

# 电力市场营销中电力营销及电力优质服务的作用

秦丽雪

(内蒙古电力(集团)有限责任公司 呼和浩特供电局托克托分局, 内蒙古 呼和浩特 010010)

**摘要** 电力行业是一个特殊性行业,其生产经营水平和电力市场健康发展有着密切联系。所以,电力企业要树立以市场为主导的理念,在提高电力企业服务水平的前提下,进行电力营销活动,进一步实现经济效益和社会效益相统一。现阶段,我国电力行业发展迅猛,正朝着技术化方向前进,且电力市场营销和电力优质服务在电力营销中占有非常大的比重。所以,电力企业要采用正确的电力市场营销策略,为用户提供优质服务是提高电力企业市场竞争力的重要途径。本文将结合目前电力市场状况,提出电力市场营销和提升电力优质服务的有效策略。

**关键词** 电力市场营销 电力优质服务 电网

中图分类号:F713.5

文献标识码:A

文章编号:1007-0745(2021)06-0039-02

## 1 电力市场状况

### 1.1 电力市场特点

电力行业是我国基础产业,电力与人们日常生活不可分割。我国国民经济发展与电力相辅相成。经济增加使得电力需求增加,同时电力供应量也推动了我国经济的增长。目前,供电服务质量已成为电力企业竞争的重要内容。其中,电力技术方面的问题可以采用维修养护等有效方式进行解决,但是电力企业供电服务质量问题属于客观问题,必须让用户满意才能有效解决。同时,电力行业的发展与供电服务有着密切联系,如果供电服务没有做好,会导致电力市场的发展受到限制。

### 1.2 电力增长与国民经济之间的密切联系

新时期以来,我国人民群众的电力需求持续加大,这种情况也反映出我国国民经济水平的提高。我国国民经济增长率与电力消费增长率有密切联系,对此在国民经济增长的前提下,提高了我国电力消费。提高电力供应量可以有效促进我国经济发展。

### 1.3 电力营销中市场营销的作用

电力市场营销是指在满足用户电力消费需求的前提下,组织的一种营销活动。这种营销活动目的是提高企业自身的优势地位。电力市场的营销过程中,要以先进技术为基础,以电力服务为营销原则。应用网络技术和通信技术,可以在一定程度上为改造电网提供支持。买方在电力市场中占据主要地位,所以电力企业应创设以买方实际需求为主的市场营销模式。在以往的营销理念基础上,跟随时代发展脚步,创设出新型的电力营销模式,为电力市场增添新鲜血液。

### 1.4 电力优质服务在营销中的作用

简单来说,电能服务即在生产 and 消费共同进行的环境下,进行有效服务。一方面,电力优质服务可以为电力企业树立一个良好的社会形象。我国电力产业处于垄断性地

位,但是其电力服务质量还有很大提升空间。目前电力体制不断改革,市场主导了电力能源,不仅可以打破电力价格垄断的状况,还可以使电力企业健康发展。对此,电力企业应结合实际情况,设计出合理的电价方案,通过应用科学的营销管理策略,提高电力企业的服务质量。另一方面,可以满足用户的用电需求。为用户提供服务是电力市场营销的主要内容,因为电力企业存在极大的用电量。对用户进行优质的服务,可以在沟通过程中了解用户的需求,进而制定出有效的解决措施。如今,在电力行业改革的大环境下,电力企业应该规范自身的供电行为,将电力服务水平进一步提高<sup>[1]</sup>。服务是一种无形资产,对促进电力企业可持续发展有积极作用。

## 2 电力市场营销有效策略

### 2.1 健全配置机制

目前,我国电力企业市场管理仍有可提升空间,其电力资源配置结构和人力资源分配情况存在一些问题。所以,在进行市场营销时,电力企业要在实事求是的前提下,对电力资源和人力资源进行科学合理分配。在这一过程中,需要企业各个部门明确部门职责,部门和部门之间要进行有效沟通,才能使相关工作有序开展。与此同时,电力企业应以电力营销政策为基础,设计出有针对性的电力营销计划,预见营销风险。电力企业还可以引进专业人才,并对在岗的员工进行岗位培训,组建专业素质高的营销队伍。为了调动全体员工的工作热情,可以进行合理的奖惩机制,以贯彻营销理念,将资源配置水平提高。

### 2.2 实行服务营销策略

电力企业应对基础性的供电服务进行补充和完善,对用户进行评级,根据不同级别和不同用户的特性进行适当服务,通过这种形式提高服务用户能力。电力企业还要合理改造供电系统,进一步提供优质的电能,最大程度满足用户的用电

服务需求。除此之外,还要不断完善服务体系,更好地满足用户的实际需求,从而完善电力市场的营销策略。

### 2.3 实行价格营销策略

现阶段,电力产品具有固定性,一般只有价格不同。所以,在电能同质量同网络的情况下,相关部门有必要统一产品的价格。产品价格的统一有利于电力市场可持续发展。与此同时,电力企业还可以根据市场实际状况,对目标市场进行细化,根据用户的用电差异制定出合理价格。这种方式可以增加用电利润,比如对于工业用电来说,要应用阶梯型电价。对于生活用电来说,可以根据不同时段进行定价,不仅可以均衡用电高峰期,还可以促进用户用电量的提高。

### 2.4 实行品牌营销策略

电力企业要注重自身品牌的建设,比如在宣传用电过程中,讲解电能环保特点和电能安全特点,进而引导用户改变传统的用电理念。电力企业要想在电力市场中提高自身核心竞争力,就需要发挥自身优势,树立良好的品牌形象,提高品牌口碑。

### 2.5 市场营销创新策略

市场营销创新可以从两方面入手,一是创新观念;二是创新组织。对于营销理念来说,要树立整体营销观念,明确的电力企业满足用户的实际需求目标。电力企业以往采用以消费导向为主的管理模式,应转变以消费导向市场为主的管理模式。此外,还应该在坚持依法运营的前提下,坚持全员营销理念,依照法律法规进行相关工作,进一步维护自身权益。对于营销组织来说,对组织进行创新是电力企业创新业务的前提。电力营销工作应该贯穿营销活动的全过程。同时,还可以制定出有效机制,将用户作为主体,建立起市场营销组织机构。除此之外,可以建立起服务效率体系,使电力企业符合市场发展需求。

## 3 提升电力优质服务的有效策略

### 3.1 转变电力企业的思想观念

为了使电力企业进行优质服务,可以转变企业传统的思想观念。对于所有企业来说,转变传统思想尤为重要,可以促进企业健康发展。在电力市场竞争中,电力企业应以服务市场为重点,通过优质服务,获取良好的经济效益。电力企业应该顺应时代发展,及时更新思想观念,以提高自身服务水平。除此之外,电力企业应以用户至上作为经营理念,更好落实优质服务。

### 3.2 保证电网稳定运行

电网稳定运行是电力企业提供优质服务的基本要求。为了保证电网稳定运行,还要应用高质量的电力设备。在安装电力设备过程中,相关人员必须严格遵循正确的安装流程,尽量避免因为安装问题导致电网运行不稳定。其次,在调试电力设备过程中,相关人员要保证电力设备各项指标符合要求。最后,在设备运行时,要按照标准运行,尽量避免设备出现违章情况。在维护人员进行设备维护过程

中,要及时发现设备存在的故障,并有针对性的信息维修保养,从而使供电连续运行,最终达到提高电力服务的质量水平的目的<sup>[1]</sup>。

### 3.3 构建电力营销服务管理机制

在如今市场经济环境下,构建电力营销服务管理机制,对电力企业运营进行管理,可以使电费管理等项目顺利进行。同时,这种管理机制可以对电力用户的用电需求有一定的掌握,可以及时发现用户遇到的用电问题,有针对性的解决,最大程度满足用户的要求。将电力服务和电力营销进行融合,可以使电力企业的服务更加高效。

### 3.4 加强与地方政府和企业的联系

电力企业为掌握所在地的电力发展情况,有必要与政府部门进行一定沟通。电力企业对当地电力发展情况有所了解后,要对电力进行合理规划,进而保证为用户提供有针对性的优质服务,同时电力企业还应与所在地的企业进行沟通,因为当地企业是用电量较大的用户。所以,有必要与其进行联络,掌握其用电需求,才能更好地提供优质服务。这样不仅可以使当地企业快速发展,还可以使自身快速发展。

### 3.5 建立并完善营销服务管理体系

与网络技术有效结合,建立并完善营销服务管理体系,实现电力企业服务优化,不仅可以规范电力企业的营销行为,还可以使营销流程更具电子化。用户在享受服务的过程中,就可以享受到相应的营销服务,这种管理体系可以将营销和服务有效结合,拓展了电力企业的服务功能,满足了用户用电的实际要求,使其信赖电力企业。营销服务管理体系以优质服务为前提,促进技术的发展,有效结合科学和人文技术,可实现电力企业发展需求。

### 3.6 培养工作人员的专业素质

工作人员的专业素质是提高技术水平和电力企业服务质量的前提。通过企业的教育培训,使全体工作人员树立服务意识,并在电力服务工作中进一步落实。电力企业要根据实际服务的基本内容,有针对性的强化技术人员的专业水平,使其对电力问题进行有效把控和处理。

## 4 结语

总之,在社会主义市场经济快速发展的背景下,电力市场面临的竞争压力巨大,在这种情况下,可以通过电力企业市场营销工作和优质的服务来提高电力企业的核心竞争力。对于电力营销来说,可以采取健全配置机制、市场营销创新等策略。对于电力优质服务来说,可以采取转变电力企业的思想观念、构建电力营销服务管理机制等措施,提高电力企业的市场竞争力。

## 参考文献:

- [1] 王秋洁. 智能电网技术背景下电力营销模式设计与应用研究 [D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2018.
- [2] 陈一玲. 电力市场营销策略及优质服务在其中的作用研究 [J]. 营销界, 2019(19):28,30.