

供电企业电力营销优质服务提升解决策略

秦 瑶

国网陕西省电力有限公司西咸新区供电公司 陕西西安 712000

摘 要: 我国的电力企业在新的市场发展趋势下面临着许多的挑战, 电力企业必须持续改进自身不足才能符合市场的发展需要。电力营销工作是供电企业的重点工作之一, 电力营销工作的质量对于供电企业的良好发展起着重要的作用。但是就目前的状况来看, 电力营销工作是不符合供电企业的发展要求的。所以供电企业想要不断发展必须提升电力营销工作的质量, 为用户提供优质的服务。本篇文章的主要内容是分析目前供电企业的电力营销服务工作的现状, 并提出相应的解决措施。

关键词: 供电企业; 电力营销; 优质服务

Power supply enterprise power marketing quality service improvement solution strategy

Yao Qin

State Grid Shaanxi Electric Power Co., Ltd. Xi Xian New Area Power Supply Company, Shaanxi Xi'an 712000

Abstract: China's electric power enterprises are facing many challenges under the new market development trend, and the electric power enterprises must continue to improve their own deficiencies to meet the development needs of the market. Power marketing work is one of the key tasks of power supply enterprises, and the quality of power marketing work plays an important role in the good development of power supply enterprises. But in terms of the current situation, the power marketing work does not meet the development requirements of power supply enterprises. Therefore, if power supply enterprises want to develop continuously, they must improve the quality of power marketing and provide users with quality service. The main content of this article is to analyze the current situation of the power marketing service of power supply enterprises and put forward the corresponding solutions.

Keywords: power supply enterprise; power marketing; quality service

引言:

在市场经济背景下, 能源作为人类社会生存和发展的重要支撑因素, 其重要性日益凸显。而电能作为人们生活中不可或缺的重要能源, 如今已经成为推动社会发展的重要动力。人类社会对电能愈发旺盛的需求, 使得供电企业逐渐成为了市场经济发展中的先行官, 处于行业领先地位。然而, 由于供电长期处于供方市场, 使得供电企业在电力营销、服务方面比较薄弱, 缺乏应有的服务意识, 电力营销理念落后等因素, 影响了供电企业的长足健康发展。现阶段, 供电企业应当结合社会发展的需要, 不断完善电力营销、提升服务质量, 从根本上满足人们对供电的具体需求, 方能实现自身可持续发展的目标。本文结合当前供电企业电力营销服务方面存在的问

题, 探索提升供电企业电力营销优质服务的提升策略。

1. 供电企业电力营销优质服务的重要性

供电企业中电力营销优质服务表现在使用各种正确合理的方式为用电用户提供高效的服务, 并保证满足用户对于电力需求, 还需不断提升供电企业形象及市场竞争力, 以此来保证供电企业能够获取更多的经济效益。因为优质服务作为新型的营销方式, 可以在提升电力服务水平的基础上提高用户满意度, 也是为了企业建立良好形象打下基础。此外优质服务还能够促进企业提升实力, 也能够保证企业不断地进步与发展^[1]。

2. 供电企业电力营销服务质量现状分析

供电企业作为我国经济的重要产业, 其发展对于社会经济的增长有重大的意义, 因此为了提高企业的经济

收益, 现代供电企业应当注重自身市场竞争力的发展, 转变传统的经营观念, 做到以服务用户为准则, 提高自身对电力市场的服务优化管理。

在当前国家政策之下, 供电企业之间需要自由的竞争, 以此来获得更多的电力用户青睐, 进而提高自身经济的收益, 但供电企业竞争的核心力量就在于面向电力用户的服务质量。供电企业的服务质量主要是通过电力营销环节来体现, 因此工作环节需时常与电力用户接触, 并要与用户保持密切的沟通。在此前提下, 说明供电企业的服务质量提高路径, 就在于如何优化电力营销的工作细节^[2]。

此外, 在现代市场当中还依旧存在部分传统的供电企业, 此类企业在观念上依旧认为电力供应会出现供不应求的现象, 因此其认为在与电力用户的关系中, 自身还是处于主导地位, 关于服务的质量没有提高的必要。而此现象同样反应出供电企业电力营销服务质量提高, 存在这观念转变的问题, 需要在此问题上寻找突破的路径。

3. 当前供电企业电力营销服务存在的问题

3.1 缺乏应有的服务意识

我们知道: 长期以来, 供电处于供方市场且处于垄断的地位。正是因为供电企业所处的这种市场地位, 使得其在电力营销服务方面比较薄弱: 一方面, 缺乏应有的服务意识是当前供电企业电力营销服务存在的比较明显的问题。而之所以存在类似的问题, 与供电企业长期的供方市场密切相关。缺乏服务意识, 直接导致供电企业在电力营销的过程中, 忽略客户的实际需求, 尚未充分认识到客户需求的重要性, 进而使得供电企业提供的电力营销服务与客户的实际需求不符, 这将会直接影响供电企业的长足健康发展; 另一方面, 缺乏优质的、高水平的营销队伍, 是导致供电企业电力营销服务滞后的又一因素。纵观供电企业的电力营销队伍, 文化程度偏低, 年龄结构趋于老龄化是普遍存在的问题。正是因为营销人员的知识水平难以跟上时代发展的步伐, 使得其在面对新技术、新设备时, 掌握能力低下, 不能科学运用新媒体开展营销服务工作, 直接影响了供电企业电力营销服务工作水平的提升^[3]。

3.2 电力营销手段滞后

在新市场经济模式下, 电力营销的手段应该有所改进, 不能继续沿用传统的营销方式。但是大部分的电力企业并没有采取新的营销手段, 仍然采用传统的营销手段, 而传统的营销手段一般就是等待用户自动上门寻求帮助, 然后再对其进行简单的宣传, 这种营销手段的效

果显而易见, 导致企业失去大量的潜在用户。我们应该知道, 电力营销的对象是那些有用电需求的用户, 电力营销应该采取新的营销手段, 主动对这些用户进行宣传。

3.3 电力营销服务意识相对薄弱

电力营销过程中如果没有树立起专业且明确的服务理念, 就会使得服务人员对于用电用户的需求没有足够的重视, 在工作过程中很难做到优质服务用户。即使目前很多供电企业也在加强电力营销工作管理, 但没有积极转变传统的营销理念, 使得很多服务工作过于形式化, 因而工作人员的服务意识相对薄弱, 使得服务质量受到一定影响。

4. 提高供电企业电力营销服务质量的路径

4.1 转变传统观念

传统的观念势必会导致供电企业的市场竞争力下降, 其在市场当中的接受度会愈降低, 使得自身经营收益逐渐下滑, 而对于此类现象进行分析后发现, 造成传统观念的主要原因在于供电企业依旧认为电力作为社会短缺、必备的产品, 其依旧会出现供不应求的现象, 从而此类企业就会保持自身传统的做法^[2]。而对此类公司的观念行为进行总结后可以看到, 此类公司首先存在对现代市场认知不足的现象, 并且自身没有良好的营销服务意识, 所以要对提高此类供电企业的服务质量, 就需要以转变其传统观念为最终目的, 加深企业对现代市场的认知, 进而逐渐培养其营销服务的意识^[4]。

具体措施: 首先需要向传统企业讲解现代电力市场的格局, 使其明白因为现代售电组织的多元化, 电力资源交易已经从传统的“多买单卖”转变为“多买多卖”形式, 从而企业需要更强劲的竞争力来维持自身的生存与发展, 其次需要促进企业了解现代电力市场的多元化特点, 进而逐渐培养其营销意识, 以此来将制定相应的电力营销制度, 并逐渐完善其中的细节, 例如营销方式等。

此外, 传统供电企业的观念转变一定要贯彻的落实下去, 因供电企业一般规模较大, 其中涉及到许多不同阶层的人员, 如果不能完全将观念转变进行贯彻, 那么就会形成转变无法体现于电力市场当中, 进而转变的效果就无法体现。

4.2 建立完善的电力营销体系

为了更好地提升电力营销服务水平, 需要建立完善的电力营销体系, 并改善原有的传统体系。还需要对于电力营销的职能范围进行优化, 将用户服务与业务发展作为重要的电力营销工作进行开展。此外还要加强营销的售前服务等, 要以用户需求为基础条件, 并在完善的

电力营销体系基础上加快供电企业的发展^[5]。

4.3 树立良好的电力营销服务意识

常言道:思想是行动的指南。针对当前供电企业电力营销服务意识薄弱的现象,笔者认为:供电企业管理层应当树立优质的电力营销服务意识,全面提升自身的服务能力。首先,在市场经济的大背景下,服务已经成为了保证企业竞争力的关键要素。因此,供电企业从管理层到一线员工,都应当树立服务至上的思想观念,通过为客户提供优质、高效的服务,在整个社会树立良好的企业形象,提升企业的竞争力;其次,不断提升供电企业的服务能力。电力产品是一种特殊的商品,这种产品属于单向产品,即产品一经售出,将不能退换,且电力产品的质量直接影响群众生活的质量。因此,要想不断提高群众的满意度,供电企业需要不断提升自身的服务能力,加强宣传和推广工作,强化群众对供电企业产品的认知,进一步拉近与客户之间的关系,通过优质的服务工作,树立良好的企业形象。

4.4 建立良好的营销模式

首先,建立一个消费者能够自由进入的网络平台,用户可以不通过任何中介去反应问题,或者查询用电量的详细情况,工作人员也可以通过这种方式进行工作总结,做好反馈工作,但是同时又要避免这种方式的弊端,加以完善。电力营销工作中,用户是主体,在对用户进行服务之前,要了解用户的信息,明确责任落实,将责任细致划分,如果出现问题,要及时找到相关工作

人员进行责任承担,不要出现互相推卸的情况。^[6]。

5. 结语

总之,电力营销优质服务是供电企业的重点工作之一,电力营销服务水平对于供电企业的良好发展起着重要的作用。但是就目前的情况来看,电力营销服务工作不能满足电力企业的发展需求,电力企业内部缺乏对电力营销服务的重视、营销手段相对落后。想要提升电力营销服务的水平,需要供电企业树立良好的服务意识、建立完善的电力营销服务体系和良好的营销模式,除此之外,还可以借助互联网之便,实施线上线下一体化办电,整合营销。这样才能提升电力营销优质服务,促进电力企业的良好发展。

参考文献:

- [1]李珊珊.供电企业电力营销优质服务提升途径浅析[J].工程技术:全文版,2016(11):185.
- [2]杨月芳.关于供电企业电力营销优质服务提升途径研究分析[J].工程技术:文摘版,2016(12):286.
- [3]程欣欣,张瑜.关于供电企业电力营销优质服务提升途径研究[J].工程技术:文摘版,2017(1):296.
- [4]孙笑冬.关于供电企业电力营销优质服务提升途径研究[J].企业改革与管理,2016,06:98.
- [5]郭薇.浅析新形势下如何做好电力企业电力营销及优质服务[J].价值工程,2019,3820:86-88.
- [6]祁凤婷.提升供电企业电力营销优质服务策略分析[J].科技创新与应用,2015(30):179.

