

电力营销管理中精细化管理的应用思考

付永强

(国网黑龙江省电力有限公司哈尔滨供电公司,黑龙江 哈尔滨 150076)

摘要:伴随着社会经济发展,我国国民经济水平呈现出显著提升态势,在这样整体时代背景下,为我国电力企业发展带来了全新机遇和挑战。在电力企业发展进程中,营销扮演着十分重要角色,也是可能会对企业竞争力产生影响的重要因素。但是很多电力企业在日常经营管理过程中,并不是十分重视营销工作,这也导致最终营销效果无法满足企业发展需要。在这样的情况下,很多研究学者指出在进行电力营销过程中,应当将精细化管理有效融入到其中,这对于不断提高整体营销服务质量、获得良好营销效果能够起到积极帮助作用。

关键词:电力营销管理;精细化管理;应用

1 引言

无论是在人们日常生活还是工作过程中,电力是必不可少的重要资源,也正是因为这个原因使得电力企业得到迅猛进步,但是与此同时也面临着激烈的竞争压力。在一个相对来说比较复杂的市场经济环境下,不同地区的电力企业开始逐渐重视营销管理工作,力求能够通过精细化管理方法对整个营销环节进行有效细化,不断提高整体管理效果,进而实现企业竞争力有效提升。然而在实际精细化管理过程中,依然存在着比较多问题,例如管理制度不完善、服务体系没有良好建立、精细化管理流于形式等等,这些都是导致营销管理无法发挥自身效果重要桎梏。正是在这样的背景下,必须要对精细化管理在电力营销管理当中的作用进行合理明晰,对其中存在问题加以剖析,并在此基础上提出建议对策,这对于提高电力企业今后整体营销管理成效有着良好帮助作用,进而实现电力企业竞争力提升。

2 精细化管理在电力营销管理中的重要作用

在电力企业开展营销管理过程当中,精细化管理扮演着十分重要角色,与以往传统管理方式对比而言,其能够最大限度上提高服务效率,合理提高营销服务效果,进而为电力企业带来更为可观的经济效益,提升企业的整体竞争力。对于精细化管理而言,其能够保证电力企业所开展的一系列营销管理工作更加标准和系统化,将营销管理的相关环节进行细化,最大限度上发挥信息技术自身所具有优势,利用大数据保证营销环节得以顺利进行,进而实现精细化营销管理,保障相关营销部门能够充分的发挥自身的效用,不同工作人员能够协同合作。从精细化管理本质上看,其自身具有着一定针对性特征,能够通过规范管理,保证将营销过程中的具体工作合理落实到个人,对营销管理进行良好分析和总结,始终坚持满足客户目标,使用科学手段,不断提高企业整体利润,这对于提高自身市场竞争力、为企业今后可持续性发展奠定了较为坚实的基础。

3 电力营销管理中精细化管理的应用策略

3.1 完善管理制度

如果想要最大限度上的发挥精细化管理在电力营销管理当中效用,应当结合本企业实际情况,建立一个较为合理管理制度,这是保证精细化管理自身发挥效用关键所在,也是企业想要实现可持续性发展重要基础。随着管理制度的不断完善,相关管理人员可以最大限度上考虑从事营销工作相关人员岗位需求,进而针对性制定较为可靠管理考核制度,结合员工日常工作情况,对其进行日常考核工作,保证各个岗位的人都能够对自身责任进行合理明确,完全按照本企业的相关规定有效开展营销工作,为企业带来更为可观经济利润。另外还应当最大限度上的发挥精细化管理自身所具有的一系列特点,通过精细化管理制度针对性开展营销业绩管理,对相关员工业绩进行有效量化考核,保证最终结果能够更加合理和公平,这对于提高员工工作积极性,保证员工与企业价值的顺利实现,合理提高企业竞争力。

3.2 提升企业形象

在当今市场背景下,不同企业之间面临着十分严峻竞争压力。

对于电力企业而言,如果想要在今后实现可持续性发展,不仅仅要充分考虑到实际用户要求,合理开拓市场,同时也应当结合本企业实际情况提升自身整体形象,这对于扩大自身市场影响力有着良好帮助作用。从影响企业形象的因素上来看,包括有很多种例如电力产品的整体质量、营销服务品质以及企业信誉等一系列方面,所以在提升企业形象的过程当中,也应当从这些因素入手。首先应当合理提高电能整体质量,始终坚持安全稳定供电,通过高质量产品去吸引用户,保证用户在用电过程中能够安心放心提高用户粘性,也为之后有效开展营销服务工作奠定坚实基础。其次就是要不断提高整体服务品质,要对传统服务体系进行合理优化,相关工作人员要深入到用户群体当中,积极开展调查工作,结合用户实际情况了解他们真实需要,以精简供电服务流程为客户提供高质量用电服务,同时还对供电情况进行有效控制,保证用户在实际用电的过程当中能够安全。最后还要通过较为科学完善手段合理提高营销工作人员的服务水平,保证在所有环节内所有服务都能够发挥自身效用,合理提高企业的市场形象。

3.3 深化电力营销服务

如果想要最大限度上提高营销整体效果,对于电力营销管理中精细化管理而言,就不应当简单局限在传统层面上微笑服务,而是要对一系列营销服务进行有效深化,进而为用户提供高品质服务,保证用户无论是在售前还是在售后都能够获得良好用电体验,进而与企业之间形成一个相对来说比较稳固合作关系。从具体的角度上来说,结合不同时期、不同对象的实际要求,最大限度上的发挥精细化管理所能发挥的效用,结合实际情况对电力价格进行有效调整,保证用户能够获得更加便利服务。同时还应当对用户的实际用电量进行大数据分析,找出用电量与供需用电量之间所存在差异性,并将其作为重要基础,结合用户实际情况,为其提供高效的用电方案。

4 结束语

本文在进行研究过程当中,对电力营销管理中精细化管理所发挥作用进行了针对性分析,在此基础上结合目前我国电力企业的实际经营情况针对性提出了几点精细化管理对策,希望能够为我国电力企业今后更好的开展精细化管理起到良好的帮助作用。

参考文献

- [1]刘勇,刘馨语.电力营销中的业扩精细化管理探究[J].今日财富,2018(22).
- [2]刘映丹.电力营销稽查的精细化管理要点分析[J].中国新技术新产品,2019(11).