

中国电力: 创新营销促增效 月发电量创历史新高

今年8月份,受持续高温影响,中国电力迎来发电高峰,其中直管火电机组单月发电量再创历史新高,8月8日至10日,直管火电机组单日发电量连续三天超过2.1亿千瓦时,创历史同期最好水平。

今年以来,中国电力紧盯全年电量目标,各单位积极拓展电力市场,中国电力在电力供需比失衡的环境下,实现逆势突围,先人一步。

创新电力营销方式 巧打电力营销战

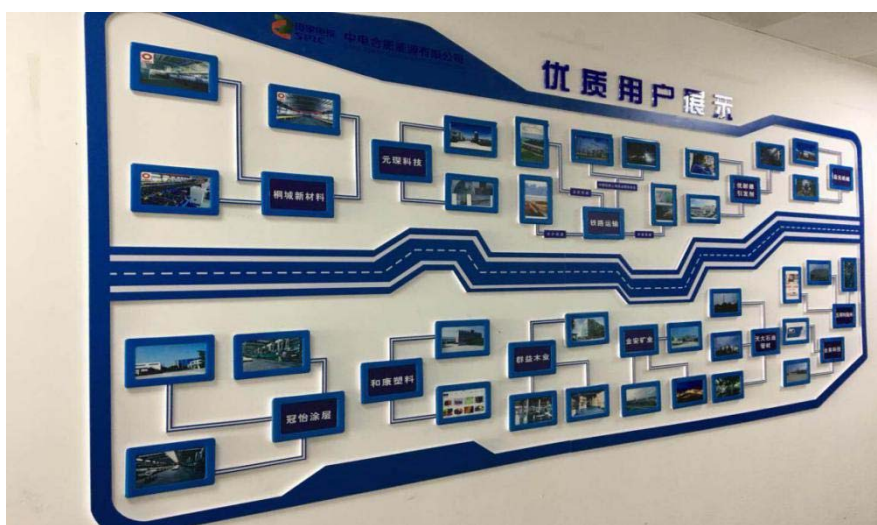
创新品牌宣传,打造品牌效应。中国电力紧跟时代潮流,组织系统单位搭建售电微信公众号营销平台,以最先进方式吸引大量用户关注。同时,也采用传统宣传手段,印制售电宣传册,让“怀旧型”用户倍感亲切。新旧并举,在用户侧取得良好反响。



同时,各单位充分发挥想象力、创造力,利用各种载体、“蹭热点”等方式加强售电品牌宣传。其中,成立售电服务中心、配备售电业务专用车、制作售电服务品牌墙、结合世界杯、高考等热点话题促宣传等等,均起到了十分良好的宣传效果。



常熟售电业务专用车



平圩用户售电服务系列品牌墙

树立“用户就是上帝”的营销宗旨，用心、用情提升用户服务质量，解决用户困难，提升用户粘性。一是向用户提供安全监测和节能诊断服务，出具《安全监测报告》及《绝缘用品检测报告》，提升用户用电安全，获取用户信任度；二是建立客户回访记录卡，建立用户意见反馈台账，了解用户各种能源管理和设备运维的各种需求，提供增值服务空间；三是联合用户共同开展综合能源业务交流和沟通，拓展业务范围；四是与用户开展“羽你同行”等文体社交活动，增加沟通渠道，提升用户粘性；五是利用热电销售同步、煤电业务关联等方式，锁定优质用户。充分展示了公司的实力与态度，做到了让用户放心、安心、舒心。



售电成果展示

以队伍建设引领营销能力提升。中国电力在常熟组织开展的营销管理培训，首次引入售电公司营销能力展示环节。活动反响热烈，受到大家一致好评，促进了各营销人员面对面营销能力提升。活动设置仿真场景，各售电公司采用现场讲解的方式向电力用户模拟推荐自己的企业，由其他学员扮演的电力用户对自己心仪的展示者评分。现场活动气氛热烈，通过现场打分和线上评论，选出了一批优秀的售电推广人。

同时，系统各单位也结合自身工作需求，不断加强电力营销业务和用户增值服务学习，组织开展各类形式市场营销培训和调研学习，提升员工参与市场主动性，提高用户增值服务水平。

多举措发力 保障迎峰度夏增发稳发电量

自迎峰度夏以来，中国电力系统各单位紧紧把握全国多地“桑拿”、“炙烤”天气带来的用电需求迅速攀升的发电机遇，全力以赴增发电量。

随着7月26日福溪2号机组并网运行，中国电力25台大煤电机组（包括常熟电厂）全部在网运行，这也是近年来首次实现全部机组在网运行。截止8月底，公司全年火电机组长周期运行超过100天共20台次，200天3台次，

300天1台次。

为保证迎峰度夏期间安全稳发，中国电力下发《关于做好2018年迎峰度夏工作的通知》，各单位严格履行安全生产职责，加大设备消缺管理力度，做好台风及暴雨等气象预警及防范工作，开展针对性的应急演练，提高设备可靠性。

同时，中国电力系统各单位及时成立了相应的工作领导小组，全面负责迎峰度夏的协调和指挥工作。在整个迎峰度夏期间，各单位、各部门积极践行“和文化”，持续发扬“奋斗者”精神。另外，各单位从保障机组“口粮”安全稳定入手，深化专项治理、落实安全责任、强化设备整改、加强隐患排查，提升了入炉燃煤质量，保障了机组正常运行。

系统各单位生产系统还结合实际开展了隐患排查劳动竞赛活动，实行重大操作领导跟班制度和领导干部参加班组安全日活动，并结合“安全生产月”，以基层为单位开展大规模的反事故演习，提升职工的安全意识，为迎峰度夏期间多发电、发好电创造了条件。

幸福是奋斗出来的，成绩是拼搏得来的。中国电力作为一家老牌发电企业，在国家能源结构改革大潮中，找准发力点、精准施策、奋勇拼搏，用智慧和果敢诠释着创收创效的华美篇章。