作加以重视。

[关键词]电力市场改革; 电力营销; 管理策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.05.560

1. 电力营销管理原则

电力营销管理在企业经营管理中占据重要地位,传统计划经济时代下的电力营销管理模式逐渐被淘汰,应朝着高层次创新优化。基于此,电力营销管理工作创新应遵循相应原则展开,包括人才培养、数据共享、原始数据原则以及工作界定原则。其中工作界定原则,依据严谨、合理流程,分析和改善人为因素不良影响,立足实际同步创新优化,合理划分各岗位权限,持续提升电力营销管理水平。数据共享原则,基于现代化信息技术收集和共享信息,分类汇总,更好地满足电力市场发展需求,促使电力营销质量逐步提升。

2. 电力市场改革背景下电力营销管理中存在的问题

2.1 缺少专业的电力营销人员

电力企业在进行电力营销时,营销人员是最为主要的因素,并且受到市场经济体制的影响,人才成为电力企业参与竞争的核心竞争力。但是在电力企业中,营销人员并不具备良好的营销素质,甚至许多营销人员并没有进行过任何的培训,对电力营销没有正确的了解和认识,无法应用先进的思想开展营销业务,导致电力企业电力营销始终没有取得良好的效果,而且并没有结合实际发现需要调整营销策略。另外,电力企业还需要完善设备管理、用户开发等方面的细节管理内容。

2.2 电力营销管理机制不健全

从实际情况来看,多数本土电力企业是国有单位改制后形成的,计划经济时代的理念有所残留,致使管理机制改革也受到传统理念的束缚和限制,影响到电力营销管理合理性。结合电力企业的营销管理机制建立情况,缺失问题明显,即便建立,也缺少应有的积极效应,最为鲜明的一点是即便付出很大努力,最终的薪酬仍然与他人相同,长此以往工作热情逐步丧失,大大影响电力营销管理质量。

2.3 营销调查不够科学

现目前我国很多供电部门已经将计算机技术应用到供电企业的各个部门工作中,尤其是在电力营销和管理工作中,但是从整个行业的发展来看,目前电力企业的供电水平和计算技术较低且不够均衡,对电力企业的发展形成阻碍。在电力企业的营销管理中,目前的操作大多以电力营销调查为主,营销手段缺乏科学性,导致诸多决策的调查失误,且缺乏一定的合理性,对新能源发电企业的管理工作带来影响和阻碍。

3. 电力市场改革背景下电力营销管理问题优化策略分析

3.1 优化和重构电力营销管理体制

为提升电力营销管理有效性,应积极推陈出新转变理念,加深电力营销管理重要认知,对于电力营销管理中的问题提出针对性措施。坚持客户至上的理念,调查和分析客户实际需求,结合市场形势来制定合理的有效营销战略目标。在企业内部扩大教育宣传,促使员工可以正确看待市场营销重要性,优化电力营销管理细节,切实提升电力营销管理成效。在此基础上,积极优化和重构电力营销管理体制,并依据实际情况逐步优化和完善。重点内容有电力营销管理模式创新优化,设立专门的部门,优化人员配置,推动营销方式和营销渠道多样化。积极交流沟通,针对其中的意见及时反馈和改进,提供优质的电力服务。需要注意的是,电力企业建立的电力营销机制要覆

盖企业全过程,确定优质服务营销理念,设立用户负荷预测信息网,准确剖析用电负荷结构,更好地满足用电需求。灵活运用节能技术和装置,提供咨询服务,保障用电安全。

3.2 促进电力营销管理工作人员素质提升

首先,电力营销管理人员必须拥有专业的能力,不断加强学习,明确电力营销管理工作责任,强化工作意识,从根本上促进建立营销管理工作人员整体素质的提升,并结合实际建立完善的激励机制,使营销管理人员可以主动参与营销管理;其次,电力营销管理人员需要对自身的思想观念进行积极的转变,主动参与电力营销管理培训,拥有长久的工作热情和信心,促进电力企业的发展和完善;最后,电力营销管理者需要对市场竞争环境有及时的了解,提高市场竞争意识,树立正确的服务观念,不断强化自身的营销意识,对思想观念进行有效的创新,建立一支整体素质较强的电力营销管理队伍。

3.3 挖掘电力消费市场潜力

在电力市场发展的过程中,提升电力产品质量和服务的同时,还应当注重电力企业发展的节能减排、环保宣传工作。在实际开展工作的过程中,供电企业应当积极遵循我国所下发的指导性文件和号召,提高能源整体结构和水平,跟上当前发展的形式,同时,还应当加大城乡用电的改造,包括用电范围和用电服务质量,适当简化电力营销的繁琐过程,进一步促进用户和供电服务的联系,在城乡用电宣传中,大力推广新能源替代项目,吸引并支持更多企业进入新能源市场,积极推进各项节能减排工作。

3.4 丰富电力营销手段,健全电力营销系统

随着我国经济水平的飞速发展,电力行业的市场竞争变得越来越激烈,为了能够在其中占据一席之地,电力企业需要创新营销手段,完善电力营销系统。在进行生产经营时,需要以更高的经济效益为发展目标,提高电力销售额。为了能够确保获得更高的经济效益,电力企业需要通过薪酬管理制度来实现,以绩效考核的结果为标准,提高工作人员的积极性,并引进先进的信息技术来推动电力营销的数字化管理,使工作效率与质量得到进一步的提升,进而降低工作人员的压力。与此同时,由于电力行业的特殊性使电力营销工作相对简单,因此企业应该重视服务质量,针对不同客户的需求,规划供电方案。

4. 结束语

综上所述,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] 吕萍. 基于电力市场改革的电力营销管理探讨[J]. 中小企业管理与科技(上旬刊), 2021(05): 15-16.
- [2] 王超, 张璐. 开拓电力市场中电力营销的主要问题及对策[J]. 大众用电, 2021, 36(01): 20-21.
- [3] 刘晓文. 电力市场改革背景下的电力营销管理策略分析[J]. 冶金管理, 2020(21): 111-112.