

研究电力营销管理创新路径建设

张典文

(国网湖南省电力有限公司岳阳市云溪区供电分公司,湖南 岳阳 414000)

摘要:伴随着社会经济的不断进步,人们的生活质量也在不断提升,我国的电力也为了符合客户的需要在不断地进步。在我国从整体上进入到了大数据时期的背景之下,电力企业所遭遇的市场竞争也越来越激烈。电力企业怎样更好的给电力用户带来更为优质的服务,提升本身的经济效益,对于提升市场竞争力具备重要的作用。将电力营销管理工作做好是电力企业发展的基础。本篇文章重点从电力营销管理方面开展了分析,首先探讨了电力营销管理的重要作用,然后对于其具体运营当中面临的问题开展了探讨,最后重点阐述了电力营销管理创新的有关对策,希望能够对于电力营销管理的进步带来一定的借鉴。

关键词:电力营销;创新管理;措施建议

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.31.099

1 引言

当前条件之下的电力企业,需要坚持对于市场开展调查走访,提升电力企业在市场竞争当中的经济效益。在现如今网络不断进步的时代,企业要更加充分的通过互联网采集数据开展分析,提升工作效率。利用数据收集筛选,能够对于市场的走向有一个精确的了解。与此同时还需要提升管理人员对于营销质量的重视度,使得他们对于电力营销创新度开展研究,创造出人性化的电力营销氛围,使得电力营销工作能够更好的适应市场方向。

2 电力营销管理的价值

现如今,我国的经济在不断发展,人们的需求也在持续提升,电力营销所起到的作用越来越关键。电力营销的创新,能够推动电力企业的进步,强化电力企业的经济效益以及经济实力。创新电力营销管理机制,也能够高效的确保电力营销管理的质量,给企业发展带来坚固的保证以及基础。伴随着社会的不断进步,多种信息也在被广泛应用。不断改变的市场,需要电力企业持续开展数据采集分析,给出迎合市场需要的管理制度。所以,电力企业在营销管理当中也应该不断创新,使得传统的电力管理工作持续简化,进而促使电力企业在创新的管理模式之下不断进步。

3 电力营销管理存在的问题

首先,在服务理念上,传统电力公司的营销策略缺乏先进的服务理念,意识不到服务在产品销售过程中的重要作用,仅仅只是将销售定位销售行为,缺乏系统的思维。服务理念落后,忽略了对市场供应的考虑,服务质量不高,在一定程度上会影响电公司的更新与发展。同时,电力营销管理工作机制、营销技术以及市场发展等方面也受到了极大地影响。无法建立有效的电力营销系统,也是在当前大数据背景下电力营销系统存在的问题。许多电力公司的大数据营销系统仍然不完善。

此外,在当前经济环境背景下,准确把握客户需求是企业获得长远发展的关键,因此,只有有效地掌握客户的实际需求,才能实现电力营销策略的更新和发展。当前,随着人们生活水平的提高,大多数客户对电力的要求是在提高的。然而,许多供电公司忽略了客户实际需求,仅仅依靠热情窗口服务和工程服务。但实际上后端保证不能跟上,应急响应速度很慢,不能切实满足客户需求。许多供电公司在不了解客户需求时盲目竞标项目,导致缺乏必要的市场分析,无法有效满足客户需求和市场需求。在一定程度上,也会影响电力公司的进一步发展。

4 电力营销管理的创新路径

4.1 创新合作减少电费回收风险

电力回收工作的顺利开展,是保证企业进步的保证。需要结合市场的具体状况对于电力管理模式开展创新,减少电费回收的风险。结合数据分析可以知道,电费回收风险重点来源于那些角度,开展具体的分析以及深层的研究,把电费回收风险降低到可以控制范围当中。我国已经进入到了信用时代,可以利用征信系统,开展电费

回收周期担保的形式,在可以接受风险的范围之内对于客户开展高效的管理。也能够通过网络数据对于个人开展流程化管理方式,针对用电单位,对其资金状况开展分析,给出相对应的管理对策,减少在对于将来电费回收当中的风险。

4.2 实行数字化的电力营销管理模式

基于大数据的电力营销管理必须以大数据技术为支撑,建立相匹配的数字化的营销管理模式。数字化在店里营销管理中体现为数字化的技术支持。包括具备数字化管理专业知识的工作人员、数字化的机械设备以及数字化的电力营销资金管理手段。例如,在店里营销管理的过程中使用计算机设备来收集和存储资金等相关管理信息。在数据分类、处理和使用、存储等方面,按照员工个人工作职能和要求,安排专业人员进行过程管理和监督,对过程管理中出现的详细的问题进行详细的记录和把控。与此同时,电力公司还应加强对管理人员的培训,提高管理人员掌握数据、分析数据的能力。要求工作人员能够根据数据分析结果,合理地确定电力营销管理的重点和难点。

4.3 开展个性化营销方式

针对不同客户进行不同方式营销,这样才会让电力企业营销效率更高。有效利用网络大数据所提供的信息进行分析,提高电力营销工作对于客户的精准查找,整合相关信息,进行有针对性的个性化营销,保证电力营销服务质量,提高工作成果。在传统营销方式转变过程中,需要提高电力营销管理层人员自身素质,提升对精准营销方式重要性的认知能力。只有意识到个性化营销的重要,才能让这一策略在实际工作中得到落实。个性化电力营销方式,不仅能保障电力营销的服务质量,还能提升电力营销工作效率,让电力企业实现利益最大化。

5 结束语

综上所述,我国的电力企业在营销管理当中存在着非常多的问题,然而,伴随着科学技术在电力行业当中的广泛使用,大数据技术给我国电力企业的管理以及进步带来了动力支持。改变了以往电力企业之后的营销模式以及管理方式,对于电力营销管理的方式方法开展了创新。所以,电力企业需要更好的通过当前技术的支持,在经营过程当中注意电力营销管理模式的创新,进而通过有关的管理对策,提升电力公司营销管理的质量,进而更好的发挥电力企业在我国的作用。

参考文献

- [1]阮鑫,阮洁,杨剑,等.电力营销管理策略与实施措施的探究[J].农村管理,2020(01).
- [2]陶丽君.基于大数据的电力营销管理创新分析[J].通讯世界,2019(12).
- [3]张阳.大数据的电力营销管理创新分析[J].通讯世界,2018(04).

作者简介:张典文(1970,03-),男,汉族,湖南岳阳人,学历:本科,工程师,研究方向:电力营销管理。