电力营销管理中精细化管理的应用

潘翠婷，刘子佼

（国网宁晋县供电公司，河北 邢台 055550）

摘　要　在电力营销管理中应用精细化管理，能够有效提高电力企业的营销水平，促使电力企业能够以更低的成本、更高的效率、更优质的服务实现对电力企业市场的占领。精细化管理是指在工作中，将所有工作都进行细化、量化，对每一个环节、每一项工作都进行具体细致的计划和安排，按照计划有条不紊地进行。精细化管理中，目标明确是基础，全面实施是重点，细节完善是关键。在电力企业中，精细化管理的应用能够对企业生产经营全过程进行掌控，对电力营销管理工作中出现的各种问题和不足进行解决和处理。精细化管理要求相关工作人员在日常工作中要树立精细化管理理念，制定完善、科学、合理的各项管理制度。

关键词　电力营销；精细化管理；技术创新；营销模式；员工素质

中图分类号：F406　　**文献标识码**：A　　**文章编号**：1007-0745(2023)03-0064-03

由于各种信息的大量使用，电力公司采集的资料既要进行存储，又要进行量化的统计和分析。因此，在市场营销中，要降低对传统观念的依赖，更多地依赖于数据的分析和处理，从而提高企业的创新经营水平[1]。本文针对当前营销工作中出现的问题，提出了加强营销人才培训、创新营销方式、完善营销体系等措施，希望为进一步提升营销服务质量提供参考。

1 注重基础管理，健全内部管理制度

在电力营销管理中应用精细化管理，首先要对电力营销的基础工作进行规范和细化。具体来说，就是要根据相关规定，将电力营销中的工作流程细化成更加明确、具体、详细的标准，并且形成一系列相关的规章制度，按照规章制度开展电力营销工作。在此基础上，还要根据实际情况，建立相应的奖惩制度，让员工明白哪些工作需要做，哪些事情不能做。

在进行电力营销时，电力企业要想保证营销工作能够顺利开展并取得良好效果，就需要根据自身情况建立相关的规章制度。例如可以依据自身实际情况建立相关的奖惩制度、责任制度等。在对员工进行考核时，可以将绩效考核与工资奖金相挂钩，以促进员工积极性、主动性以及创造性。通过绩效考核能够实现对员工工作态度和业绩的评价。如果员工能够在工作中始终保持高度负责、认真负责的态度，就能够使其获得相应的报酬，而这种报酬也会成为员工继续努力工作的动力。员工通过自身努力得到自己应得的报酬后，就能够增加对企业的忠诚度和责任感，使其能够在未来更好地为企业服务。[2]

对于一些不具备责任心或者不负责任、没有上进心的员工来说，就要对他们进行适当的处罚和惩戒。在进行处罚时要以精神层面为主进行惩戒，而不是以物质层面为主进行处罚。因为精神层面处罚更多是体现员工的责任心、积极性以及主动性。因此，在对员工进行处罚时不要直接对其进行物质方面的惩罚，这样会使他们认为只要犯了错就会受到惩罚。在对员工进行精神方面的处罚时可以采取多种多样的形式。例如在日常工作中如果出现问题和错误时可以对其进行通报批评；如果发现有严重错误和问题时也可以通过书面形式将问题反映给上级领导，让其找出相关责任人进行解决等。

在日常工作中，相关领导要督促和监督各部门、各单位管理人员做好日常工作；同时还要建立健全各项内部管理制度和工作流程等。通过精细化管理能够使电力营销管理工作得到良好效果。因此要想保证电力营销管理能够顺利开展并取得良好效果，就需要从基础做起。

2 加强技术创新，完善技术基础

随着电力营销算机科学、网络技术、通讯技术等先进科技不断发展和完善，电力企业需要对管理工作中应用精细化管理，需要加强技术创新，完善技术基础，对电力企业营销工作中出现的问题和不足进行有效解决。在电力营销管理过程中应用精细化管理，要求相关部门对市场进行科学、合理的分析，并在此基础上建立一个完整、科学的数据体系。相关部门要加强对电力企业的调查和了解，掌握市场动态，并根据市场

需求以及自身优势制定出相应的电力营销策略。在我国社会经济不断发展、人民生活水平不断提高的情况下，用电需求也在不断增加，电力企业要想提高自身的经济效益，就要根据自身实际情况制定出科学合理、操作性较强的电力营销策略。因此，在进行精细化管理工作时，电力企业要结合自身实际情况制定相应的计划。

另外，对电力企业进行精细化管理需要相应的技术基础作为支撑。在我国社会经济不断发展的背景下，我国发电方式和输电方式不断丰富。传统火力发电方式已经不再适用于现阶段社会经济发展情况和人们的日常生活需求。当前，我国大量使用风力发电、太阳能发电等新型能源作为发电方式，然而在这些新型能源应用过程中产生的问题也逐渐暴露出来。由于风力、太阳能等新能源具有一定的不稳定性和不可控性，并且人们在使用过程中不能确保将电能完全消耗掉，因此现阶段我国能源利用效率并不高。对此现象，我国电力企业必须要充分利用新型能源优势、技术优势实现对传统能源优势的超越和替代。为了能够实现对传统能源的替代和升级，需要加大对新型能源研发力度，并将新能源优势应用到电力营销管理工作中去。

同时，为了使电力企业在社会经济发展过程中能够获取更多的经济收益，提高自身市场竞争力和经济效益，就要利用好我国科学技术发展优势和人才储备优势开展相关工作。例如在电力企业中应用精细化管理技术时需要相关工作人员对先进信息技术进行应用和推广。通过在电力企业中应用先进信息技术能够有效提高企业营销管理水平。电力企业在运用先进信息技术时还需要关注技术的更新速度和效率问题。随着计相关工作人员进行专业培训，并加强其对新技术、新知识的学习和掌握程度，这样才能保证相关工作人员在工作时能够更好地运用先进科技手段提高工作效率、保证工作质量。[3]

除此之外，我国还需要加强对电力企业营销管理工作人员的培养和培训力度，确保相关工作人员具备较高的综合素质、专业素养和丰富经验。通过以上两方面的努力能够有效地提高电力企业营销管理效率和质量。

3 转变营销观念，创新营销模式

精细化管理理念要求相关工作人员要转变传统的营销观念，树立全新的市场营销观念。要以顾客为中心，在市场研究、顾客服务、产品推广等方面实现精细化管理。在实际工作中，相关工作人员要针对不同客户群体开展差异化服务，切实提高自身的市场竞争力。企业应充分了解电力用户的消费需求，根据不同用户的特点制定相应的服务方案，保证电力用户能够以最大限度地满足自身的需求。

精细化管理对电力企业员工素质提出了更高的要求。员工的综合素质会影响到电力企业的发展与运营，为了满足当前市场发展需求，需要通过提高员工素养来保障企业利益。要加强员工培训力度，提升其业务技能，从而不断提高企业整体服务水平，促进企业健康发展。

3.1 强化企业文化建设，员工精神家园

企业文化建设是提升员工对自身工作认同感、归属感，提高工作积极性的重要措施之一。在具体工作中，需要对传统文化与现代文化进行有机结合。如利用广播、电视等媒体和互联网等新媒体开展多种形式的企业宣传活动，吸引员工的注意力并增强其积极性；通过开展形式多样、丰富多彩、寓教于乐等形式多样的文娱活动提升员工对企业文化认同度和归属感；通过举办座谈会、拓展训练等方式让员工体会到在企业工作的幸福感和荣誉感；通过组织篮球赛、羽毛球赛等活动增进同事间情感交流。此外，还要创造良好和谐的工作氛围，让员工真正做到快乐工作、幸福生活。[4]

3.2 积极引入激励机制，发挥员工主观能动性

激励机制是调动员工积极性、主动性、创造性和提高工作效率等重要手段之一。在具体工作中，可通过奖励机制调动职工积极性；通过奖勤罚懒推动工作进程；通过荣誉制度给职工带来荣誉感和成就感等方式来实现激励效果。

在电力营销管理中应用精细化管理理念，能够有效地激发企业内部人员工作积极性和创造性。在实际工作中，为了实现精细化管理目标及效果，需要以企业目标为基础进行管理模式改革及创新，对电力营销管理中出现的问题进行分析和解决。例如：根据实际情况制定符合电力市场发展需求的营销策略；对电力营销管理人员实行动态考核机制；对销售业绩排名靠前的工作人员给予一定数额的奖励；对电力客户经理进行奖惩等措施。

3.3 实行激励机制，开展星级服务评比活动

实施星级服务评比活动能有效调动员工积极性和创造性，使员工更加主动地为顾客提供优质服务、解决客户问题和困难、与客户建立良好关系、维护客户权益等。此外，可以通过定期开展星级服务评比活动来提高企业整体服务水平和营销能力等。

3.4 运用智能电表实现自动化、信息化管理模式

随着现代科学技术的不断发展和进步，智能电表

逐渐走入大众视野中并且逐渐成为人们生活中不可或缺的一部分。智能化电表能够有效地降低人工成本、提高工作效率及准确性；对电能数据进行实时采集、传输和分析将直接影响到电力企业的决策及管理工作；此外，智能电表能够及时地对用户用电情况进行分析，避免电能浪费等问题发生。在智能电表全面推广后，电力企业能够通过智能电表提高管理水平及供电效率并实现对电力营销工作中存在问题与不足的解决与处理。

4 建设营销队伍，提升员工素质

在电力营销管理中应用精细化管理，需要电力企业不断加强营销队伍建设，提高员工素质，注重员工个人能力的提高。

一是要求电力企业要对现有的员工进行培训，让其能够适应新时期、新形势下电力营销的要求，通过不断培训使其能够具备现代化电力营销意识，提升他们在市场上的竞争力，使他们在日常工作中能够不断学习新知识、新技术，掌握更多营销技巧。

二是要求相关部门对现有员工进行培养和教育。要求相关部门要重视对现有员工的教育工作，促使他们能够掌握新知识、新技能。在日常工作中提升他们的工作能力和水平，使其能够更好地满足市场需求。

三是要求电力企业在工作中注重对员工个人能力的培养，让每一个员工都能够具备终身学习的意识，使他们能够树立终身学习、不断提升自己的理念。同时，电力企业还要注重培养人才队伍建设和培养，吸引优秀的人才加入电力营销队伍中，使他们不断加强自身能力和素质。在日常工作中通过对优秀人才的激励和培养来促进优秀人才队伍建设，这样可以有效提升电力企业的市场竞争力和市场形象。

5 实行标准化作业，强化过程管理

标准化作业是指在实际工作中，要按照企业制定的工作流程，按照规范的标准要求，进行规范化的操作，按照流程、制度进行操作，从而实现标准化作业。通过对各个环节和过程进行规范化、标准化管理，能够保证电力营销管理工作的有序进行，并且能够提升工作质量和效率。同时，对工作标准、操作流程的制定和标准化作业流程的形成，也有利于电力营销管理人员加强对员工的培训力度，提高员工的专业素质和综合能力，提高电力企业整体水平。[5]

电力企业在实际发展过程中要结合自身实际情况制定详细、科学的营销管理方案。同时，要对各个部门的职能进行合理划分，使各个部门之间能够相互配合、相互协作。在营销管理中应用精细化管理理念的基础上，还要充分发挥考核制度的作用。为了能够保证考核制度能够发挥其作用，企业要对营销管理人员在日常工作中表现出来的态度、素质和能力进行综合评价和考核。并且通过对营销人员各方面表现进行严格地考核可以保证营销人员能够按照统一标准严格执行工作流程、规范行为方式、规范工作标准、提高工作质量。通过这种方法可以将不合格、不胜任的人员淘汰掉，使其有更多机会表现自己，从而对企业产生积极的影响。

另外，在进行营销管理过程中应用精细化管理还可以对客户服务进行规范化和标准化管理。在进行客户服务时要从客户角度出发，为客户提供方便、快捷、优质、高效服务。在规范化服务的基础上还要对服务流程进行严格化管理。

6 结语

综上所述，随着我国电力市场改革的不断深化，电力营销管理中存在的问题逐渐暴露出来，如市场意识淡薄、营销管理人员素质不高、客户服务不到位等。这些问题的存在使得电力企业的经营发展受到严重制约，因此，电力企业要想实现健康可持续发展，必须加强对电力营销管理工作的重视。在电力营销管理中应用精细化管理能够对原有管理模式进行优化，促使电力营销管理工作中存在的不足得到解决。在新时期背景下，我国电力企业应强化精细化管理理念，培养员工精细化工作意识；应不断完善我国电力营销管理体系、建立健全各项规章制度；应注重对客户服务质量和服务水平的提高，同时要不断提升员工的整体素质水平。此外，为了进一步提高电力营销管理水平和工作效率，相关部门应加强对新技术、新设备的应用力度。在保证市场正常运行的前提下，要不断提高自动化技术应用水平、强化对供电设备日常维护力度等。

参考文献：

[1] 傅世勇 . 电力营销管理中精细化管理的应用探讨 [J]. 建筑工程技术与设计 ,2017(18):3038.
[2] 冼心培 . 电力营销管理中精细化管理的应用探讨 [J]. 中国高新技术企业 ,2017(07):256-257.
[3] 卢威 . 信息化分析电力营销管理中精细化管理的具体应用 [J]. 科学与信息化 ,2017(22):151,153.
[4] 曾文正 . 电力营销管理中精细化管理的应用探讨 [J]. 工程技术研究 ,2021,02(08):125-126.
[5] 黄秋早 . 电力营销管理中精细化管理的应用思考 [J]. 技术与市场 ,2020,27(03):170-171.