

# 电力营销服务精细化管理研究

尹君宇, 华 锐

(国网黑龙江哈尔滨市呼兰供电有限公司, 黑龙江 哈尔滨 150000)

**摘 要:**精细化管理理念在电力营销服务中的应用愈加常见,这源于精细化管理本身的优势较多。通过加强精细化管理,可以提高电力营销服务品质,取得较好的电力营销服务效果。基于此,本文主要围绕电力营销服务精细化管理进行探讨,先阐述精细化管理在该领域应用的意义,主要体现在强化执行落实能力、提升营销工作效率、促进企业长足发展等方面,而后总结精细化管理的主要措施,包含树立精细营销管理理念、规范企业内部管理职能、有效利用电力价格优势、开拓市场份额等措施,希望可以为有关电力营销人员提供借鉴。

**关键词:**电力营销服务;精细化管理;措施

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.13.065

当前电力营销服务工作开展过程中,常常要求工作人员转变服务思想,融入精细化管理意识,提供精细化的营销服务,进而提高整体精细化服务水平。然而,在实际精细化管理过程中,部分工作人员难以认识到精细化管理的重要性,很难落实该项工作。而且缺乏有效的精细化管理方法,很难取得理想的精细化管理效果。故此,有关人员必须对精细化管理给予重视,加强该类知识的学习,并在日常电力营销服务工作中加以有效落实,使得精细化管理水平得到提升,为电力营销服务提供良好的保障。

## 1 电力营销服务精细化管理的重要意义

(1)强化企业执行落实能力。精细化管理的意义较多,强化企业执行落实能力为其中之一。电力营销服务中,精细化管理的落实可以使得业务工作变得规范化与精细化,减少内部矛盾的产生,更有利于业务工作的执行与落实。与此同时,精细化管理的落实,还使得各项成本得到节约和控制,减少不必要的支出,使得电力营销服务资金用到实处,进一步强化执行能力与落实能力,更好的加强电力营销服务管理。

(2)提高电力营销工作效率。俗语有言:“时间就是金钱。”在电力营销服务工作中,时间是不可浪费的部分,更是直接与营销工作效率相关,对于电力影响服务效果具有较大的影响。所以,要求管理者注重电力营销的工作时间管控。而精细化管理理念的落实正好解决了这一问题。通过融入该理念,加强精细化管理模式的应用,使得各部分工作内容都得以精细化,充分发挥出电力营销团队、营销制度的作用,有效缩短工作时间,使得整体电力营销工作效率得到提升,实现电力营销服务水平的提升。

### 1.3 推动电力企业长远发展

管理方式的选择在电力营销服务工作中极为关键,若是选择不合适的管理模式,很容易对电力企业造成不利影响,不仅容易遭受经济损失,还可能出现声誉受损等问题,不利于企业长期发展。所以,合理选择电力营销服务管理模式显得极为重要。现阶段,部分电力企业都选择采用精细化管理模式。通过采取精细化管理措施,各项工作有序开展,减少风险的产生。与此同时,精细化管理理念下,电力营销服务人员的思想认识都有所提升,更有利于发挥出专业人才的能力作用,强化电力企业电力营销的管理,加强企业发展方向的有力引导,更好的推进电力企业进步与发展,减少一些矛盾和投诉的产生。因此,精细化管理的落实具有重要意义。

### 2 电力营销服务中精细化管理措施

(1)树立精细化营销管理理念。要想有效落实精细化管理模式,电力营销服务人员必须转变自身的营销管理理念,提高对于精细化管理理念的认识。具体而言,有关电力企业可以采取培训措施,加强工作人员精细化理念的引导,具体措施如下:首先,加强市场营销理念的转变。在电力营销服务人员培训中,主要培训市场营销的概念、方法,要求营销人员联系企业发展情况,结合市场定位以及调查预测情况进行营销策略调整,使得市场营销方案变得精细化,加强营销管理理念的指导与落实。其次,帮助树立营销创新理念。创新

一直是企业发展的可持续动力,这在电力营销服务中也是如此。所以,在培训阶段,还需要培养电力营销服务人员的创新意识,转变现有的电力营销固有观念,通过不断细化与创新,有助于增加企业竞争优势,更好的开拓电力业务。最后,培养营销服务意识。服务是电力营销中的重点,培养阶段,主要针对电力营销业务中的各项服务内容展开精细化的培训,促使营销人员掌握服务要点,端正心态,更好的参与电力营销服务工作,进而实现电力企业营收能力的提升。

(2)规范企业内部管理职能。为加强电力营销服务的精细化管理,有关电力企业还需要规范企业内部管理职能,以便充分发挥出电力企业内控系统的真正作用,为电力营销服务工作提供良好的保障。首先,提高对于内控系统的重视程度,领导者应当积极组织构建内部控制系统,优化管理职能,使得各项工作变得精细化,方便业务活动的有序开展。其次,加强企业基层管理,投入适当的成本,并加强新型技术的引进,推进电力营销服务精细化管理工作的顺利进行。最后,规范内部管理工作流程,建立健全相关权责分配制度、奖惩激励制度等,促使电力营销服务工作规范性得到提升,内部管理职能更为清晰,同时也能有效发挥各个岗位职能作用,提高电力营销服务精细化管理质量。

(3)有效利用电力价格优势。电力企业可以对日常用电项目进行精细化整理与优化,以弹性价格模型为例,可以采取以下措施:①电力企业需要突破传统管理模式的束缚,通过阶梯电价实现差异化服务,从而督促用户形成良好的用电习惯,实现电力市场的良性运转。②电力企业需要根据用户的不同情况对市场进行分化,通过差异化点发方式,改善用户日常用电中存在的问题。③需要加强市场的开拓,提高电能的使用效率。电力企业需要加强和政府的沟通合作,通过政府对电力市场进行宏观调控,优化电力市场结构。

### 3 结束语

伴随现代化社会的建设与发展,精细化管理思想逐渐深入人心,这在电力营销服务工作中也不例外。电力营销服务人员数量庞大,涉及内容较多,所以电力营销服务工作存在一定的难度。而精细化管理理念的融入可以改变企业内部管理思想,突破旧有的电力营销服务方式,更好的进行营销服务创新与管理,实现电力营销服务管理水平的提升。所以,在未来电力企业发展过程中,有关电力营销服务人员需要把握精细化理念,结合实际情况采取切实有效的营销服务措施,促使电力企业声誉得到提升,收获较多的综合效益。

### 参考文献

- [1]薛艳.电力营销服务精细化管理的思考[J].南方农机,2020(8):252-252.
- [2]韩艳丽.电力营销服务精细化管理分析[J].数码设计(上),2020,009(001):166-167.
- [3]黄秋早.电力营销管理中精细化管理的应用思考[J].技术与市场,2020,027(003):170-171.