

农村电力市场营销存在问题及改进措施建议

夏 静

(扬州三为电力有限公司,江苏 扬州 225009)

The problems and improvement measure suggestions on rural electric power marketing

XIA Jing

(Yangzhou Sanwei Electric Power Co., Ltd., Yangzhou 225009, China)

摘要:分析目前农村电力营销管理工作中存在的服务质量、电能供需关系、电价等方面存在的问题,针对农村电力营销管理工作,提出相关改进措施,为提高农村电力市场的营销管理水平提供参考。
关键词:农村电力市场;电力营销管理;经济效益;社会效益

Abstract:The article analyzed the present situation of service quality, power supply and demand relationship, price and other problems in rural electric power marketing management. In view of the rural electric power marketing management, it puts forward relevant improvement measures, in order to improve the management level of rural electric power market marketing and to provide the reference.
Key words: rural electricity market; electricity marketing management; economic benefits; social benefits

中图分类号:F407.61 文献标志码:C

1 农村电力市场营销中存在的问题

1.1 服务质量有待提升

电力行业是关系国计民生的重要行业,与普通居民的日常生活有着密不可分的联系,因此,电力营销管理是一项十分特殊的工作。在农村,垄断体制的影响使得许多电力企业的营销人员不良服务态度一直沿袭至今。一些电力企业员工对顾客的需求和期望往往缺乏近距离的深入了解,对顾客反映较多的问题没有及时进行相应的备案处理,甚至在很多时候采取视而不见的态度。这些问题对电力企业的社会形象造成了不良影响。

1.2 电能质量有待提高

电能是电力企业的最终产品,电力的稳定供应是连接企业与客户的关键要素,电力企业为客户提供可靠的、稳定的电能至关重要。但是,目前农村仍然存在着电能供需不平衡的问题,电能质量不稳定降低了农村电力企业经营质量,也有损于农村电力企业在客户心中的社会形象。长此以往,对电力产业的发展十分不利。由此,农村电力企业有必要采取措施,为客户提供高质量的电能,既要保障电能连续稳定输送,又要确保输送电压和输送频率在国家标准范围内,以平衡电力供需。

1.3 电价机制需要完善

市场经济中,价格一直是市场实现资源合理配置的重要杠杆之一,但至今没有建立科学、合理、系统的农村电力定价机制,导致电价的制订并不以市场为依据。在农村,电价的调节和导向作用也不显

著,且未以生产运营成本为参考,而主要以政府部门的工作指令为依据,往往成为影响农村电力企业营销的消极因素之一。

1.4 电力市场营销分析不到位

目前,农村电力企业的市场营销分析不到位,在一定程度上影响和制约着电力企业的发展。农村电力企业的营销分析工作大多表现在宏观层面,用电价和电量2个主要指标来衡量电力企业市场营销工作的有效性。然而,此类指标对农村电力企业市场营销工作的进一步开展并不具有现实意义。

1.5 营销人员业务素质较低

农村电力企业工作人员的思想观念仍然比较守旧,市场意识不强,服务意识弱,难以适应时代的发展。农村电力市场营销工作的技术水平较低,以人工操作居多。随着信息化程度的深入,电力市场营销分析工作必将实现信息化、智能化,人工操作技术手段不仅耗时费力,而且不够科学。农村电力市场营销工作人员的综合素质水平低,主要表现在学历低、工作能力有限等方面,直接影响电力营销工作质量。目前,有的电力企业市场营销工作人员来自于其他部门的调配,既缺乏专业知识,又缺乏工作经验,对电力企业的市场营销工作不利。此外,农村电力企业市场营销工作缺乏深度,响应速度不够快,与现代化电力工业发展不相协调。

2 解决对策

2.1 注重提升服务质量

注重提升服务质量是解决电力营销管理工作

收稿日期:2017-02-20

问题的基础和前提。在提升服务质量的过程中,电力营销管理人员应端正服务态度,努力为广大电力客户持续提供热忱、完善的服务,以利于树立电力企业优秀形象。在提升服务质量的过程中,电力企业应在便民咨询、故障抢修和设施建设等方面进行相应的细化工作,从而确保可在任何营销流程和环节中都将服务工作做好。应充分考量自身的优势、劣势、机会和挑战,促进电力营销管理工作的深入开展。

2.2 开展专业管理培训

为提高电力市场营销水平,农村电力企业应加强市场营销分析工作,以促进企业更好的发展。农村电力企业可以从以下几个方面开展工作。

首先,更新工作人员的思想观念,培养和提高其市场意识。一方面,要求工作人员将客户需求置于工作首位,一切工作从客户的需求开始,到满足客户需求结束;另一方面,加强工作人员对市场营销工作重要性的认识,提高服务能力,树立良好的企业形象。

其次,电力企业应加大技术投入力度,促使市场营销和营销分析工作实现信息化。建立系统的市场营销分析网络,提高市场营销和营销分析工作的技术水平。加强对从事市场营销工作人员的业务培训,以提高营销人员的业务素质。

2.3 拓展营销渠道

倡导农村电力企业广泛应用信息化技术,为拓展营销渠道提供基础保障。农村电力企业可运用科学的营销管理策略,特别是针对那些业务不明确或只能提供电力的企业,拓宽营销渠道更为重要。在促销的策略上,必须要在充分了解市场需求的前提下,制定具有可操作性的措施,并要有严格的监管制度,同时在生产经营各个环节上加以监督。在价格战略上,在现有的用电标准上,制定更加有针对性的电价标准。

2.4 注重职业道德规范培训

现代市场营销人员应具备的素质包括:良好的品德、渊博的知识、良好的心理素质、较强的公关能力等。农村电力企业应根据市场需求,为企业的营销人员提供培训和锻炼的机会,这其中不仅要有职业技能的培训,更要有职业道德规范的培训。农村电力市场的营销人员是以市场为导向的,而市场是瞬息万变的,所以具体到每一个营销人员是否具备抓住有效信息的能力,这对于企业应对市场变化来说,是具有举足轻重的作用的,所以加强营销人员职业道德规范的培训也非常重要。

2.5 树立正确的市场营销观念

目前,我国电力企业面临着激烈的市场竞争环境,所以实现企业和社会效益的最大化尤为关键。为此,我国农村电力企业必须提高市场服务能力,以市场为风向标,根据市场的实际需求而调整市场供给。农村电力企业要有计划、有目的地转变企业经营管理模式,兼顾社会效益和自身利益。

新形势下,农村电力企业要结合当前电改方向和“互联网+”时代特征,积极开拓市场服务空间,增强企业竞争力,促使企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

3 结束语

随着我国经济向高层次的发展,农村居民、企业对电力能源有着更高的要求,而农村电力企业只有通过不断的创新营销策略和加强企业管理,才能满足当代农村地区的多元化需求。在现阶段,农村电力企业应该结合信息社会的特点,积极创新市场营销,进一步开拓市场服务空间,提升企业的经济效益及社会效益。D

广告索引

南京捷泰电力设备有限公司	(封面)	江苏苏源高科技有限公司	(封底)
南京华设科技股份有限公司	(封二)	深圳市科陆电子科技股份有限公司	(广01)
江苏方天电力技术有限公司	(封三)		