

农电营销智能化的技术方案研究

■ 周文超，毛志英

(益阳湘能农电服务有限公司桃江县分公司，湖南 桃江，413400)

一、引言

当前社会发展中，全球信息一体化成为发展趋势，电力企业为了实现可持续战略发展，必须高度重视客户关系管理，不断加强核心竞争实力。电力企业能够为社会现代化建设、市场经济提供保障，各行业发展都离不开电力支持。高度重视电力营销工作，确保用户享受到优质的电力服务，已经成为新形势重要内容。注重电力企业营销管控，对企业收入影响大，为了实现企业长久稳定发展，必须不断提升营销水平，为客户提供优质服务。对于农村电网而言，致力发展其智能化电力营销体系，对于提升农村电网运行管理具有重要意义。

二、电力营销概述

电力营销属于综合性服务，其面向所有接受电力服务的用户，电力营销具有及时性、优质性和全面性等基本特点和要求，目前电力企业已经满足了绝大部分用户的用电需求，具有全面性的特点，但其在优质性和及时性方面仍存在诸多不足，与现代技术的结合，对软硬件系统加以运用，能够做到配电系统的信息化管理，实现了及时性和优质性，对于电力营销这一服务内容来说，这是有力的技术支持。

三、电力营销重要性

在社会经济发展水平不断提升的背景下，人民群众工作生活中的用电需求量也逐步提升。伴随电力行业市场改革工作的进一步开展，供求关系的变化也逐步加快改革速度。现如今电力企业已获得了全新的市场发展空间，就供电需求间的矛盾进行定位与认识，通过制度优势以及模式创新来推动改革发展进程，充分满足广大人民群众生产生活用电需求，为人民群众提供经济、安全的用电环境，全面提升人民群众的服务满意度。

第一，电力行业市场的外部环境形势极为严峻，电力企业内部存在诸多类型矛盾，而外界的社会舆论等因素也同样给企业发展带来了巨大的影响。伴随社会进步的发展，很多新兴能源被开发与使用，电力企业的传统供电模式以及服务方式已经受到了时代考验，越来越多的人民群众更倾向选择

经济型、服务型的供电企业，绿色能源作为优选能源，给我国传统电力企业带来了极大的影响。为此需要重视电力营销以及优质服务，为人民群众提供更为优质的用电体验，帮助电力行业获得更多的客户资源，推动电力企业的进一步改革发展。

第二，早期电力行业是垄断性质的，从管理模式来看存在一定的弊端，管理人员无法全面、清晰地认识内部管理矛盾，电力企业的工作人员也缺乏工作积极性，电力服务缺乏创新性，严重影响电力企业的稳定性发展。电力营销模式作为推动电力企业的重要运营模式，电力企业管理人员需要重视电力服务与产品之间的关联性，将优质服务作为促进电力企业可持续性发展的关键性因素。

第三，伴随人民群众生活水平的不断提升，现如今电力用户更加关注非物质形态需求，这对于电力服务提出了全新的发展挑战。为此电力行业需要树立以“客户为中心”的营销服务理念，并作为处理企业形象的评价指标之一，进一步增强电力企业的核心竞争力。

四、农电营销存在问题

(一) 营销管理机制不健全

电力营销智能化表现的主要特征就是便利、快捷、高效，而对电力营销管理的要求，就是要使得信息处理更加标准化，合理化。但我国目前很多电力企业的用电业务流程非常复杂多样，而且环节过于烦琐，这与目前电力营销智能化建设要求是不匹配的。而且由于我国电力基础管理工作能力较弱，很多用电消费者的消费档案和相关资料不足，会直接导致业务无法正常办理，从而也无法让信息得到有效共享。

(二) 智能化建设认识不足

作为电力企业的管理者，需要给予电力营销管理更多的重视，主要原因是它会对电力营销智能化建设带来直接的影响。就目前看来，我国很多电力企业在真正开展工作过程中，没有深入认识到电力营销智能化的重要性，也没有对电力营销智能化的概念进行明晰，很大程度上制约了我国电力企业营销智能化的发展。

（三）传统农村电网防护措施比较滞后

传统电力网络中，如供电合同、用电合同、电费电价等信息记录都是记录在营业档案之中，其与电力企业及用户利益息息相关。因此，信息档案管理一旦出现问题，会对双方造成一定损失，严重情况下会引起法律纠纷。而传统农村电力企业往往只重视基础建设方面，对于营业信息的保管不够重视，导致相关档案信息缺乏完善保护措施，电网结构不完整，难以实现营销系统智能化建设。

（四）服务水平滞后

基于供电企业本身经营及地位的特殊性，其市场化发展尚有不足。还未能实现“管理型”至“服务型”的有效转变。相关工作人员，对营销理念的认知还存在与简单的执行工作方面，主动服务意识不强，缺乏责任心及事业心。与此同时，电力用户在《电力监管条例》的实施背景下，对于电力企业营销服务质量要求有所提高，不再满足于传统的服务标准，容易产生不满情绪。

五、促进农电营销智能化研究措施

（一）树立智能化电力营销意识

电能与人们的生活工作息息相关，如今社会与经济发展若没有电力能源的支持也很难再继续进步。在新形势下电力企业应充分认识电能的价值，虽然电是一种稀缺能源，但是其同样具有一定的市场作用，电力企业要改变营销理念，坚持以市场为导向，切实把握好当前的激烈竞争局势，对电力营销工作进行优化调整。首先应转变农电营销理念，坚持贯彻农电营销智能化理念，将传统营销理论转变为现代化营销管理。树立起现代市场经济背景下的营销意识，以用户为中心的基础上，提供专业服务质量，满足用户实际用电需求，实现用户与企业的双赢局面，从而更好地推动农电营销智能化发展。同时，在电力营销过程中要积极开展全面性的市场调查，充分了解当前用户的用电需求情况，以此推断电力供应的市场动向，再根据对全方位情况的了解分析来明确合理的电力营销策略，做到预测性布局规划，从而为用电用户提供更好的供电服务，也为电力企业的现代化发展提供保障。

（二）强化电力营销人员综合素质

人力资源的质量直接影响着企业工作任务的完成质量与效率，对于电力企业而言其若要做好电力营销工作，则也要注重对电力营销人员综合素质与能力的提升，组建高素质、能力强的营销队伍，保证电力营销工作的有序推进。

一方面，农电企业要在重视生产的同时提高营销重视，改善营销人员的薪资待遇，为其提供一些可行的物质或精神奖励，完善激励机制建设，并为营销人员明确职业规划，提供更多升职发展空间，以吸引并留住营销人才。另一方面，农电企业要积极组织营销人员进行专业培训，把握新形势的发展，提高营销人员的专业知识与专业能力，更好地服务于营销岗位，提高电力营销工作水平。综合素质更强的电力营销人员可以帮助农电企业树立更好的企业形象，打造品牌形象更有助于电力营销工作的推进。

（三）健全电力营销的信息化建设

新形势下农电企业要做好电力营销还需注重其信息化建设的进一步完善，构建健全的营销信息化体系，借助互联网、大数据、云计算等先进信息技术，规范电力营销工作程序，并提高其电力营销工作效率和质量，全方位优化用户的服务体验，更易于达到理想的电力营销目标。建设并应用营销信息化体系，电力企业要掌握更完善的用户数据，了解新形势下用户的实际用电需求，并在其基础上按照一定的程序开展数据分析，梳理电力企业和客户之间的关系，并据此改善客户关系的管理工作，优化人力资源管理质量，维护电网的正常有序运行，发挥电力营销信息化体系的作用，帮助电力企业提升电力营销工作质量与整体服务水准。

六、结语

供电企业最终目标在于供电、用电的智能化发展。因此，新时期，电力行业发展应响应市场需求，加强智能化建设，提升电力营销服务质量与品质，实现电力企业长久稳定发展。对于电力企业发展，能够为用户提供优质服务，将其作为电力营销管理重点。

【作者简介】周文超（1986—），男，湖南益阳人，本科，工程师，益阳湘能农电服务有限公司桃江县分公司，研究方向为电力营销。

毛志英（1985—），男，湖南益阳人，大专，技师，益阳湘能农电服务有限公司桃江县分公司，研究方向为电力营销。