

Analysis of Electric Power Marketing Management Strategy under the Background of Electric Power Market Reform

Jingli Le Jiayan Chen*

State Grid Zhejiang Electric Power Co., Ltd. Ningbo Power Supply Company, Ningbo, Zhejiang, 315000, China

Abstract

Under the trend of electric power market reform, electric power enterprises need to seize the trend of development and make timely changes in order to cope with the needs of the development of The Times, especially with the intensified market competition and the market environment of technological innovation, the electric power marketing management strategy also needs to be upgraded. In this dynamic era, it is necessary to re-examine the status quo of power marketing management and analyze how to maintain the competitive advantage in the fierce market competition. This paper first studies the principles of electric power marketing management, and then analyzes the electric power marketing management methods based on the reform of electric power market, hoping to provide effective methods for the development of electric power enterprises.

Keywords

power market reform; power marketing; management strategy

电力市场改革背景下的电力营销管理策略分析

乐璟黎 陈佳嫣*

国网浙江省电力有限公司宁波供电公司, 中国·浙江 宁波 315000

摘要

在电力市场改革的风潮下, 电力企业需要抓住发展的潮流及时作出变化以应对时代发展的需求, 尤其是随着市场竞争的加剧和技术创新的市场环境下, 电力营销管理策略也需要升级。在这个充满活力的时代, 需要重新审视电力营销管理的现状, 分析应该如何激烈的市场竞争中保持竞争优势。论文研究了电力营销管理的原则, 分析了基于电力市场改革的电力营销管理办法, 希望可以为电力企业的发展提供有效的办法。

关键词

电力市场改革; 电力营销; 管理策略

1 引言

电力营销管理作为关键环节对于企业的发展有重要作用, 探讨在新形势下应该怎样制定有效的电力营销管理策略, 主要也是为了能够应对市场的变化的挑战, 通过对电力市场改革的背景分析以及对电力营销管理策略的研究, 有望为促进行业的健康发展打下良好的基础。

2 电力营销管理的原则

2.1 市场导向

企业必须了解市场需求、竞争格局以及潜在客户的偏好, 通过市场导向, 让企业根据市场需求调整产品制定更加

精准的营销策略, 提高市场反应速度, 从而在竞争中保持优势。

2.2 客户导向

在竞争激烈的市场环境中, 客户满意度对企业的长期发展有重要意义, 因此, 企业需要将客户放在首位, 重视提升客户体验并建立良好的客户关系, 结合个性化的服务和定制化的解决方案来满足客户的需求, 从而赢得客户的支持^[1]。

2.3 创新

随着科技的不断发展和市场竞争的加剧, 企业需要利用创新的态度保持竞争力, 创新主要体现在产品和服务上, 尤其是营销策略、渠道管理以及客户互动方式的各个方面, 在创新过程中让企业开拓新的市场空间, 提升品牌影响力, 进而达到想要的可持续发展。

2.4 合作共赢

在电力行业中, 各个环节之间存在着密切的联系, 企业要重视积极与供应商、合作伙伴以及其他利益相关者合作, 共同开发市场, 做到资源共享, 尽快实现互利共赢, 在

【作者简介】乐璟黎(1984-), 中国浙江宁波人, 本科, 经济师, 从事电力营销研究。

【通讯作者】陈佳嫣(1985-), 中国浙江宁波人, 本科, 工程师, 从事电力营销研究。

合作共赢过程中让企业及时整合资源,降低成本,提高效率。

3 电力营销存在的主要问题

3.1 电力市场价格不合理, 电力营销管理水平不高

在一些地区, 电力市场存在价格垄断、价格操纵的情况使得电力价格虚高, 消费者负担加重, 这种不合理的电力价格会直接影响企业的生产经营成本, 还容易降低企业的竞争力, 让行业的发展受到制约, 同时不合理的电力价格也会让资源配置不合理, 直接影响社会资源的有效利用。在电力营销领域的一些企业还存在着市场分析不足以及营销策略不明确的问题, 这容易让市场竞争力下降, 客户满意度降低, 因为电力行业的特殊性, 电力企业需要具备较高的营销管理水平, 但目前企业在这些方面存在着不足, 这会让电力营销效果不佳。此外, 不合理的电力价格也会让企业在营销过程中存在更多的问题, 这样一来直接就让企业的市场竞争力下降^[1]。

3.2 电力营销管理信息化程度不高

信息化程度低说明企业不能利用现代信息技术手段对市场进行分析调研, 无法准确把握市场需求的变化, 这也会直接影响企业制定营销策略的准确性, 使得企业很难能够适应市场的快速变化, 从而影响企业的竞争力。在信息化程度低的情况下, 企业不能做到对生产、销售、物流等各个环节的全面监控, 容易出现信息不畅、信息孤岛的问题, 使得企业的决策效率大大下降, 而且信息化程度低还容易让企业在资源配置以及成本控制的方面存在隐患, 这直接会让企业的长期发展受阻。在信息化程度低的情况下, 企业也无法及时了解客户的需求, 不能给客户个性化产品, 让客户的满意度大大下降。

3.3 缺乏专业能力强的电力营销人员

在竞争激烈的市场环境下, 需要具备专业知识、技能的电力营销人员来应对市场的变化, 但是若是企业本身没有专业能力强的人员, 就很难制定出符合市场需求的营销策略, 也很难能够把握市场动态和客户需求, 这会直接影响到企业在市场上的地位。在电力行业中, 客户对于产品的质量要求较高, 更加需要专业能力强的电力营销人员来提供专业的服务, 但是企业目前针对专业能力强的人员储备不足, 所以在日常工作中很容易就会出现服务不到位、沟通不畅的问题, 因此会影响到客户的满意度。

3.4 电力营销管理信息虚假

部分企业为了获取市场竞争优势, 会故意夸大产品性能、虚构产品优势, 这样做也是为了能够吸引客户或者获取竞争优势, 然而一旦这些虚假信息被揭露将严重损害企业的信誉和声誉, 使得消费者失去信任, 因此会影响企业的长期发展。消费者在购买电力产品或者使用电力服务时也会依赖于企业提供的信息进行决策, 但是若是企业提供的信息是虚假的, 这会让消费者误解产品性能、功能和服务内容, 使得消费者的利益受损, 甚至引发消费纠纷。而且有的企业习惯

于利用虚假宣传的手段获取不正当竞争优势, 这会严重扰乱市场竞争秩序, 使得市场资源的不合理配置^[1]。

4 基于电力市场改革的电力营销管理办法

4.1 促进电力营销管理工作人员的素质提升

电力营销管理工作人员需要具备扎实的电力行业知识, 了解电力行业的政策法规、市场形势和产品技术方面的知识, 以此来更好地理解市场需求, 及时制定营销策略和服务客户, 同时需要掌握市场营销的基本理论, 以此来逐步提升自己的营销能力。除了专业知识水平, 电力营销管理工作人员还要注意强化自己的沟通能力和团队合作精神, 在电力营销工作中重视与客户、合作伙伴以及内部团队之间的良好沟通, 要求电力营销管理工作人员提高自己的口头表达能力和书面沟通能力, 清晰地表达自己的观点, 能够与他人进行有效的沟通, 并要求他们提高自身的团队合作精神, 积极与团队成员密切配合来共同完成工作任务, 进而实现团队的目标。另外, 由于在电力营销工作中经常会遇到各种各样的问题, 所以更加需要工作人员迅速反应找到解决问题的方法, 要求电力营销管理工作人员提高自己的问题诊断能力, 快速分析问题的根源, 以此来制定有效的解决方案, 并重视思考新的营销模式, 以便可以更好地适应市场的变化和需求的变化。此外, 为了激励电力营销管理工作人员的发展, 还要注意结合设立奖励制度、晋升制度的方法来激励工作人员积极参与学习培训工作中, 以便能够更好地提升自己的专业能力, 同时为工作人员提供晋升通道和职业发展机会, 让他们有更多的发展空间, 从而大大激发其工作创造力。

4.2 提高信息化水平, 及时构建电力数据库

电力企业要重视及时引入先进的信息技术以及管理系统, 建立起覆盖市场调研、客户管理以及销售跟踪这些各个环节的信息系统, 达到对信息的全面管理, 为企业提供更全方位、精准化的信息支持。同时还要重视加强对市场、客户、产品、竞争对手各类数据的采集整合, 构建起全面准确的电力数据库, 这些数据库要注意将信息数据库、市场信息数据库、产品信息数据库都包含在内, 为企业有效的数据支持, 以便帮助企业更好地把握市场动态, 可以及时了解客户需求。另外在建设电力数据库的过程中, 也要重视对数据安全和隐私保护的问题, 及时建立起完善的数据安全管理体系, 提高数据的安全性以及完整性, 通过这种方式主要是为了防止数据泄露, 保护客户的个人信息和企业的商业机密, 从而更好地维护企业的声誉。值得注意的是, 为了推动信息共享和协同合作, 需要重视进一步促进电力企业之间的合作共赢, 电力行业中存在着大量的数据资源, 但是由于各个企业之间信息孤岛、数据壁垒的问题比较严重, 这容易导致信息资源的浪费, 还容易导致利用效率低下, 所以要求电力企业积极推动信息共享, 利用建立数据共享平台的方式做好信息的共享^[4]。

4.3 创新电力营销服务模式

基于电力市场改革的电力营销管理办法中,创新电力营销服务模式的构建主要是为了能够让电力企业竞争力得到提升,并能够满足客户的需求。首先要重视推出多元化的产品以及服务,满足不同客户群体的需求,由于随着电力市场的变化,客户对于电力产品的需求也在发生明显的变化,这就让传统的电力产品无法完全满足客户的需求,所以电力企业要重视创新产品,及时推出符合市场需求的多元化产品这样做主要是为了能满足不同客户群体的需求,使得客户满意度得以提升。其次要注意及时采用智能化技术来提升电力营销服务的智能化水平,及时利用智能化技术建立起智能化的电力营销服务平台,结合使用智能电力营销APP、智能电力营销网站来为客户提供便捷高效的电力营销服务,同时利用互联网思维来打破传统的营销模式,以此来达到对电力营销服务的线上线下融合,为客户提供立体的电力营销服务体验。再次要重视利用电力营销服务生态圈的方式来为电力企业与客户、合作伙伴之间达成多方合作共赢,电力营销服务生态圈需要让电力企业、客户、合作伙伴等多方参与的一个共同体,然后结合共享资源、共建平台的方式完成资源的优化配置,在电力市场改革的背景下,电力企业需要积极参与到电力营销服务生态圈的建设中,加快与客户、合作伙伴共同合作,让电力营销服务得以优化升级。最后还需要结合使用精准营销以及个性化服务的方式加快提升电力营销服务的精细化水平,及时完成个性化定制,能够利用大数据分析以及人工智能来对客户完成精准定位,了解客户的需求,以便为客户提供个性化的电力营销服务,同时建立客户关系管理系统和营销自动化系统,以此来对客户做好全程跟踪^[5]。

4.4 强化竞争意识,构建完善的电力营销管理体系

通过树立竞争意识的方式来尽快认识到市场竞争的激烈性,因为电力市场改革带来了市场的开放,这要求电力企业时刻保持警惕,可以尽快认识到市场竞争的激烈性,从而增强自身的竞争意识。然后需要以客户为中心的营销理念,

注重客户需求,结合市场导向,为用户提供更加优质、个性化的产品和服务,进而满足客户的需求。为了促进市场调研和竞争分析的效果,需要重视了解市场环境,及时把握市场机遇,通过对市场的分析,让电力企业抓准市场需求以及客户偏好,及时为制定营销策略和决策提供数据依据。最后利用科学有效的营销管理体系做好营销管理的规范化处理,营销管理体系作为电力企业实现营销目标的保障,结合市场营销规划,完善销售管理,确定客户关系,同时重视借鉴现代化的管理理念以及管理方法,及时建立起科学有效的营销管理体系,通过制定完善的营销管理制度以及流程,找准各项工作开展过程中的具体责任,进而更好地提高营销管理的效率水平。

5 结语

综上所述,电力市场改革是一个充满变化的时代,电力营销管理策略的演进与创新将决定企业的今后发展态势。在竞争激烈的市场环境下,电力企业需要加快竞争意识的提高,重视加强市场调研,并注意通过建立营销管理体系的方式来推动信息化水平的提升,加快构建与时俱进的电力营销管理策略,从而让电力企业能够应对市场的变化,尽快实现长期稳健的发展。

参考文献

- [1] 姜志新.基于电力市场改革的电力营销管理分析[J].现代企业文化,2023(20):33-36.
- [2] 杨泽材,马嘉慧.分析基于电力市场改革的电力营销管理[J].科技经济市场,2022(9):98-100.
- [3] 徐圣勋.分析基于电力市场改革的电力营销管理[J].现代工业经济和信息化,2022,12(1):253-254.
- [4] 吕萍.基于电力市场改革的电力营销管理探讨[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2021(5):15-16.
- [5] 刘晓文.电力市场改革背景下的电力营销管理策略分析[J].冶金管理,2020(21):111-112.