

# 论电力营销创新管理

孙慧星

国网河南省电力公司遂平县供电公司

DOI:10.32629/hwr.v2i10.1575

**[摘要]** 在市场经济条件下,电网企业需要根据电力产品的特点、树立创新理念,探究管理创新的方法、策略。在进行管理创新的同时,选择正确的电力营销策略,从产品、价格、渠道及促销策略等多个方面进行总体谋划,引导电网企业走向可持续发展轨道。

**[关键词]** 电力营销;管理理念;创新

## 1 当前电力营销工作的现状

1.1 市场营销管理意识淡薄我们必须高度重视电力营销是电力企业的核心业务,电力企业的生产经营活动必须服从和服务于市场营销的需求。电力产品销售困难、供电服务质量差、服务体系不健全、不能完全适应电力需求的增加,形成了电能需求量大但供应不足和电力企业销售困难同时并存的矛盾性电力市场。因此必须完成从生产管理为主到市场营销管理为主的转变,转变到以市场需求为导向、以效益为中心的轨道上来。

1.2 营销管理机制与信息化不相适应信息化的主要特点是方便、快捷、高效,其基本要求是信息处理标准化、统一化。而目前用电业务流程都是在传统用电营销体制下制定的,程序复杂,环节太多,与当前电力营销信息化建设要求不相适应。加之基础管理工作薄弱,现有用电客户的一些营业档案和基础资料不全,直接导致一些业务传票无法正常传递,有关信息也无法得到共享。

1.3 电力营销管理信息系统存在风险与不足目前电力营销信息管理系统存在很大的安全风险:一是技术风险,由于电力营销信息管理系统设计上有一定缺陷,造成系统不稳定或不安全漏洞较多;二是误操作风险,误操作风险主要指系统维护和操作人员无意识的误操作带来的风险;三是违规操作风险,违规操作风险主要指个别系统维护和操作人员可能利用工作之便,采用隐蔽的技术手段,蓄意对某些重要数据进行更改而造成的风险。

1.4 电力营销调查存在着不科学、不合理的情况,容易造成决策的失误尽管我国多数供电部门在电力销售业务中开始应用了计算机技术但就全行业而言,在大多数的情况下,电力营销还是纯手工操作,营销手段相对落后,使电力营销调查不尽科学、合理,容易造成决策的失误。

## 2 电力营销理念创新

### 2.1 树立全员营销观念

必须树立以客户为中心的经营指导思想,既考虑客户目前需求又考虑客户长远利益和社会整体利益,这是使电网企业具备竞争力的关键工作之一。

美国市场学专家菲利普·科特勒设计了一个评判标准

来衡量一个企业营销机构的优劣,简称“POISE”标准。它表示观念、组织、情报、策略和效率。由此可见,考察一个电网企业的首要标准就是观念,即要求企业员工目标一致,上下同心,以满足客户需求为中心,建立高效、团结的服务团队。

### 2.2 全面理解满足客户需求

(1)满足客户对电力产品的全部需求。客户在消费电力时,不仅要求电能安全,电压稳定,而且要求有周到的服务和适当的价格等。经营者要考虑客户对电力产品的需求,实施整体产品策略。

(2)满足客户不断变化的需求。客户对电能产品的需求不会永远停留在一个水平上,是不断变化的。经营者要认识、研究、适应这种变化,提供客户需求的新产品和服务。

(3)满足不同客户的需求。客户需求各有特色的,需要进行有效的市场细分,了解不同层次消费者的需求,获得较好的经济效益。

### 2.3 树立长期利润观点

电力营销理念创新还体现在利润的获取与评价方面。电网企业应在满足客户的需求之中获取预计的利润,把营销活动看成一个系统的整体过程。要满足客户的需求并达到长期利润最大的目标,既要考察短期利润目标,又要考察产品的市场占有率、投资收益率等指标;不仅要看到市场上存在的现实的消费者的需求,还要分析潜在的需求,以求得长期利润最大。

### 2.4 改革内部管理机构

在现代电力营销观念下,应建立一个以满足客户需求为核心部门的整体系统,营销部门担负各营销单位之间的协调工作,应运用市场营销观点制定营销计划。

## 3 加强电力市场营销创新管理的建议

要做好电力营销管理工作,光有市场营销理念是远远不够的,还必须针对自身存在的薄弱环节,采取积极的应对策略,才能在中处于不败之地。具体而言,要从以下几个方面入手:

3.1 建立新型的营销管理体系尽快建立以市场为导向的新型营销管理体系,为客户提供安全、可靠、经济的电力和快捷、方便、高效的服务,其职能相应转变到市场策划与

# 刍议电力调度节能措施

李春生

国网河南省电力公司遂平县供电公司

DOI:10.32629/hwr.v2i10.1591

**[摘要]** 能源危机全球性的爆发和加剧,使得各类资源的争夺愈演愈烈。我国虽然一直以地大物博自称,然而资源分布的不均匀和人均占有量的不足仍凸显了我国资源缺乏的问题。就是这样的形势下,我国的电力企业在运行中仍存在能源严重浪费的情况。该论文主要就电网调度节能的措施展开讨论,以提高节能效率为中心,提出一些个人的看法和建议。

**[关键词]** 电网能源;调度节能;节能措施

能源提供是电力企业的根本职责,而在提供能源的过程中,企业本身的能源消耗也是十分巨大的。据不完全统计,我国电力系统自身每年的能源损耗约达到了3000亿千瓦时—3700亿千瓦时之间,而这些损耗的能源,相当于我国大型发电站全年所提供的发电量。在这巨大能源损耗的背后,不仅仅使得电力企业在经济效益上蒙受损失,同时也让我国的电力供应出现雪上加霜的恶劣状况。所以,降低电网的损耗,特别是电网调度部门节能措施的实施是当下的重点。从企业经济效益来说,它能够辅助其有效增长,而从我国能源产业来说,更是提供了有力的支持和帮助。

## 1 当下电网调度节能措施施行应该注意的问题

在整个电力系统当中,电网调度的工作性质较为特殊,除了要提高其调度过程中的节能程度之外,还要保障整个电力系统的可靠运行和安全运行。按照系统运行标准,首先要保证电网的功率和电流数值始终处于额定值以下;其次

开发与需求预测与管理、业务发展与决策、客户服务与支持、电力销售与合理管理、公共关系与用电咨询、抄表收费与电费电价等方面,全面开展电力的售前、售中、售后的一条龙服务,形成以客户服务中心为核心的电力营销管理体制。

3.2 完善电力营销管理信息系统开展调查研究,集思广益,对可能出现的风险进行研究和判别,采取相应的防范措施。建立预警机制,提前防范风险,要落实专门的机构和人员,负责对电力营销管理信息系统的安全进行不间断跟踪和监控,以便及时发出风险预警。

3.3 加强优质供电服务一是加强需求侧管理,深入开展用电市场的调查,了解供电区域内经济发展的走势,准确预测电力供应的需求现状。二是规范用电报装工作流程,强化报装环节时限考核。推行快速方便的“一站式”用电报装服务方式;逐步开放电话报装、网上报装,上门报装,提供多渠道、多层次的优质服务方式。三是大力提倡电费储蓄、银行代收、推广“充值卡”电费缴纳、网上电费支付等缴费方式,缓解“缴费难”问题。四是抓营销队伍建设,提高专业管理人员和基层营销工作人员业务技能水平,打造一流团队。

3.4 协调好市场营销中的公共关系电力企业必须处理

在运行过程中,相关设备的运行参数要与安全生产的要求标准相符;再次,电力系统处于稳定运行状态时,线路两端的功率角要保持在允许变动的数值内。当出现一些运行故障或系统运行不稳定时,相关的调度工作人员必须要从系统的安全性和运行的经济性之间进行快速且精准的协调或取舍,以保障电力系统在安全稳定的运行状态下取得最大的经济效益。

## 2 针对电网调度节能措施的分析

### 2.1 电网运行方式的合理编制

对电网运行方式进行合理编制时,需要对以下三点提高重视:一、系统运行设备及其零件特性的了解和掌握;二、在争取最大经济效益的同时,保障系统运行的可靠性和安全性,从而保证电能供应的质量;三、对系统运行设备及元件的变动要有及时的了解,当设备和元件由于年代或批次原因不匹配电网经济运行的要求时,要进行及时的更换,在

好与政府、客户之间的关系。利用政府的效应,来做好电能的替换工作,扩大电能在终端能源消费中的比重。利用各种媒体进行宣传,为电力营销提供强有力的社会舆论氛围,树立良好的社会公众形象。

## 4 结语

总之,电力营销管理尤为重要。针对当前实践阶段中存在的问题,我们应制定科学有效的应对策略,以市场为导向,遵循科学、现代化、人性化管理理念,打造优质企业形象,开展精细化管控,引入价格策略、扩充市场建设,应用高新科技,才能真正提升电力营销管理水平,创设良好的经济效益、环境效益与社会效益,并促进电力行业的持续、全面发展。

## [参考文献]

- [1] 张文彪.对当前电力营销管理若干问题的思考[J].中国高新技术企业,2012,(12):47.
- [2] 贺七杰.供电企业营销稽查与营销风险管理浅析[J].科技创新与应用,2012,(09):82.
- [3] 齐永强.供电企业电力营销风险管理研究[J].通讯世界,2015,(12):39.