

市场经济下电力企业市场营销的创新策略

张 婷

(国网河南省电力公司平顶山供电公司新城区供电公司,河南 平顶山 467000)

摘 要: 结合实际情况认真组织开展电力企业的市场营销管理,有利于提高电力企业的运行管理质量,帮助电力企业实现可持续发展的目标,也能在市场竞争和改革的过程中占据有利的地位。电力营销以及电力企业的运行经济效益之间本身就存在着紧密的关联性,虽然我国在电力企业市场营销方面提出了一些政策和要求,用于推动我国电力市场营销体系的建设完善和稳定发展,但在电力企业的工作过程中,其中仍然存在一些问题和不足,需要对这些问题加以解决。本文结合实际首先明确电力营销的定义以及具体的营销原则,探讨当前市场经济下电力企业市场营销遇到的问题,提出具体的创新策略和方法,希望可以更顺利地促进电力企业的发展和运行。

关键词: 市场经济;电力企业;市场营销

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.31.118

前言

社会经济的进步以及科学技术水平的提高,使我国电力行业进入了稳定发展的关键时期,取得了初步的成果,整个市场竞争环境也变得更加激烈,当电力企业要提高自身的市场竞争力时就要进一步挖掘电力企业的潜力,了解电力企业的发展特点,扩大电力企业的市场营销范围,做好新时期的电力营销管理工作。另外,电力行业作为我国社会经济发展的基础性行业,在社会经济的计划过程中会占据极其重要的比重,也正是随着当前市场经济的快速稳定发展,让电力企业面临着更大的挑战,对电力企业进行市场营销的创新和管控是社会发展的必然,也是适应新时期需求的主要手段,在电力企业市场营销过程中就需要综合了解企业的特点以及群众的需求,让管理的模式得到创新,使营销方法得到改善,为电力市场的持续稳定发展创造更好的条件。

1 电力营销的定义及营销原则

电力企业的发展和运行过程中制定出的营销策略具有及其重要的影响,电力企业的管理效果会直接影响企业最终获得的收益以及企业在市场中的定位,而电力企业中的电力营销是最为关键的业务,也是一种服务性的社会活动。在电力企业发展过程中,充分发挥现代先进技术优势,促进企业营销和推广能更好地帮助电力企业了解整个营销的过程,掌控营销的结构,并根据当前的社会发展情况去创新和调整电力企业的营销策略和方法,让营销的效果得到保障。同时也要在电力营销的过程中建立科学合理的反馈和评估机制,让电力产品的质量得到提升,为消费者提供更加优质的服务。

电力企业的运行以及发展过程中,电力营销会占据极其重要的地位,在电力营销的工作中会逐渐淘汰和摒弃传统经济计划背景下的营销模式,在营销的过程中进行

创新和优化,让营销的效果更好,因此在电力企业开展营销管理工作时就是需要遵循特定的原则和标准开展相应的营销工作,包括数据共享、人才培养以及工作鉴定等基本原则。其中营销过程中的工作鉴定是最为基本的一项原则,主要是要求电力企业的营销管理工作能够严格按照相应的流程 and 标准,认真分析人为因素对于电力营销的成果造成的不利影响,同时基于电力营销的实际情况进行进一步的优化和创新,对于营销过程中各部门工作人员的职责和权限进行划分,使人员对于自身的工作重要性产生更正确的理解,让电力营销的管理质量和水平得到提升。而数据共享的原则是基于当前的数据信息搜集和共享的模式完成数据信息的分类和整理,让市场经济发展的需求得到进一步的满足,最终促进电力营销管理质量的提升,让市场经济背景下电力企业的市场营销创新效果更好,为群众提供更加稳定的电力资源服务^[1]。

2 市场经济下电力企业市场营销遇到的问题

在当前的市场经济背景环境下,营销仍是一个持久新颖的话题,电力市场营销也就是根据当前电力市场的整体发展状况,结合具体的营销理念和思路,应用多元化的营销方法,让更多的消费者对于电力产品以及电力服务的内容和方式产生了解和认可,进一步购买电力产品和服务的过程。当前的市场经济环境变得更加复杂和特殊,而电力企业的市场营销策略直接影响到企业的发展成果,在我国的传统计划经济体制下,电力企业一直以来都处于供不应求的状态下,不需要深入考虑电力企业的营销问题。当前市场经济环境对于电力市场造成了相对应的影响,也让电力企业面临着变革的必要,开展电力企业的市场营销工作,帮助电力企业实现进步。在市场经济背景下,电力企业市场营销还遇到了多元化的问题,包括电力企业市场管理和市场发展之间脱节、电力企业的市场

营销模式相对比较落后以及电力企业的服务态度不良好等,都会导致电力企业的持续稳定发展受到影响^[2]。

2.1 电力企业市场管理和市场发展脱节

现如今有很多的电力企业在发展和建设的过程中开展电力营销工作时,可能并没有完全将电力市场的特殊需求融入自身的整体业务结构组成中,他们将电力营销作为一个独立的环节开展相应的工作。如今人们生活水平的提高,让人们对于电力产品的需求也体现出了多样化的特点,有一部分电力企业中开展市场管理工作以及采取的市场管理模式和当前整个电力市场的发展情况可能会存在着明显的脱节现象,因此导致电力企业在激烈的市场竞争中无法占据有利的地位,也难以体现出自己的竞争优势。虽然是有一些电力企业中的工作人员在思想认知方面存在限制和不足,导致在电力企业的市场营销中存在制约,让电力企业的发展效果并不是十分理想^[3]。

2.2 电力企业市场营销模式较落后

现如今社会的不断发展,促进了生产行业的进步,电子商务模式对于传统的商务模式造成了冲击,形成了一种更加新颖的产业链条,而电力企业在传统的发展过程中采取的市场营销模式主要是通过特定的销售渠道来实现自身的价值,让电力企业的价值循环体系得以建设完成。这种传统的电力企业市场营销方式在应用的过程中显然无法满足当前企业发展的特殊需求,也不能适应市场的发展特点,由于电力企业的市场营销模式相对来说比较落后,管理的制度体系无法紧跟时代的发展脚步。当电力企业的内部管理制度体系不健全,同时群众的岗位职责不明确时,外部电力企业所处的市场经济环境就会产生变化,也会导致电力企业的市场竞争压力进一步增加,出现越来越多管理问题,导致电力企业的持续稳定发展受到阻碍和影响^[4]。

2.3 电力企业服务态度欠佳

实际中,电力企业要在激烈的市场竞争中占据更有利的地位,并且在客户的心目中产生良好的形象,帮助电力企业有良好的口碑并且得到认可,这就需要发挥电力企业优势,让现有的企业资源作用得到充分的体现和应用,为电力企业的客户提供更高质量的服务,这样才能够使电力企业在发展过程中的经济效益得到保障,让市场的经济水平得到提高。但是如今在电力市场中有些工作人员的服务水平并不高,他们的服务态度也需要进一步改善,电力企业就要从服务意识以及态度方面进行转变,让陈旧的服务思想产生变革,也能够认真了解用户的需求,在电力产品的营销过程中为企业的用户提供更高品质的服务。与此同时,由于有一些电力企业在建设和发展的过程中缺乏正确的服务意识和态度,在他们的市场经济中对于自己的定位不够明确,导致很多的问题产生,因此而阻碍电力企业的稳定进步^[5]。

2.4 电力企业竞争意识较低

现如今社会的不断发展加速了电力市场经济改革的脚步,也让社会中的用电需求进一步增加,使电力企业从中获得了快速的发展。但是随着社会经济的变化,在市场经济的调控过程中出现结构方面的不合理性问题更加明显,同时在电力资源的生产过程中,可能整体的模式太过于粗糙和开放,高耗电的产业增长速度又比较快,这就会导致人们的用电需求量进一步增加。如果电力企业要紧随时代发展的脚步,就需要在激烈的市场竞争中发挥自己的优势,提高企业自身的市场竞争力水平,创设更加先进完善的电力营销体系,优化电力营销的流程,提供更高质量的电力营销服务。另外,要达到电力企业可持续发展的目标,就需要了解电力影响的重点,但是当前电力营销企业中普遍存在竞争意识不足的问题,传统的营销策略就无法满足竞争过程中存在的需求,让竞争的效果十分不理想^[6]。

3 市场经济下电力企业市场营销的创新对策

处于当前的市场经济背景环境下,对于电力企业提出了更加严格的要求,怎样才能真正意义上保证电力营销的成果,让电力企业的发展更加顺利、稳定,是电力企业需要去思考的关键问题。在市场经济环境下,电力企业市场营销的过程中,需要进一步优化营销的策略,健全完善营销管理的制度体系,提高企业的竞争意识以及服务水平才能够更顺利地帮助电力企业在激烈的市场竞争中占据有利的地位^[7]。

3.1 健全营销管理制度

电力企业的营销管理工作涉及不同方面的内容,包括电力资源的计量管理、抄表以及业务的变化等方面。在这个过程中,需要电力企业强化对于电力营销的监督管理以及规范性的控制,也需要进一步完善电力营销的管理制度体系,包括提高装表的质量水平、电价的核定管理以及标准化的收费工作等。此外,在电力企业的发展过程中,每一个环节的办理时间都需要获得严格的控制,让工作人员的效率得到了提升,也能够让包装、施工以及验收环节的速度得到保证,在用电的过程中必须要强化质量的考核,防止在抄表过程中产生漏抄、误抄等问题,还需要进一步提升企业凭证管理的规范性效果,在电费的审核环节严格而细致,防止出现电费计算错误的情况。在具体工作中要进行深入分析管理,建设完善的奖励模式,让农村供电所得薪酬分配更加及时,使农村供电所中工作人员的效率 and 积极性得到提升,为我国电力行业市场快速稳定发展奠定良好的基础^[8]。

3.2 优化市场营销策略

在电力企业的营销活动中,必须要进一步优化企业的市场营销策略和方法,关注电力产品的宣传工作。为了确保电力企业宣传工作顺利进行,有必要在相关网站上公开销售商品的详细信息内容,将关注的焦点放在社交网

络的宣传产品方面,与此同时也可以使用更加先进的互联网技术,让企业以及消费者之间形成互通交流的良好局面。通过网络开展商品交易的方式虽然在应用的过程中存在局限,尤其是在落后农村地区的普及性还不强,因此有必要加强农村地区的网络建设工作,提高农村的网络信息建设效果,为农村地区的营销工作开展创造更有利的条件。此外,还需要关注网络营销的管理工作开展,防止在网络营销的过程中产生一些不法的行为,让网络的交易秩序得到维护,使电力企业的发展更加稳定^[9]。

3.3 提高企业竞争意识

如今我国市场经济完善性越来越高,当电力企业要获得快速稳定的发展时,就必须顺应当前的市场经济需求,了解当前的市场经济特点,遵循市场经济发展的原则,提高电力企业的竞争意识,在其发展建设的过程中,将市场的需求作为基础,根据企业自身的情况对市场营销的观念进行转变。要求电力企业对于电力营销工作提高重视度,在电网的建设过程中应用更加科学、合理、先进的营销方式,使企业自身的经济效益得到提高。同时,电力企业开展电力营销管理的过程中,也需要进一步明确目标市场的定位,创建形成更加合理、完善、先进的市场营销机制。另外,当前在社会中电力资源和太阳能资源以及化石燃料之间存在着明显的竞争关系,在电力营销的过程中就需要了解电力资源的优势,尽量宣传清洁能源的观念,让电力资源的市场占有率得到进一步的提升。此外,还需要电力企业了解国家方面的有关政策和要求,在农村的产业化建设发展过程中,努力提高电网的建设质量水平,完善电网的结构,为各地区的人民群众创造更好的用电环境,使农村的电力市场得到进一步的拓展,让农民也能够用电的过程中获得良好的体验,确保电力企业的发展更加稳定^[10]。

3.4 加强营销服务意识

在当前电力企业市场竞争激烈的背景环境下,开展电力企业的营销管理工作需要重视用户服务质量水平的提升,如果电力企业要获得稳定持续的发展效果,就需要始终遵循电力市场经济的原则,提高自身的营销服务质量和效率,在电力企业的营销服务意识提高的过程中要严格遵循以下原则。第一是在电力企业的营销服务过程中了解用户不同方面的需求,使用户对于企业所提供的服务产生更加深刻的感知,同时电力企业也需要对用户的需求产生全面的了解和掌握,为用户提供一些更加有针对性价值的营销服务,使电力企业的服务质量得到提升,当电力企业了解用户需求时,首先就需要做好全面充分的市场调研工作,对于用户需求产生更进一步的了解,使用户获得的服务更好,也能够树立更加坚定优秀的企业形象,让我国电力企业实现持续稳定发展的目标。第二是要树立工作人员服务于整体工作的基本理念,在电力企业营销过程中,主要目的是为普通的用户提供服务,而这

就需要电力企业中的工作人员产生服务管理的思想意识,规范自身的行为,提高电力企业的服务质量和水平,让电力企业的发展效益得到保障。最后还需要树立和明确以人为本的基本电力企业服务营销思想,在企业发展的过程中,整体的服务质量和工作人员的服务管理意识之间存在紧密的关联性,只有工作人员正确认识到电力营销服务的重要价值,才能够让营销人员的服务质量水平得到提升。

4 结束语

总而言之,近些年社会经济建设已经获得了前所未有的发展效果,取得了明显的成就,其中电力市场作为重要组成部分,应当正确理解在电力市场的发展过程中仍然存在很多的不足,导致最终的电力市场营销效果受到了影响,因此需要电力企业结合实际做好电力市场的营销策略规划和创新,让电力企业市场竞争力得到提升,促进产业的健康稳定发展。

参考文献

- [1]张皓.市场经济下电力企业市场营销的创新策略[J].科技经济市场,2021,10:108-109.
- [2]张璐,王超.市场经济下电力企业市场营销的创新策略[J].大众用电,2021,36(02):22-23.
- [3]张菊莲.电力市场开拓及电力企业营销管理策略[J].中国中小企业,2021,11:215-217.
- [4]潘润兴.树立营销新理念实施营销新策略——探析新形势下电力市场营销的现状 & 营销新策略 [J]. 知识经济,2019,13:51+53.
- [5]解培松.市场经济条件下电力市场营销的创新发展[J].纳税,2020,14(02):228.
- [6]张春林.探究电力市场营销在当前经济下的创新发展[J].商业文化,2019,25:19-23.
- [7]代璐.市场经济条件下电力市场营销的创新研究[J].中国市场,2019,11:117+123.
- [8]王倩.市场经济条件下电力市场营销的创新发展研究[J].现代商贸工业,2019,40(17):46-47.
- [9]徐芹.市场经济条件下电力市场营销的创新发展研究[J].中小企业管理与科技(中旬刊),2019,09:135-136.
- [10]张慧琦,张婉琳,王海涛.市场经济条件下电力市场的营销策略[J].黑龙江科学,2019,10(22):124-125.

作者简介:张婷(1993.11-),女,汉族,河南省平顶山市硕士研究生,中级经济师,研究方向:工商管理营商环境优质服务。