

分析基于电力市场改革的电力营销管理

魏新荣 张功荣

国网新疆电力有限公司克州供电公司

DOI:10.12238/jpm.v3i7.5098

[摘要] 我国在不断发展社会经济的同时,给电力市场带来了新的发展机遇,经过不断的变革后,我国电力市场目前的体量和质量都达到了人们的要求。然而,电力市场目前依然面临着许多问题,主要集中在电力营销管理工作中,这也是长期以来我国电力市场难以实现降本增效的主要原因。且电力营销有助于改革电力市场,是最重要的环节之一,所以必须改革传统的电力营销管理工作。本文首先探讨了电力市场目前在电力营销管理改革中遇到的问题,然后对其思想定位作出了阐述,最后提出了电力营销管理的有效改革策略,以期促进电力市场的可持续发展。

[关键词] 电力市场; 改革; 电力营销管理

中图分类号: TM7 **文献标识码:** A

Analysis of Electric Power Marketing Management Based on Electricity Market Reform

Xinrong Wei Gongrong Zhang

State Grid Xinjiang Electric Power Co., Ltd. Kezhou Power Supply Company

[Abstract] In the continuous development of social economy, China has brought new development opportunities to the power market. After continuous changes, the current volume and quality of China's power market have met people's requirements. However, the electric power market is still facing many problems, mainly concentrated in the electric power marketing management work, which is also the main reason why China's electric power market is difficult to achieve cost reduction and efficiency increase for a long time. And power marketing helps to reform the power market, is one of the most important links, so we must reform the traditional power marketing management work. This paper first discusses the problems encountered in the reform of power marketing management, and then expounds its ideological positioning, and finally puts forward the effective reform strategy of power marketing management, in order to promote the sustainable development of the power market.

[Key words] power market; reform; power marketing management

电力行业的发展离不开改革工作,想要加强自身的竞争实力,电力企业就必须提升电力营销管理力度。电力企业通过优化电力营销管理模式,有助于改善自身的工作质量和工作效率,保证电力企业的长久发展。而电力营销管理是电力企业最主要的管理模块,关系着企业的经济效益。虽然国家为了加快电力企业的进一步发展,推出了各项政策制度,然而电力企业在管理电力营销工作时,依然遇到了许多问题,本文主要研究了这些问题。

1 电力市场改革背景下电力营销管理存在的问题

电力企业在实施全面改革工作的同时,应当全面总结和分折电力营销工作遇到的问题,并制定有效的营销策略。

1.1 电力营销人员缺乏专业能力

发电厂在开展电力营销工作时,最关键的因素就是营销人

员,再加上市场经济体制的限制,发电厂想要提升自身的核心竞争力,就必须引进专业人才。然而,发电厂缺乏营销素质良好的营销人员,大部分营销人员甚至并未接受过培训,没有正确认识和了解电力营销,在开展营销业务时没有引入现代化的思想,因此难以获得理想的电力营销效果;此外,也没有根据实际情况,做好对营销策略的调整。此外,发电厂的设备管理和用户开发等细节工作依然不够完善^[1]。

1.2 缺乏信息化的电力营销管理

目前,企业最主要的趋势方式就是信息化,尤其是发电厂,企业在电力营销中全面引入信息化技术,可以促进自身的发展,然而部分发电厂并未在电力营销管理中充分发挥信息技术的优势。首先,并未深入研究信息化管理电力营销工作的重要意义,所以难以全面落实信息化管理工作;其次,发电厂满足于现状,

只是为了追赶时代潮流而开展信息化管理工作,一直难以有效地提升信息技术在电力营销管理中的效果,导致信息技术难以发挥出实质作用,例如可以借助信息技术为电力营销打造一个完善的信息化管理系统,便于发电厂获取相关数据,然而这也会带来相应的安全隐患,难以保证信息完整性。此外,在管理电力营销的基本工作时,只采用了单一的管理方式,管理范围有限,难以有效收集数据,对企业造成了严重影响。

1.3 缺乏高水平的电力营销管理工作

首先,企业并未科学设置电力市场价格,此类问题会加剧企业的市场竞争压力,最终导致用户不再信任电力市场,更易流失客户。电力能源具有可替代性,一味增加市场电价就会促进其他可替代能源的发展,对电力营销造成负面影响;其次,大部分电力企业在建设电网时并未作出科学规划,浪费了大量电力资源,也没有重视降低电力输送成本,所以一直难以提升电力营销管理质量;再次,企业目前采用了僵硬化的电力营销管理模式,并未对市场做出深入了解,观察力和辨识度不足,没有系统完善的规划电力营销管理工作,也未根据电力市场变化开展电力营销工作,难以高水平的管理电力营销^[2]。

2 电力营销管理的思想定位

2.1 基于买房需求开展电力营销

电力企业想要保证自身的可持续发展,就应当重视市场供求关系。虽然我国电力公司目前主导着电力市场,然而未来买方必定会成为主导者,面对此类发展趋势,电力企业必须要管理好电力营销工作,基于自身的实际情况,结合市场发展制定科学的营销制度,为电力企业和消费者的沟通创造有利条件,同时也有助于营销和谐的竞争环境,保障电力企业的长久发展。

2.2 开展法治化、商业化的管理和运营工作

目前,我国的电力资源属于基本资源之一,主要是由政府负责其经营管理工作,所以,电力企业应当基于商业化和制度化的原则开展营销管理工作,不仅应当结合市场运行规律优化内部生产经营工作,还应当制定与政府要求相符的营销制度。想要开展符合双重要求的经营管理工作,电力企业不仅需要完善的营销管理策略,还需要了解市场运行情况和外部竞争环境,此外还应当熟悉政府推出的相关政策,只有如此才能够保证营销管理方案的合理性和科学性,促进企业的可持续发展。

2.3 重视市场主导地位,开展科学合理的管理工作

电力企业想要实现可持续发展,就应当重视营销管理工作,在这一过程中必须以市场为主导,了解并掌握企业和市场竞争的整个生产经营目标和经济效益,制定完善的营销管理制度,优化当前的电力服务,为客户提供满足需求的服务,进而提升自身的经济效益和社会效益。

2.4 协调好电网、技术、服务和管理工作

我国目前正在重点改革“两网”,这给电力企业带来了良好的机遇,同时也面临着一定的挑战,想要保证自身的可持续发展,电力企业必须抓住这一机遇,及时科学分析企业发展期间遇到的各种问题,在解决问题的同时,满足客户的需求。同时,必须要

采用现代化的技术和管理模式,科学、合理的管理营销工作,同时还应当改进内部的管理工作和服务模式,为客户提供必要的消费保障^[3]。

3 基于电力市场改革的电力营销管理建议

3.1 提升人员素质,竖立电力营销品牌

电力企业想要开展有效的营销管理工作,就必须是对内部人员的管理,电力企业目前缺乏高素质的营销管理人员,企业应当为他们提供相关的培训,加强营销管理人员的素质。也可以采用多种方式,例如聘请外界专业人员开展电力营销管理培训指导活动。也可以在内部组建专业的培训团队,由其负责为管理人员提供定期的知识和技能培训等等,此外,还可以组织营销管理人员外出学习,采用此类模式可以帮助他们掌握更多的营销管理技能。

此外电力企业还应当重视营销品牌的树立。对于大部分用户来说,品牌与服务质量和水平密切相关,可以帮助电力企业拓展客户规模。所以,必须要重视电力营销品牌的竖立,全面发挥品牌优势的作用,为广大用户提供满足需求的服务,电力企业通过提升服务质量,加强核心竞争力,可以加快自身的改革步伐。

3.2 借助信息技术,打造电力数据库

电力企业在管理电力营销工作时,必须完善内部数据库,尤其是在大力改革电力市场的背景下,在电力营销工作中引入信息技术,可以显著提升电力营销质量,促进电力企业的进一步发展。所以,企业应当全面发挥信息技术的作用,健全内部数据库,便于使用查询相关数据,进而从根本上提升电力营销工作质量。此外还应当引进专业的人员,尤其负责数据库的管理和监督工作,为数据库信息提供安全完整的保障^[4]。

3.3 改变电力营销理念

在全面改革电力市场的背景下,电力企业应当改变以往的电力营销观念,这有助于加强电力营销管理对市场变化的适应能力,企业应当抓住机遇,改革以往的营销策略。在实际的管理过程中,应当做好如下工作:首先,电力企业应当对市场发展变化作出全面了解,及时创新自身的经营理念,形成全面的市场观。结合市场经济发展情况,提升自身的市场观和服务观。倡导以客户为主体的营销理念,开展符合客户实际需求的电力营销工作。其次应当改变以往的管理组织结构,电力企业应当基于现代化的理念建设营销管理人才队伍,不仅应当做好对垂直管理架构的规划,对组织协调能力的强化,还应当优化内部的服务和监督等工作。最后应当重视市场创新和技术创新。电力市场目前主要面临着买方市场的问题,偶尔存在供大于求的现象,所以,电力企业应当结合用电市场的需求,加强对自身供电模式的转变,推广营销与市场需求相符的天然气和太阳能等电力资源。

此外,电力企业还应当形成正确的品牌意识,全面加强电力服务质量。根据电力行业的特点,提升和建立内部服务质量及优质品牌。为不了解设备或产品使用方法的客户提供相应的辅导,

教授他们科学的使用方法。同时,应当构建集电力设计和后期维护的工作为一体的服务模式,完善并提升客户服务模式和品牌影响力^[5]。

3.4 优化和重构电力营销管理体制

想要有效地管理电力营销工作,电力企业就应当转变以往的管理理念,正确认识电力营销管理的作用,制定具有针对性的电力营销管理措施。坚持服务好客户,根据客户的实际需求和市场状况,制定相应的营销战略目标。同时,企业还应当加强对员工的教育宣传力度,保证他们可以正确认识市场营销,从细节入手,优化管理电力营销工作,切实加强电力营销管理质量。在此基础上,企业还应当结合自身的实际情况,为电力营销构建更加优化的管理体制,并按照实际情况做好对管理体制的完善。以创新优化电力营销管理模式,组建专业团队,优化配置人员和开展多样化的营销工作为重点。加强内部的沟通交流,及时反馈相关人员的意见,并以此为改进依据,逐渐优化电力服务的质量。尤其是,电力企业应当在内部全面贯彻电力营销机制,制定科学的服务营销理念,采用信息预测用户电力负荷,并为用户提供满足需求的服务。此外还应当引入节能技术和节能装置,积极解答用户的咨询,为用户提供安全用电的保障。

3.5 规范精细化管理流程

在全面改革电力市场的背景下,企业想要改善内部的电力营销工作,就应当按规定制定精细化的管理流程。一般来说,负责管理电力营销工作的人员,应当按照电力监管部门的要求,全面了解各类用户的诉求,并以此为依据细分为营销管理工作,进而开展更高质量,更加高效的电力服务。所以,电力企业应当建立科学的业务管理流程,按照电力营销的实际情况和电力用户的需求,科学地调整自身的服务功能和管理程序,为电力营销制定科学的协调机制和便捷的业务流程。同时,营销管理人员应当了解业务总进度,明确重要的营销环节,避免电力营销工作的开展受到影响,在纵横向转换业务的同时,明确各项管理要点,促进企业的可持续发展。

3.6 加强对新型业务的开拓

面对电力市场的改革现状,电力企业在开展营销管理工作的过程中,应当加强对新业务的开拓力度。企业应当加强对网络信息技术的应用力度,建设信息化和智能化系统,在做好现有业务的基础上,加强对新业务的拓展力度,进而促进电力企业的可持续发展。电力企业应当结合市场实际需求,创新当前的电力服务业务。可以采用现代信息技术提供线上服务,构建电子办公系统,

用户在手机和电脑等平台中就可以完成生活用电缴费,为用户提供各种新型业务项目。同时,电力企业还应当加强网络建设力度,提供手机APP和官网缴费等服务,创建线上办理业务窗口,为各用户提供满足需求的各项业务,如此有助于企业营销管理效率的提升。此外,电力企业还可以向新型服务业务拓展,构建以电力营销和其他服务为主营业务和辅助业务的综合营销体系。例如可以将电力报修和故障处理等模块添加到电力APP或微信公众号中,采用后台及时向维修人员传递相应的消息,开展上门维修业务,以此来满足用户的实际需求^[6]。

3.7 健全电力营销管理体系

目前在开展营销管理工作的过程中,企业应当立足于电力市场,加强内部的深化改革力度,进一步建设电力营销管理体系。建立专门负责管理电力营销工作的部门,科学安排各岗位人员,在做好市场调研和 market 分析的同时,加强对用户群体和产品需求的分层及计划制定等等,创新内部的管理模式。同时,应当聘请综合素质更强的管理人员,定期为他们提供培训活动,丰富他们的电力知识,提升他们的营销技巧和工作能力。此外电力企业还应当直接与用户沟通,及时了解用户的反馈,并将此作为电力营销策略的改进依据,进而提升电力服务品牌的质量。

4 结束语

总的来说,在全面改革电力市场的背景下,要通过科学的管理营销工作,才能够显著加强企业的市场竞争力,保证企业的可持续发展。所以电力企业必须要根据我国目前的实际情况,提升自身的服务质量,建立优质的品牌形象,强化管理电力营销工作,保证自身的可持续发展。

[参考文献]

- [1]徐圣勋.分析基于电力市场改革的电力营销管理[J].现代工业经济和信息化,2022,12(1):2.
- [2]李俊.基于电力市场改革的电力营销管理探究[J].山东工业技术,2017,(24):243.
- [3]李慧羿.基于电力市场改革的电力营销管理浅析[J].现代经济信息,2015,(24):328.
- [4]李云鹏,刘军.基于电力市场改革的电力营销管理分析[J].探索科学,2016,(007):66-67.
- [5]朱志伟.基于电力市场改革的电力营销管理探究[J].中外企业家,2019,(36):1.
- [6]崔玉月,刘媛媛,隋湘敬,等.基于电力市场改革的电力营销管理探究[J].轻松学电脑,2019,(001):252.