

大数据背景下的电力营销信息化建设研究

陈亚雯

国网西华县供电公司, 河南 周口 466600

[摘要] 在当前的时代背景下, 我们的电力企业已经从之前的被动发展转变成了主动发展, 积极对其进行创新与优化, 以便能够满足时代的发展需要。在这种情况下, 电力企业必须要采取一些有效的措施来提升自身的竞争力, 这就需要将电力营销信息化建设作为重点内容, 促使电力营销水平能够得到有效提升。以下首先介绍了大数据背景下的电力营销信息化建设重要性, 接着分析了大数据背景下的电力营销信息化建设存在的主要问题, 最后提出了大数据背景下电力营销信息化建设发展策略, 以期能够为相关工作人员提供一些参考意见, 从而促进我国电力行业持续健康发展。

[关键词] 大数据背景; 电力营销; 信息化建设; 具体研究

DOI: 10.33142/ect.v1i5.10093

中图分类号: TK09

文献标识码: A

Research on the Informationization Construction of Power Marketing under the Background of Big Data

CHEN Yawen

State Grid Xihua County Power Supply Company, Zhoukou, He'nan, 466600, China

Abstract: In the current era, our power enterprises have transformed from passive development to active development, actively innovating and optimizing them to meet the development needs of the times. In this situation, power enterprises must take some effective measures to enhance their competitiveness, which requires the construction of power marketing informatization as a key content to promote the effective improvement of power marketing level. The article first introduces the importance of power marketing informatization construction under the background of big data, then analyzes the main problems in the construction of power marketing informatization under the background of big data, and finally proposes development strategies for power marketing informatization construction under the background of big data, in order to provide some reference opinions for relevant staff, and promote the sustainable and healthy development of Chinese power industry.

Keywords: big data background; electricity marketing; information construction; specific research

引言

在当前的时代背景下, 我们的电力企业在不断发展与进步的过程中, 需要不断对自身的营销方式进行优化与创新, 只有这样才能保证我们的电力企业能够更好地满足时代发展需要, 在激烈的市场竞争中获得一定的优势。但是在当前的社会发展中, 电力企业面临着一些问题与挑战, 如在传统电力营销方式中存在着一些不足之处, 导致我们的电力营销水平无法得到有效提升, 从而严重影响到了电力企业自身的发展。为了能够有效提升我们的电力企业自身竞争力, 必须要对电力营销进行信息化建设。因此, 我们需要结合大数据技术来进行电力营销信息化建设, 从而保证我们的电力企业能够更加快速地适应时代发展需要。在大数据背景下我们要想提高电力企业自身竞争力, 就必须积极对其进行优化与创新, 这样才能有效提高我们的工作效率。因此我们必须不断加强大数据技术的应用, 只有这样才能确保我们的电力企业能够持续健康发展。

1 电力营销信息化建设的重要性

1.1 电力企业发展面临的挑战

在当前的时代背景下, 我们的电力企业需要不断提高

自身的竞争力, 这样才能更好地满足时代发展需要, 但是在当前的社会发展中, 我们的电力企业面临着很多挑战, 主要表现在以下几个方面: 首先是传统的电力营销方式已经无法满足时代发展需要。由于在当前的社会发展中, 很多电力企业并没有完全适应时代发展需要, 因此我们需要对其进行优化与创新, 这样才能更好地满足时代发展需要。其次是电力企业内部工作人员的工作能力比较有限。由于在当前的社会发展中, 电力企业在不断提高自身竞争力的过程中, 需要不断对其进行优化与创新, 而这就需要对电力企业内部工作人员进行培训与学习, 只有这样才能有效提高电力企业内部工作人员的工作能力与综合素质。最后是当前时代背景下能源市场竞争越来越激烈。

1.2 大数据技术的应用

在电力企业的发展过程中, 大数据技术主要是利用先进的计算机技术, 将计算机中的大量数据进行有效整合, 从而实现大量数据信息的分析与处理, 最终为企业决策提供依据。在电力企业中应用大数据技术主要有以下几个方面的作用: 第一, 可以帮助我们对电力企业进行准确定位。大数据技术在电力企业中的应用可以帮助我们对电力企业的位置

进行准确定位,从而有效避免信息传递过程中出现一些问题。

第二,可以帮助我们对电力企业进行有效监控。在电力企业中应用大数据技术可以对电力企业内部运行情况进行有效监控,从而可以及时发现问题并对其进行解决。

第三,可以帮助我们实现电力企业之间的资源共享。在大数据技术应用于电力企业中时,可以将不同部门、不同地区之间的信息资源进行有效整合,从而实现资源共享,从而保证用户能够及时获取到电力营销所需信息。在大数据技术应用于电力营销中时,可以将客户需求数据与电能质量数据等信息进行有效整合与分析,从而为客户提供更加个性化的服务与产品。

1.3 提高重视度

随着我国市场经济的不断发展,市场竞争也在不断加剧,在这种情况下,电力企业要想实现可持续发展,就必须要提高自身的市场竞争力。这就需要电力企业积极应用先进的信息技术,从而实现营销信息化建设,促使营销模式能够得到有效改善。同时,也是为了满足用户的个性化需求。当前在大数据背景下,电力企业必须要加强信息化建设,从而使用户能够得到更加优质的服务。在我国经济发展过程中,电力行业一直都发挥着重要作用,并且随着我国市场经济体制不断完善和发展,电力企业也得到了快速发展。当前电力企业想要进一步提高自身的竞争力与市场份额,就必须要对信息化建设工作引起高度重视。只有这样才能使用户得到更加优质的服务。在当前我国社会发展过程中,信息技术得到了广泛应用与推广,而信息化建设能够在很大程度上提高企业的管理水平。在当前信息化建设的背景下,企业在发展过程中可以将数据进行整合与分析,然后根据这些数据来制定合理的决策与管理方案。这样不仅能够提高工作效率和质量,而且还能为用户提供更加优质的服务。在电力营销过程中加入信息化建设工作之后,能够有效地减少人力资源成本的投入,并且还可以提高工作效率和质量。电力企业通过信息化建设不仅能够提升服务质量和水平,而且还能不断创新和优化服务内容和形式。同时还能将这些数据进行有效分析与整合应用,从而实现电力营销价值最大化。

1.4 总结

但是在当前的时代背景下,我们的电力企业还存在着一些问题与挑战,导致我们的电力企业不能更好地满足时代发展需要,因此我们需要不断对其进行优化与创新。通过对大数据技术与电力营销进行融合能够有效提高我们电力企业的服务水平以及竞争力,并且能够为客户提供更加优质、便捷以及高效的服务。但是在实际工作中,我们需要对其进行一定程度上的优化与创新,确保其能够在当前时代背景下发挥出一定的作用。并且在当前时代背景下我们需要不断加强对大数据技术与电力营销之间关系的分析与研究,从而为我国电力企业提供一定程度上的帮助。

2 存在的主要问题

2.1 营销信息化建设程度较低

在当前的时代背景下,电力企业面临着市场竞争的压力,在这种压力的作用下,电力企业想要获得更好的发展,就必须重视对营销信息化建设程度的提高。然而,从当前我国电力企业实际发展情况来看,很多电力企业并没有意识到营销信息化建设的重要性,这就导致了营销信息化建设程度较低。与此同时,在大数据时代背景下,很多电力企业在营销过程中并没有按照营销信息化建设标准来进行,导致电力企业营销信息化建设程度较低。在这种情况下,就会影响到电力企业的发展。另外,很多电力企业还没有重视对大数据技术的应用与创新,导致在实际工作过程中无法发挥出大数据技术的优势。与此同时,在大数据背景下也无法实现对电力营销信息化建设工作的有效控制和管理,这就导致了在实际工作过程中存在着很多问题。因此,加强对营销信息化建设程度的提高具有重要意义。

2.2 信息化技术应用不够成熟

随着社会的不断发展,电力行业在我国社会发展中占据着重要的地位。在新时代背景下,电力企业也要注重对信息化技术的应用,从而为自身发展提供动力。但是,在现实中,我国电力企业对于信息化技术的应用还不够成熟,因此在一定程度上限制了电力营销信息化建设的进程。例如:电力企业在开展信息化建设之前需要对当前的社会形势进行深入了解,要通过市场调查来获取准确信息,然后结合这些信息来制定出合理的营销策略,这样才能够实现电力企业价值最大化。但是在实际中,我国很多电力企业并没有深入了解当前社会发展形势,所以在制定营销策略时会出现一定的问题。此外,由于很多电力企业管理人员的专业素质不高,并且没有掌握现代化管理知识,这就导致了我国一些电力企业管理人员难以对信息化技术进行有效应用。因此,电力企业要想实现可持续发展就必须重视对信息化技术的应用,不断提升管理人员的专业素质和技术水平,这样才能够实现企业价值最大化。

2.3 总结

大数据背景下的电力营销信息化建设还存在着一些问题,这些问题的存在对电力企业的发展会造成一定影响,例如:电力企业在经营过程中,大部分员工对信息化建设的重要性认识不足,导致电力营销工作开展难度不断增加,无法满足时代发展的需求。电力企业在营销过程中,很多工作人员不能够严格按照流程来开展工作,这就导致了在电力营销过程中出现了很多问题。此外,一些管理人员的专业素质还比较低,对于大数据技术并不了解,无法对电力营销信息化建设工作进行有效控制。除此之外,很多电力企业还没有重视对信息技术的应用与创新,没有建立起完善的信息化管理制度^[1]。由此可见,在当前的时代背景下,我国电力企业要想获得更好的发展就必须重视对大

数据背景下电力营销信息化建设的研究与应用。只有这样才能够促进我国电力行业持续健康发展。

3 发展策略

3.1 培养创新意识

在大数据时代背景下,我们的电力企业必须要加强对电力营销信息化建设的重视程度,促使其能够对自身的管理模式进行不断完善,进而提高电力营销工作质量和效率。同时,相关工作人员还需要对大数据时代背景下的电力营销信息化建设进行全面了解,并结合自身实际情况制定出合理的电力营销信息化建设方案。在此过程中,相关工作人员还需要不断创新与优化自身的管理理念和管理模式,促使其能够充分发挥自身的创新意识。在开展大数据时代下的电力营销信息化建设工作时,相关工作人员还需要积极学习和应用先进的电力营销信息技术,以便能够对现有数据信息进行全面收集与分析,为其提供精准化服务。同时,在开展电力营销信息化建设工作时,相关工作人员还需要根据当前时代发展现状和电力行业发展特点进行科学分析,以便能够为其提供针对性服务。

3.2 培养良好的职业道德

在大数据时代背景下,我们的工作人员需要培养良好的职业道德,促使其能够始终坚持以客户为中心,不断提升自身的专业能力。在此基础上,我们还需要树立良好的服务意识,以便能够实现与客户之间的和谐关系,并且不断提升自身的服务质量。培养专业人才,在大数据时代背景下,我们必须要培养一批高素质、专业化人才队伍。在这支人才队伍中,相关工作人员不仅需要具备良好的专业素质、技能素质和思想道德素质等,还需要具备较强的信息处理能力、数据挖掘能力和技术创新能力等^[2]。

3.3 建立健全考核机制

在大数据时代背景下,我们的企业需要建立健全考核机制,以便能够促使我们的工作人员能够自觉遵守相关的规定。

3.4 建立合理的电力营销组织架构

在这一管理架构中,通过明确各个部门职责分工,从而提升电力企业整体服务水平与服务质量。在实际进行电力营销工作的过程中,相关工作人员还需要对当前电力营销现状进行分析,以便能够为企业发展提供参考。

3.5 构建电力营销信息化管理体系

在大数据时代背景下,我们需要对电力营销信息化建设体系进行有效完善,以便能够促使电力营销信息化建设水平得到有效提升。在构建电力营销信息化管理体系过程中,相关工作人员需要采取一定的措施来对相关工作进行

合理安排。建立完善的数据平台。在大数据时代背景下,我们的企业必须要建立完善的数据平台,以便能够提升数据信息收集、分析、处理、存储与应用的能力,促使我们的大数据技术能够得到有效应用。在建立完善数据平台过程中,我们需要做到以下几点:针对当前我国电力行业营销信息化建设存在的主要问题进行分析,并且制定出相应的解决方案^[3]。同时,相关工作人员还需要对当前我国电力行业发展现状进行充分了解。通过对现有数据信息进行全面分析,并且制定出相应的解决方案。在大数据时代背景下,我们必须要建立完善数据平台。

3.6 充分运用大数据

电力企业在实际进行电力营销工作的过程中,要积极引入大数据技术,促使电力企业的电力营销信息化水平能够得到有效提升。在大数据时代背景下,我们的电力企业必须要将大数据技术应用到实际的工作中去,以便能够提升电力企业的服务质量与服务水平。同时,在实际进行电力营销信息化建设的过过程中,我们的企业也要不断创新与优化自身的管理理念和管理模式,以便能够提高我们的电力营销工作效率和质量。

4 结语

总而言之,在大数据背景下,电力企业进行信息化建设是大势所趋,电力企业应该充分重视起来,以此来促进自身的发展。本文主要围绕着大数据背景下的电力营销信息化建设进行分析与研究,首先介绍了大数据背景下的电力营销信息化建设重要性,接着分析了大数据背景下的电力营销信息化建设存在的主要问题,最后提出了大数据背景下的电力营销信息化建设发展策略。通过本文的研究分析,我们可以得出这样一个结论:在大数据背景下,我们必须要对电力营销信息化建设进行积极优化与创新,以此来满足用户日益增长的服务需求。因此,在今后的工作中,我们要重视对电力营销信息化建设进行有效管理与创新,以便能够促进我国电力行业可持续健康发展。

[参考文献]

- [1]石晟.基于大数据的电力营销信息化技术应用[J].集成电路应用,2023,40(1):100-101.
 - [2]李波.大数据时代下企业财务管理信息化建设措施研究[J].商业观察,2022(33):49-52.
 - [3]王奕萱,李翼铭,李会君,等.大数据背景下的电力营销信息化建设研究[J].老字号品牌营销,2022(20):12-14.
- 作者简介:陈亚雯(1995—),女,本科,西安交大,电气工程及其自动化,国网西华县供电公司,职员,助理工程师。