

# 试析供电企业市场营销组合战略

苗埔 孙军

国网河南淮阳县供电公司

DOI:10.18686/bd.v1i6.451

**[摘要]** 随着电力体制改革的不断深入,电力市场在供求方面已由“卖方市场”转为“买方市场”,电力市场的消费群体对电能的产品质量和服务质量要求日益提高,而供电企业现代市场营销的理念尚未完全形成,市场营销战略模糊、定位不清。因此,明确目前供电企业的市场营销状况并实施积极的营销战略,是供电企业营销工作的核心问题。

**[关键词]** 供电企业;市场营销;战略

电源在国家的能源市场上具有举足轻重的作用,电力产业是我国国民经济的基础产业,是支撑我国经济快速、稳定发展的源动力,而电力营销作为供电企业经营管理的核心业务,是决定供电企业生存与发展的关键所在。然而,随着我国电力体制改革的不断深化,市场形势的不断变化,供电企业电力营销工作将面临着更多的问题和挑战,原有计划经济时代的营销方式已经不能适应市场经济发展的需要。供电企业在加强管理、提高效率、降低成本的同时,必须使电力营销观念由生产导向转为以顾客需求为导向的市场营销新理念,电力营销工作需要面向市场、面向客户,以服务为宗旨,以效益为中心,在不断调整和优化业务流程的基础上,通过规范化管理,完善营销策略,进而降低企业经营风险和经营成本。

**1 观念创新。要认清经营新形势,树立起电力营销新观念,尽快实现两个转变**

1.1 思想观念转变到以市场需求为导向,以效益为中心的轨道上来。要树立竞争观念,在价格、质量和服务上誓与煤、油、气销售行业比高低,通过竞争不断扩大电力销售市场;要树立价值观念,以科学合理的电价和优质服务的办法促进电力销售;树立供求规律观念,调整营销策略,把解决用电卡脖子问题、社会上缺电的问题作为扩大电力市场的重点来抓;树立全心全意为客户服务的观念,变“客户围绕电力转”为“电力围绕客户转”,使满足客户的需求成为供电企业不断努力的方向;树立依法经营观念,一方面以严格遵照执行已有的法律法规开展营销工作;另一方面要学会、掌握并进而善于运用法律手段维护供电企业合法权益。

1.2 从以计划用电为主转变到以电力营销为主的轨道上来。供电企业员工尤其是开展营销服务的员工,其思想观念要完成从旧的计划用电管理模式到市场营销模式,从计划用电、限制用电到促进用户合理用电、安全用电的转变,企业管理模式要完成从生产管理为主到以市场营销为主的转变,要主动研究市场、开拓市场。一切围绕市场转,全心全意为客户。

## 2 市场创新

随着国家产业结构的调整和市场经济的推动,社会对电的依赖性会越来越强,电力在终端能源消费中的份额也必然会越来越大。电力市场有许多空档,是“卖不掉”与“买不到”和“买不起”同时并存的市场。供电企业要根据具体情况,适应市场变化,及时调整营销管理,开拓电力市场。从当前看,市场创新的要点是:(1)尝试让利促销经营策略,在对大中型高耗能企业生产经营了解的基础上,对确实能通过降低电价、且能保证售电量和结清电费的企业,我们实行电价优惠,可以取得较好的效果。(2)以市场需求为导向,合理调度,对城乡所有配电线路敞开供电,不拉不限,并采取鼓励措施,动员大负荷用户在低谷时段满负荷运行,最大限度地向市场推销电力。(3)开拓好城乡居民生活、农村、三产等具有长期发展潜力、前景广阔的大市场。(4)最大限度地减少检修停电次数和时间,实施零点检修作业,从检修中抢电量。(5)开发能改善电网运行状况,有利于环保和企业效益的低谷电消费市场。与此同时,要解决制约用电市场发展的具体问题,比如:城乡用电卡脖子问题,以及农村户户通电问题,等等。通过市场创新,能够在买方市场总格局下挖掘局部性的卖方市场,开拓区域性的卖方市场,营造阶段性的卖方市场。

## 3 注重服务时效——提供快捷的服务

要实施全员、全天候、全过程的快捷服务策略,每一位员工都有义务及时解答客户提出的用电业务及相关问题。实行首问负责制,客户找到时,“主动接待、主动带路、主动解释、主动为客户排除困难、主动将处理情况快速反馈给客户”,最大限度地减少客户办事时间,做到有电供得出,供电可靠性好,电能质量高。一旦发生用电故障,用电抢修“95598”能风雨无阻地提供紧急服务。

## 4 增加服务项目——提供主动、优惠服务

以优质服务为核心,在行动上首先要改变以往“人求于我”、“坐等上门”的工作作风,主动增加承诺服务的项目,树立一批优质服务的“示范窗口”和先进典型,并逐步推广。其次要变“客户找电”为“电找客户”,千方百计让客户早用电,用好电。在积极主动服务的基础上,尽可能地推出对供电企业和客户双方都受惠的服务项目。4.拓宽服务

领域——提供有偿增值服务。据调查:大部分居民用电户不懂电,他们中有孤寡老人,有妇女儿童,还有的人虽懂电但公务繁忙没有时间去做。平时遇到此类问题他们只有求左邻右舍或亲朋好友帮忙,没有一个正规的服务组织上门服务。推出用电增值服务项目,可填补这一空白,让广大居民用上安全电、便捷电、放心电、满意电、和谐电。为客户创造价值的同时实现供电企业的价值,也是“优质服务进万家”的具体实践。

### 5 技术创新

5.1 大力促进科技与市场营销的结合,加快实施对电力市场营销全过程的计算机网络化控制与管理,开发符合市场需求和适应各供电企业自身特色的电力营销软件,促进营销流程应用电子商务技术。

5.2 在供电企业现有营业管理信息系统基础上,加速营销环节电子化业务流程管理。建立需求预测、合同管理、负荷管理、工程管理、表计资产运行管理、划账付费等计算机网络信息系统。

5.3 建立全方位、多层次的服务网络系统,推进网络电子付费方式,方便客户网上交费。通过用电计量设备方面的创新,大力推广高精度、长寿命、多功能的电表,并使其具备有效防止智能窃电的功能,以遏制窃电歪风屡禁不止的势头。第四,在营业场所宣传以电代油、以电代气、以电代柴的新型电气产品,引导电力消费,刺激用电需求,积极推进用能结构的合理调整。

### 6 优化配置营销负责人

选拔品格素质优秀、文化知识素质全面、业务能力素

质强的干部作为营销部门负责人。直接从事营销的部门和单位领导岗位要充实和配备善经营、懂管理、掌握法律、财会、计算机等相应专业知识的人才。对供电市场需求的变化,能做出快速的反应,在维护用户利益的基础上,保证供电市场营销效益的最大化。

### 7 优化配置好营销人员

必须重视企业营销环节的人力资源开发,全面提高营销人员的职业道德和思想政治素质、操作技能、服务意识,将文化层次较高、责任心强、思路清晰的人才充实到供电营销一线中去。

### 8 提高供电营销岗位人员的待遇

以高待遇激励更多的政治、文化和业务素质好的供电营销人才竞争到供电营销岗位,从而造就一支新型的供电营销队伍,以适应市场变化和开拓电力市场的需求,促进供电企业的创新发展。

### 9 加强营销人员的培训工作

为了提高现有营销人员的综合素质,要加强营销人员的岗位培训工作。定期向他们灌输市场营销、法规、财会和用电等专业知识,进行营销职业道德教育,不断更新营销人员的业务知识,以适应供电市场营销工作的发展。

### 10 结束语

供电企业若要获得良好的发展,必须改革思想理念,注重管理营销模式的创新。其中,改革工作必须以市场营销为中心,供电企业的任务主要是营销工作。企业必须转变市场营销理念,制定科学合理的营销战略,主动为客户提供优质的服务,以确保电能营销市场健康稳定的发展。