

关于供电企业电力营销服务问题及其措施的探讨

谈艳 蓝红星 柴仁勇

国网江西供电公司

DOI:10.18282/hwr.v1i3.905

摘要:为了提高供电企业的市场竞争力,必须强化供电企业营销服务意识和管理水平。本文阐述了加强供电企业电力营销服务的必要性及其意义,对供电企业电力营销服务存在的主要问题及其应对措施进行了探讨分析。

关键词:供电企业;电力营销服务;必要性;意义;问题;措施

1 加强供电企业电力营销服务的必要性及其意义

1.1 加强供电企业电力营销服务的必要性

电力营销是指电力产品的生产、输送和销售,并且满足客户要求的电力产品,以及不断提升企业经济效益的一系列经济活动的总称。供电企业电力营销质量的优劣直接影响供电企业的经济效益和发展前景,其是供电企业的工作核心。随着市场经济的发展,用电客户在消费中的第一个要求就是低廉的价格、良好的服务态度、可靠的电能质量和稳定的供电方式。但企业希望得到更高的回报,同时扩大技术更新,获得更大的发展空间,同时促进员工工作中积极性并使其工资有保障。政府希望电力的发展适应社会发展的需

要,确保所有方面的供应和需求的平衡,同时,最大限度地取得经济和社会效益。因此供电企业需要通过建立相应的电力市场营销部门,研究分析市场与客户所需的产品与服务,以市场为中心,采用有效的电力市场营销措施来提高供电企业的电力营销能力。

1.2 加强供电企业电力营销服务的意义

电力企业想要有更好的发展,在行业中立足,必须优化营销策略,以客户为导向。加强电力营销服务就是为了给用户提供更加方便快捷和高效服务,采取科学合理的一系列方式,旨在提升企业的整体形象和信誉度,提高社会竞争力。并且随着人们生活水平的提高,用户的消费体验不仅仅

满足于产品,只有全面提升服务,才能让客户满意。所以电力企业不仅仅要对产品设备等进行严格管理以外,还需要对提升服务给予重视和严格把控。

2 供电企业电力营销服务存在的主要问题分析

供电企业电力营销服务存在的问题主要有:①营销体系不完善及从业人员专业素质的问题。目前我国的电力营销市场还没有建立起一个健全的市场体系,许多企业单位的市场规划工作还依旧处在单打独斗的局面,企业与企业之间,单位与单位之间,不能做到良好协调的工作配合。企业单位内部也不够重视市场建设,内部工作人员专业素质不高,管理知识缺乏。没有高水平、高素质的队伍支持也是阻碍电力市场优质服务的重要因素之一。②营销方式问题。对于供电企业而言,其服务对象是用电客户,但是就目前供电企业的市场来看,供电企业还不能清晰而全面地了解用电客户的特性,导致其不能在电力市场上建立起一个健全的营销服务体系,并通过这个体系去约束管理整个电力市场的运营发展,从而导致了目前我国电力市场发展不健全。反观而言,这问题的根源就是用电客户需求不能被现有的电力市场营销方式所满足,要解决这一问题,就要设法解决两者之间的矛盾。③缺乏竞争意识问题。长期以来我国电力市场是一种垄断的行为,导致许多供电企业在电力生产和销售的过程中没有感受到压力的存在,继而严重缺乏竞争意识,严重削弱了其市场竞争观念。纵观世界经济发展的历史进程,竞争是推动市场发展的重要动力,没有强烈的竞争意识是无法推动市场沿着正确的轨迹前行。电力市场也是如此,如果供电企业长期认识不到竞争意识的重要性,在运营过程中没有竞争意识,制约着电力市场信息的流通,无法全面的掌握客户需求、市场问题以及发展前景规划等问题,也更无法依据上述问题去主动调整生产和销售策略,导致整个电力市场停滞不前。

3 供电企业加强电力营销服务的措施

3.1 健全完善营销服务体系

供电企业电力营销服务管理可以扩大市场,提高供电企业的利润,树立企业良好的形象。供电企业在认识到电力营销优质服务重要性的同时,还要改革自己的服务理念以适应时代发展的要求。应该以消费者为中心,扩大电力生产建设,扩展电力市场,用优质的服务不断发掘市场潜力,推动企业的自我发展。要深刻认识到要满足消费者,不仅仅是为消费者提供高质量的,更重要还有企业的服务质量。因此,作为供电企业自身应该做好企业服务工作建设,引进高专业素质的员工,建立起一个高水平、高素质的企业服务管理团队,加强供电企业服务部门工作力度的建设,并扩大与其他电力部门的交流与合作,相互协同工作,建立起统一的营销服务体系。在服务过程中要尽可能地满足客户需求,提高客户的满意程度,树立良好的企业形象。

3.2 全面了解用电客户需求

供电企业生产的电能是一种商品,因此供电企业在生

产和销售电能的同时,需要做好相关的市场调查,明确消费者的需求和对市场服务的要求建议。可以通过调查问卷的形式进行消费者调查,调查过程中要深入基层,保证调查结果全面可靠。

3.3 不断提高服务质量

供电企业电力营销服务管理是要以消费者为服务中心,主要体现在:①简化用户的办理手续。大部分的供电企业电力营销部门的用户办理手续都十分烦琐,给用户办理带来了很大的不便。因此,供电企业应从各户的角度思考,采取创新的手段简化手续办理流程。②选择合适的销售方式。柜台的销售方式往往会给消费者带来心理压力,电力部门可以转变运营方式,采用更休闲的运营方式。另外,选聘业务丰富、工作认真、有耐心的业务人员,使其能为消费者提供全面的服务。③加强客服中心运营模式。为了最大限度地满足消费者的需求,树立企业良好的服务形象,加大以电话、邮件、微信等通讯方式为客户提供各方面的服务。另外它还可以为客户打造一个良好的信息交流平台,收集消费者反馈的意见或建议,进而不断改善企业自身服务。④强化售后服务工作。供电企业往往会忽视电力售后服务的工作,许多用户在出现问题时无法得到及时的帮助。企业应该做好售后与用户沟通交流的工作,做好随时为用户服务的准备,从而提高服务价值,树立良好的形象。

3.4 充分应用先进技术,加强电力需求侧管理

供电企业电力营销服务管理需要充分利用好计算机和通信技术,以新技术的应用带动管理水平的提高。建立需求侧管理支持系统,加强对市场的分析和预测工作。需求侧管理支持系统包括三个部分:①需求侧的数据采集。②市场细分和分析,掌握市场负荷的变化规律,研究不同客户不同时间的用电规律和需求。③决策系统,制定适合市场、引导市场的措施。加强需求侧管理需要从以下几方面进行:第一、通过对需求起主导作用的电价,使之最好地反映电力成本,成为协调用户与公司关系的有效的工具。第二、大力发展并推动高效用能技术,措施包括一次性研究开发、改进现有技术和开发新技术,并参与制定有关推动政策。第三、通过研究及推广节电技术,对有关能源标准提出参考建议,在国家政策调控和市场调节下,规范生产厂家的行为使其尽快生产出高能效的产品。逐步解决供电配电网的网络瓶颈,满足广大用户的用电需求,运用先进的计算机、网络、通信等技术,为客户提供全面的、高效的、全方位的服务,以规范的管理对各项业务进行监控,实现企业的营销目标。第四、人才可使企业在竞争中立于不败之地,出色的人才会使企业成为胜者。要结合营销体系建设,建立并培养一支新型的电力营销队伍,适应新形势下电力营销业务的庞大需要。

4 结束语

随着电力体制改革的不断深入以及市场经济的日趋完善,供电企业需要重视市场经济的变化趋势,充分了解市场,并结合自身实际制定发展计划,提高消费者的满意度,

切实贯彻并执行优质服务，从而促进电力市场的可持续发展。

参考文献:

[1]庄雪霞.现代供电企业电力营销优质服务策略提升分析[J].中国高新技术企业,2013(14)

[2]李春郁.浅谈电力市场营销策略及优质服务在其中

的作用[J].现代经济信息.2012(06)

[3]曾惠萍.电力市场营销及电力优质服务在营销中的作用探析[J].科技视界,2014(34)

[4]陈生英等.浅谈供电企业如何提升电力营销优质服务[J].科技创新与应用,2014(34)