

# 浅谈电力营销管理创新路径建设

伊成龙

(淮安三新供电服务有限公司淮安分公司, 江苏 淮安 223221)

**摘要:**在我国大数据时代的背景下,电力企业面临着越来越激烈的市场竞争。如何为电力用户提供优质服务,提高用户的经济效益,对电力企业的市场竞争力具有重要意义。搞好电力营销管理是发展电力企业的前提。本文对电力营销管理的相关内容进行了研究。简要分析了电力营销管理过程中存在的一些问题,为电力营销管理创新提供了有效的措施,希望能为电力营销管理的发展做出贡献。

**关键词:**电力营销管理;电力企业;电价收购风险

## 1 电力营销管理存在的问题

### 1.1 电力营销管理设计理念落后

进入21世纪,我国经济快速发展,在市场经济体制下,我国电力企业由于长期的垄断,对于市场经济体制的变革没有一个清晰的认识,服务落后,人事思想也比较保守,市场营销管理方式也遵循传统的管理模式,跟不上时代的发展。低效率的电力营销管理模式不能适应时代发展的需要,同时也制约着电力企业的发展。改变旧的电力营销模式是实现电力营销优化创新的关键。如何为客户提供高质量的服务,在客户是上帝的信念时代,我们需要重点关注。电力企业要提高企业的经济效益,成为社会的一个基准,需要认真了解市场形势,转变经营管理模式,提高经营者的服务水平。让电力营销管理在实际工作中,无论是服务态度还是工作效率都能让顾客满意<sup>[1]</sup>。

### 1.2 电力营销方式不够完善

电力公司一直处于垄断经营模式,垄断经营模式势必会阻碍电力营销管理方法的发展趋势。随着市场经济体制的迅速发展,电力公司长期以来在销售市场上失去了精确的影响力。电力部门与其他行业之间的最大区别在于,它必须迅速满足客户的需求。但是,在现阶段,电力营销管理机制还不够完善,导致电力公司服务项目效率高,效率低。许多地区的电力公司已经严重摆脱了社会发展,无法合理地使用当前的大型信息系统来执行数据处理方法。

### 1.3 电力营销缺乏系统化

如何提高电力营销管理能力,是电力企业服务项目客户的关键日常任务之一。电力营销管理信息系统的长期缺乏将危及电力营销的有效性和高效率。许多电力公司已经意识到系统化不足的不利影响,并逐渐采取了某些有效措施来摆脱困境。传统营销管理方法和传统营销方法的概念是导致电力营销管理方法缺乏系统化的关键因素。尽管许多电力公司已逐渐使用电子计算机和数据分析将其集成到销售市场中,但是它们的应用水平仍然很低。电力公司的许多员工无法完全掌握电子信息技术,也无法协助公司进行市场营销。

## 2 电力营销管理方式的自主创新

### 2.1 不断创新管理方法设计与理念

如果电力公司想要在市场需求的蓬勃发展,则它们必须准确而准确地定位销售市场并提供精确的服务项目。为了更好,准确地分析市场需求,每个人都必须使用互联网大数据来执行信息内容,获取合理的信息内容并以多种方式使用它。根据电力客户的潜在需求,明确提出了科学研究,有效,详细的电力销售营销管理机制。在电力营销管理方法的整个过程中,员工

应学会从电力客户的角度思考同理心,发现电力营销管理方法的整个过程中存在的不足。及时处理问题,立即处理,从源头上改变营销管理机制,提高电力企业的服务水平<sup>[2]</sup>。

### 2.2 降低基于自主创新和协作的电价收购风险

顺利执行电费购买是确保公司身心健康的基本前提。根据销售市场的具体情况,有必要独立创新电源管理机制,以降低购电风险。根据数据的统计分析,深入分析和深入分析将把进口关税的获取风险降低到可控的范围。在信贷服务的基础上,我们对购电周期实施了贷款担保,并在可接受风险范围内为客户采取了合理的管理方法。它还可以使用Internet大数据对自己和电力公司执行逐步的管理机制,分析其公司资产,制定相应的管理方法和对策,并降低未来购买电价的风险。

### 2.3 利用互联网大数据向客户提供准确的服务

随着社交网络的普及,各种营销主题活动都与Internet紧密相连。在电力企业的发展趋势中,还应深刻理解互联网技术的必要性。充分利用互联网提高工作效率。充分利用互联网大数据,分析客户的日常消费习惯和消费情况,准确选择目标客户。针对此类目标客户,进行分析和科学研究,制定有针对性的人性化营销,增强目标客户的自我认同感。您还可以使用数据分析来找出哪些电力客户对电力产品有要求,并以需求为导向,改进营销方法,并向客户显示准确的服务项目。精确的服务项目还可以增强香港在销售市场上的竞争力<sup>[3]</sup>。

## 3 结语

在新时代的特征下,电力公司再次继续使用传统的单电营销管理机制,长期以来一直无法融入激烈的市场需求。我们必须与时俱进,为电力客户提供准确的服务项目。改变原始的营销管理机制是一个复杂的整个过程,需要在各个方面进行勤奋工作。在电力营销创新管理的全过程中,有必要大力加强电力企业管理人员,高度重视电力营销管理方法。在大数据发展的背景下,电力公司管理者应更加重视自主创新营销的必要性,并根据销售市场的发展趋势和公司的具体情况制定科学,规范的系统管理。它不仅可以促进电力企业的发展趋势,而且可以促进我国经济的发展趋势。

### 参考文献

- [1] 何毅. 基于大数据视角的电力营销管理创新路径探析[J]. 经贸实践, 2017(23):190.
- [2] 黄敏, 王平. 大数据时代电力营销管理创新路径探析[J]. 现代营销(下旬刊), 2017(10):65.
- [3] 彭硕佳. 信息化条件下电力营销理念及管理创新探析[J]. 电子测试, 2016(24):170+164.