

基于互联网+智慧电力营销服务体系建设

毛 炜

(国网湖北省电力公司公安县供电公司,湖北 公安 434300)

摘 要:随着互联网时代不断的进步,目前,电力营销服务体系建设还未能达到标准,所以要从客户的需求进行建设,才能保证电力营销的效果不断提升,本文主要针对互联网+智慧电力营销服务体系建设进行探讨,从而制定合理有效地方案。

关键词:互联网;智慧电力营销;服务体系

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.07.139

1 引言

随着我国信息科技时代不断的发展,在发展的过程中,互联网在应用中存在着非常大的作用,所以在进行互联网+智慧电力营销服务体系建设时,要根据电力企业所发展的方向进行改善,由于电力企业的营销模式,要根据互联网+建设智慧电力营销服务体系进行制定策略,而互联网在运行过程中使用信息率较高,并传播范围比较大,所以要根据建设智慧电力营销服务进行完善,才能让用户体验到更有意义的改善效果。

2 智慧电力营销服务体系的问题

2.1 电力营销效果

电力企业在进行营销服务这方面明显不足,导致营销效果较差,所以要不断加强营销方式,才能保证营销的效果不断提升,在进行改善的过程中要以市场分析进行勘察,电力营销最主要的营销手段是以市场信息进行探讨,从而制定合理的营销方案,才能保证营销服务不断增强。然而,在实际开展营销服务时,信息技术的应用并不能将用户所采用到的信息设备进行预测,导致用户在体验的过程中出现信息不完善的情况,导致电力营销造成严重的影响。对于信息这方面的问题,如果市场不能准确进行预测,从而导致电力企业市场营销的效果不为明显,所以专业人员要不断加强这方面的问题,才能保证信息能够进行准确的预测,从而提高电力营销的效果。

2.2 营销服务手段

随着信息时代不断的发展,电力市场对于现代社会来讲是必不可少的,然而很多企业在进行改善的过程中,并没有明确的目标,导致营销服务的思路 and 模式,只能采用传统模式进行营销,导致营销服务的手段比较老化,从而不能满足当前市场的需求。所以为了能够不断提高电力企业的发展,在进行营销管理工作的过程中,要根据市场进行调查,从而要满足用户的需求,才能保证营销服务效果不断提升,并且在进行营销服务的过程中,要制定合理的规章制度和计划,从而才能准确预测到用户的实际需求。

2.3 营销服务落后

随着社会的发展,目前的营销手段只利用传统模式进行营销,而营销服务手段比较落后,导致电力营销的各个体系出现较多问题,所以电力营销要将从业人员进行培训,从业人员的知识和技术必须要充分把握电力营销出现问题时能够及时进行解决,才能保证电力营销的服务效果不断提升。从业人员要精通营销和服务的理念,才能跟用户进行沟通的过程中,以专业的营销手段和服务理念跟用户沟通,然而,由于电力营销的工作人员对于营销服务方面并不了解,导致在进行营销的过程中,会存在着较多问题。市场营销对于电力企业而言并不重视,为了能够加强市场人才的开发,要对电力营销人员进行培养,才能保证电力营销服务能够不断提升。电力生产和消费进行协调要以广泛性与技术性进行协调,才能将电力市场所出现的问题进行改善,电力营销对于其他营销来讲有着较大的区别,对于从业人员来讲,必须具有较高的素养,才能保证在进行电力营销的过程中,能够为用户服务到更好的服务水平。电力企业要将营销队伍进行培训,从而培养出水平较高的营销队伍,然而,在实际营销时,电力营销服务人员的营销手段并不能将所出现的问题进行解决,所以要不断加强从业人员的各个

方面能力,才能保证电力营销服务的质量不断提升。

3 互联网+智慧电力营销服务体系的方案

3.1 完善电力营销服务体系

随着互联网时代不断的发展,在进行电力营销的过程中,要根据信息化和智能化进行改善,从而才能将智慧电力营销服务系统不断完善,电力企业在进行营销管理的工作中,要以市场为主,并对市场经济所发展的实际情况进行制定方案,从而才能不断完善电力营销管理体系。要将用户的特殊需求结合电力营销管理体系进行改善,才能不断提高市场的实际需求,然而,为了能够让用户体验到更好的服务,在进行改善的过程中,要根据电子商务体系加强营销服务所需要的需求,才能保证电力营销服务的质量不断提升。电力营销系统的信息管理是非常重要的,所以在进行电销管理的过程中,要以安全为主对信息系统进行安全防范,用户在进行登录系统时,要保护用户的个人信息,并对用户的登录方式进行仅一次可登录,如果保存密码登陆,那就会对用户的个人信息造成泄露,从而导致营销的安全产生严重的影响,所以用户在进行操作信息系统的过程中,如果操作不合格时,要及时制止,避免出现信息系统的信息泄露的情况,在进行登录信息系统的过程中,要以工作人员进行操作,才能保证电力营销的安全问题。

3.2 线上电力营销服务

在电力营销服务管理的过程中,可以根据用户的需求开展线上服务,建立出统一网上服务平台,将所有的服务进行一网通办,而线上服务要根据用户的需求做好线上渠道的内容,才能保证客户能够简单进行操作。在建设的过程中,要做好线上和线下的同时进行,用户在线上线下能够同时进行使用,并保证线上进行服务的过程中,线下也能同时服务。用户在进行使用的过程中,要根据用户的需求做好移动作业微软件,才能给用户提供更方便的体验。而线上在进行电力营销服务的过程中,管理者要对用户所用电的信息进行记录,保证信息不能出现泄露的情况,并预测用户所用的电量及电费的具体情况,用户才能及时提交所需要的电费。在进行电力营销系统中,要保证信息的准确性,将客户的需求进行记录,并保证电力供应的安全性。所以电力企业要改善现有的观念,要不断提高电力营销,才能保证服务的效果不断提升。

4 结束语

随着信息时代科技不断的发展下,现阶段的电力销售模式,已经不能满足用户的实际需求,所以电力企业要将互联网+智慧电力营销服务体系建设进行改善,并以市场和用户的实际需求进行改善和创新,才能保证电力营销服务的质量不断提升。

参考文献

- [1]曹敬立.承德电力“互联网+”电力营销为民服务体系[J].通信电源技术,2018,35(11):222-224.
- [2]王志坚.基于大数据平台的电力营销信息化建设分析[J].内蒙古电力技术,2016,34(04):17-22.
- [3]常青云,郑东升.基于互联网+的智慧电力营销服务体系建设探讨[J].科技风,2017(19):49.

作者简介:毛炜(1982,7-),男,民族:汉族,籍贯:湖北公安,助理工程师,学历:本科,主要从事供电营销工作。