

供电所的营销工作总结



目录

Contents

- 引言
- 营销工作总体情况
- 营销策略及执行情况
- 营销团队建设与培训
- 客户关系管理与维护
- 市场拓展与品牌建设
- 总结与展望

01

引言



目的和背景

回顾过去一段时间内
供电所营销工作的成
果和不足



分析当前市场形势和
竞争态势，为下一步
营销策略制定提供依
据

促进供电所营销工作
的持续改进和提升





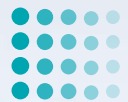
汇报范围

本次总结主要涵盖供电所营销工作的以下几个方面



02

营销工作总体情况



营销目标完成情况

电量销售目标

本年度供电所电量销售目标为XX亿千瓦时，实际完成电量销售XX亿千瓦时，完成率为XX%。



客户增长目标

计划新增客户XX户，实际新增客户XX户，客户增长目标完成率为XX%。



市场份额目标

在区域内市场份额计划提升XX个百分点，实际提升XX个百分点，市场份额目标完成率为XX%。



市场份额变化情况

与竞争对手比较

本年度供电所在区域内市场份额为XX%，较去年提升了XX个百分点，竞争对手市场份额为XX%，较去年下降了XX个百分点。



市场份额变化的原因分析

供电所通过提升服务质量和推广新型用电产品，吸引了更多客户，同时加强了与政府和大型企业的合作，扩大了市场份额。



不同客户群体的市场份额

工业客户市场份额为XX%，商业客户市场份额为XX%，居民客户市场份额为XX%。





客户满意度调查结果



调查方式和样本数量

采用问卷调查的方式，共发放问卷XX份，回收有效问卷XX份。

客户满意度得分

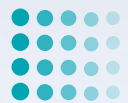
供电所总体客户满意度得分为XX分（满分100分），其中服务质量得分为XX分，价格合理得分为XX分，用电安全得分为XX分。

客户反馈和建议

客户对供电所的服务质量和价格水平较为满意，同时也提出了一些改进意见，如加强设备巡检和维修、提供更多的用电指导和咨询等。

03

营销策略及执行情况



产品策略及执行情况

01



多样化产品组合



针对不同客户需求，推出多种电力产品和服务组合，包括工业用电、商业用电、居民用电等。

02



产品质量提升



加强电网建设和设备更新，提高供电可靠性和电能质量，减少停电时间和次数。

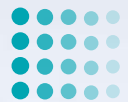
03



智能化服务



推广智能电表和远程抄表系统，提供实时监测、故障预警等增值服务。



价格策略及执行情况



分时电价

根据电力需求和成本变化，实行峰谷分时电价，引导用户合理安排用电时间。



优惠政策

对节能、环保、新能源等用户给予价格优惠，鼓励绿色用电。



价格透明化

公开电价构成和计算方式，保障用户知情权。



渠道策略及执行情况



线上渠道拓展

利用互联网和移动应用，提供线上业务办理、查询、缴费等服务。

。



线下服务优化

完善供电所营业厅布局，提供便捷的业务咨询、受理和投诉处理服务。



合作伙伴拓展

与物业公司、社区服务中心等合作，共同推广电力产品和服务。



促销策略及执行情况



01

宣传推广

通过广告、宣传册、社交媒体等多种方式，宣传供电所的产品和服务优势。

02

活动营销

举办节能知识讲座、用电安全培训等公益活动，提高用户用电意识和技能。

03

客户关怀

定期回访用户，了解用电需求和意见反馈，提供个性化服务方案。

04

营销团队建设与培训

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/405240010300012001>