

电力市场营销工程管理的探究

朱明俊

(国网重庆市电力公司市区供电分公司,重庆 404100)

摘要:本文将针对电力市场营销工程现状所存在的问题分析,我国电力市场营销工程管理的基本准则,最后结合当代现实问题提出相应的管理条例。

关键词:电力市场;营销工程;管理

[DOI] 10.12231/j.issn.1000-8772.2020.33.098

1 当今我国电力市场营销工程管理现状

为了能够充分的了解我国电力市场营销工程管理的现状,通过实地调研的方式了解到我国当前电力市场营销工程现状不佳,尤其是针对电力市场营销工程的管理这个方面诸多供电企业管理观念淡薄,对于管理方面的知识较为缺乏,具体表现如下。

(1)电力市场营销工程管理者的管理观念淡泊。供电企业在长期以来的经营方式采取的是垄断供电,供电服务水平不高,整体供电服务体系不完整,这样的经营方式不能满足如今的用户需求,也会使得供电企业的竞争力下降,在市场竞争中处于不利地位。最为重要的是,在当今时代的发展要求下,新兴的营销观念更加注重“以人为本”,注重满足于用户的需求,提升用户体验感。将满足广大用户的需求转变为企业发展的驱动力。(2)电力市场营销工程管理机制与当今信息时代发展不同步。近年来随着信息化的不断发展使人们能够生活在一个方便、简单、高效的世界中,信息化的发展能够科学的整合社会中现有的资源,提高社会资源的利用率,对信息的处理达到标准化和统一化。但是就电力市场营销工程管理的电商服务流程来看,流程耗时长,需要的程序繁杂,涉及到的环节较多,这样一种用电业务流程的问题是基础管理工作做不到位,相关企业用户的资料不具备共享功能。所以说这样不同步的发展会直接影响电力企业在电力市场中的竞争力。(3)电力市场营销管理信息系统风险性较大。电力市场营销管理存在技术风险。所谓的技术风险指的是电力营销信息管理系统在设计上存有缺陷与不足,因而会导致信息系统不能够长期稳定地运转且存在的漏洞较多,威胁到信息管理的正常运转。

2 电力市场营销工程管理需要具备的原则

根据上述关于电力市场营销工程管理的现状研究得到需要对我国的电力市场营销工程管理,加强其管理力度,严格遵守相应的管理条例,如下。

(1)充分了解市场行情,满足消费者的需求。对电力市场的行情一定要有一个清晰的认知,了解消费者的急切需求。只有在前期做好这些铺垫工作之后,才能够针对这些需求设计与之对应的电力营销管理方案。对买方市场的需求掌握好了之后,对于提高电力企业在电力市场的竞争力有极大帮助。在此过程中要注意对市场进行调研,最好要到实地去进行市场调研,尽可能对民众和广大消费者的需求有直接的了解。(2)对电力市场营销工程的管理实行法制化。法治化的管理模式,已经被广泛的应用在我国各个行业的管理过程中,并且也已经取得了较为理想的管理成果。在电力市场营销工程的管理中实行法治化管理需要更加注重其科学性。管理条例一定要符合市场竞争原则。电力市场营销工程管理更能够体现管理模式科学性和适用性,这对于电力市场营销工程管理,能够发挥管理模式的最大优势。(3)对电力市场营销工程中的管理结合市场导向。市场导向原则是市场经济条件下企业主体的基本指导方针,因此电力企业的存在和发展必须要以市场为导向。市场导向作为统筹企业生产经营活动的纲领性文件的计划。这就要求企业的管理一定要与当今的具体情况相结合,以市场的需求作为编制计划的基本出发点。因此电力市场在管理过程中坚持市场导向,才能提高电力市场管理

的水平。(4)电力市场营销工程的管理一定要坚持“以人为本”的理念。所谓的“以人为本”理念指的是以人的生活条件来分析和解决与人有关的一切问题。其核心内容就是尊重人,尊重人的特质和人的本质。当前,“以人为本”的管理观念已经深入到我国市场的各个行业当中。与此同时,电力企业是与民众的生活起居有着极大关联的企业之一,供电企业已经要设身处地的为人民着想,提高企业自身的服务理念。针对人民群众的需求调整和改正自身管理模式的弊端,坚持从民众中来到民众中去。电力企业的自身文化建设也应该同步进行,提高企业员工的文化素养,注重企业管理制度的创新与发展,尊重企业发展的客观规律,坚守企业道德底线。

3 电力市场营销工程的管理策略

(1)着重于市场营销管理创新。供电企业针对于当今电力市场发展的客观规律,并结合自身企业生产营销工程管理的弊端制定出具有创新性的管理模式。管理模式一定要符合企业自身的发展方向,并且与当今社会发展的总趋势要求一致。“大众创业,万众创新”是当今市场竞争的大趋势,要想在不断变化发展的市场中突出自身的竞争优势,就必须对其管理模式进行创新,突出企业管理制度的独特性和优势才能够在竞争中处于优势地位。(2)用电市场的范围要不断拓展。供电企业在电力市场营销过程中需要主动去拓展用电市场的范围。用电市场的范围不是一成不变的在对电力市场进行调研,要考虑从哪些方面去拓展用电市场,与此同时对于电力市场的内部发展趋势要进行深入了解,收集与用电企业相关行业对于用电的相关建议,并认真考虑这些建议的可行性和实用性,对于符合企业发展。能够提高企业收益的相关建议要及时进行采纳。(3)健全电力市场营销工程管理结构。健全电力市场营销工程管理结构的主要方式是将工程管理的主要注意力放在提高企业服务水平上,不断对管理结构进行优化和整理。具体表现为:培训相关专业人员的服务态度与服务观念,最主要的是要提高相关工作人员的专业服务水平,要求他们以服务至上的这一种服务理念进行工作,力求给消费者带去良好的消费体验。(4)树立良好的建立企业形象。良好的电力企业形象将作为一个企业的招牌。树立良好的企业形象,可以从两个方面进行。第一个是在企业内部进行质的提升,首先需要对企业的内部员工进行专业的培训,提高员工的专业素质。然后加强企业内部人文制度的建设,在工作中注重创新。第二个是加大对企业的宣传力度,良好的宣传能够给公司扩大知名度,让更多的消费者了解到企业的存在和企业的特色,能够给公司带来长足的发展。

4 结束语

综上所述,电力市场营销工程的管理需要不断提高管理水平,需要不断去了解当今电力工程管理中存在的不足进而改正,具体问题具体分析,对企业管理模式进行创新。企业的发展一定要联系企业发展原则和策略,注重营造一个良好的企业形象。针对于电力企业垄断性,这就要求国有电力企业必须要进行转变,尽早建立属于自己的市场。

参考文献

[1]叶云利.电力营销管理的现状分析及其策略分析[J].农电管理,2020(06):49-50.