

基于大数据环境的电力企业营销创新研究

张峰

国网河南省电力公司虞城县供电公司营销部, 河南 商丘 476300

[摘要]科技的快速发展,也推动了计算机技术、互联网技术的发展,也迎来了大数据时代。在大数据环境下,各行业也向着现代化、信息化方向发展,为市场拓展提供了有力的支持,其中电力企业在大数据环境中也得到了快速的发展,但是电力市场的竞争也变得更加激烈,因此需要电力企业可以顺应时代发展、社会发展、经济发展要求,对营销方式进行不断创新,从而在多变的市场中赢得更大的发展空间并获得更多的经济效益。电力企业营销部门也应与大数据环境进行充分结合,对营销方式进行不断创新,更好的适应大数据环境要求,构建一套适合在大数据时代应用的营销方式,改变电力企业营销现状,更好的促进电力企业发展。

[关键词]大数据环境;电力企业;营销创新

DOI: 10.33142/hst.v5i5.7081

中图分类号: F42

文献标识码: A

Research on Marketing Innovation of Power Enterprises Based on Big Data Environment

ZHANG Feng

Marketing Department of Yucheng County Power Supply Company of State Grid He'nan Electric Power Company, Shangqiu, He'nan, 476300, China

Abstract: The rapid development of science and technology has also promoted the development of computer technology and Internet technology, and ushered in the era of big data. In the big data environment, all industries are also developing towards modernization and informatization, which provides strong support for market expansion. Among them, power enterprises have also developed rapidly in the big data environment, but the competition in the power market has become more intense. Therefore, power enterprises need to comply with the requirements of the development of the times, social development and economic development, and constantly innovate their marketing methods, so as to win more development space and obtain more economic benefits in the changeable market. The marketing department of power enterprises should also fully integrate with the big data environment, constantly innovate the marketing methods, better adapt to the requirements of the big data environment, build a set of marketing methods suitable for application in the big data era, change the marketing status of power enterprises, and better promote the development of power enterprises.

Keywords: big data environment; electric power enterprises; marketing innovation

引言

大数据时代的到来,更好的推动了各行业现代化发展,因此要想在行业中脱颖而出,做好优化与革新工作,更好的适应大数据时代发展要求。在大数据时代,电力企业营销工作应积极进行创新,通过创新对传统的营销方式进行优化并对其中的不足进行弥补。大数据环境中,我国电力企业营销中的问题更加明显,如电力数据分析效率较低、电力产品质量较低、电力营销服务质量不高、电费风险管理系统不完善等问题。因此电力企业要想在大数据环境中得到良好的发展,应充分利用大数据技术构建电力营销平台并做好电力营销平台数据安全管理工作,提升营销服务质量与水平。

1 电力营销中大数据技术起到的作用

1.1 对客户档案进行完善

从电力产品营销角度来看,客户档案管理与完善是非常重要的工作,电力企业营销部门应保证客户信息的完整性与全面性,并将其作为参考,为客户提供准确的服

务。将大数据技术应用到电力营销中可以确保客户信息收集、分析及整合效率同时利用不同的方式将原本分散的信息进行重组。客户档案完善主要是对所收集到的电力客户信息、用电数据信息等进行补充,施工客户档案更加完善,同时还应对客户加急预案与供电合同进行收集、整理,通过此保证电力营销服务的及时性。

1.2 避免电费损失现象

将大数据技术应用到电力营销中可以对电费回收情况、电费到账情况、电费销账情况、电价执行情况等进行实时监管,特别是一些用电量较少的客户或是较为特殊的客户,可以保证资金到账效率及电价执行效果,有效降低电费损失现象。在对客户用电数据进行监管时应及时发现风险利用相应的措施,确保电力企业营销质量。在这样的情况下,应对债券债务间与经营现金流间的关系进行调查,从而为大客户与特殊客户提供针对性的服务,强化第三方保管、抵押担保、银行保函等方面的监管力度,采用分次结算方式将客户保障政策进行落实。此外,积极利用大数

据分析技术为各阶段工作做好保障,对电价调整情况进行总结,从而为电价全面调整工作提供帮助。利用大数据技术还可以利用量价费损数据对营销管理中的不足进行弥补,从而保证电力企业经济效益。

1.3 确保用电检查效果

首先,利用大数据技术及时发现用电异常问题,并快速找到异常位置进行处理。其次,可以对大客户与特殊客户进行准确定位,对不同地区各年份用电情况进行总结与分析,从而对各区域未来用电趋势进行预测。再次,对电力用户用电信息进行全天监控同时保证抄核收信息的准确性,当发现异常时可及时进行预警。最后,对用电量、电压、负荷等情况进行实时监控,在对客户主设备机械监控时可以利用可视化设备显示监控到的数据。在这样的情况下与历史数据进行结合,分析电量参数、符合功率参数并发现客户用点使用异常,将问题进行及时处理,规避违规用电或偷电等行为,从而保证电力企业利益^[1]。

1.4 提升营销服务质量

电力企业要想得到长期稳定的发展应提高营销服务质量。因此电力企业既要为电力客户提供高质量的电能同时还应保证营销服务质量,从而树立良好的企业形象及企业信誉,保证企业具有较强的竞争力。在进行电力营销中采用大数据技术可以提升电力营销服务质量,主要包括以下方面:第一,可以对电力客户诉求进行准确定位,利用语音自助服务功能分析客户用电效能,从而为客户提供全面的服务。第二,在进行用电客户信息资料收集后可以了解电力营销服务汇总的问题,可以对电网规划提出建议,对电网中的问题进行处理,如公用变电过载、农村地区电压偏低等问题。第三,保证电力企业工作效率,可以对用电量、用电安全进行实时监控,为客户提供更加具体的服务,从而保证电力营销服务质量。

2 大数据环境给电力企业营销创新所带来的影响

随着时代的发展,电力企业信息资料收集也成海量增长,在海量信息中应筛查出客户实际需要,同时可以对竞争对手情况进行实时掌控。与传统信息管理模式相比,大数据环境中,电力企业信息数据收集、管理、处理、分析等方面的方法、效率也在发生改变。提升信息收集效率,信息数据处理的准确性,为信息管理提供便利同时保证信息分析效果。目前,大数据信息处理系统与分析系统已经成为企业竞争的主要方式,在大数据环境中,电力企业营销方式也在发生改变,若无法及时得到客户所反馈的信息或是同行的信息,可能无法与同行进行竞争。此外,应将电商营销平台融入到传统电力营销模式中,为电力客户提供多元化的消费方式,同时还可以拓宽企业消费渠道^[2]。

3 大数据环境中电力企业营销创新中存在的问题

3.1 数据处理能力不高

电力企业在日常经营的过程中会获取到不同的客户

信息,如用电情况、电费缴纳情况、营销管理等,信息量是非常巨大的。在处理海量信息时电力企业处理能力明显不足。电力企业只有实时对数据进行收集、处理、管理与分析才能与客户信息进行匹配,为客户制定准确的营销方案及售后服务方案。电力企业应为客户提供电能、完成电费收取工作同时为客户提供全面的售后服务。例如,当客户在网上完成缴费后没有正常显示、网上缴费未收到到账提示、缴费信息更新不及时等情况均需要与客户进行及时良好的沟通,保证电力企业售后服务效果,提升电力企业综合效益。当电力企业无法对数据进行及时处理时,客服人员就无法匹配到客户数据信息,导致售后服务不及时。所以必须保证客户数据信息更新的及时性,避免给客户正常用电带来影响,保证客户可以正常缴纳电费。此外,在大数据环境中若数据处理不及时,就无法对电力营销系统进行优化,相应的售后服务功能无法添加到电力系统小程序软件中,无法带给客户良好的体验感,给电力影响创新带来阻碍。

3.2 无法保证电力产品质量

电力企业中的产品与服务主要包括电力工程施工管理、线上缴费、电费收取、售后服务、电力设备维护等。但是电力企业一般只能做好电力施工管理,保证工程建设质量,但是无法保证售后服务、故障抢修的及时性。当出现暴雨、强降雨或泥石流等恶劣天气情况或自然灾害时,均会导致电力系统瘫痪问题,抢修工作无法满足客户要求。在大数据环境中,若没有提升维修效率,无法保证售后服务工作,也无法保证电力营销质量^[3]。

3.3 风险管理体系不健全

现阶段,一些地区在进行电费收取时还采用传统的电表查询方式,此种方法比较单一,采用此种电费缴纳方式已经无法满足现代用户消费观念。目前,现代化科学技术的发展,且多数家庭中年轻群体居多,年轻群体主要生长在在互联网时代,因此更喜欢在网络上完成缴费,自动缴费方式更加便捷,也是大数据时代主要采用的缴费方式。若在大数据时代还采用以往电表查询方式进行电费收取,会给用户带来不便。此外,一些地区电力设计多是相互连通的,因此当一家没有及时进行缴费就会导致欠费,会将电源直接切断,提示用户需要缴费,导致一小部分客户长时间不缴费,电费只能由电力企业承担,可见电力企业风险管理体系不完善会给电力营销工作及电力企业经济效益带来直接的影响。

4 电力企业在大数据环境中电力营销创新措施

4.1 对电力系统进行完善

在大数据环境中,电力企业应做好数据系统开发,并对大数据电力系统体系进行完善,将电力企业中各项服务与大数据电力系统进行融合,在网络中完成电力营销工作,同时保证配电协调工作效果。电力企业在进行电力管理系

统完善的过程中应结合各专业部门建议并利用大数据技术实现电力资源共享,构建大数据库定位地理信息数据,利用顾客信息数据对配电数据库进行完善。电力企业中的营销人员应转变传统的营销模式,采用大数据系统进行营销工作。相关工作人员可以完全掌握电网销售知识并可以熟练操作网络技术,全方位应用大数据营销方式,创新电力营销模式,协调好电网配电营销,并保证工作人员的专业性。

4.2 构建电力企业电销平台

大数据环境中,电销平台已经成为各行业主要的销售渠道。电力企业要想更好的适应现代市场及大数据环境,就应积极开发电商营销平台,充分利用其完成营销工作。近些年来,随着科技的发展、社会环境的变化,人们的消费观念也在发生改变,现阶段消费的主要人群均是在网络时代成长起来的,可以更好的接受电商营销的电力产品,对便捷、省时的购买方式更加青睐,所以电力营销管理人员也应转变营销理念,迎合现代消费理念,为消费者提供更加丰富的购买方式。与传统的销售模式相比,电商不会受到空间、时间的限制,消费者可以随时随地购买所需要的产品。在大数据环境中可以及时获得消费者喜好与消费观念。这样电力企业营销人员可以在大数据库中得到消费者的消费需求并及时推动更加符合消费者需求的产品,使消费者可以有更多的选择机会。在信息化技术、网络化技术的发展下,手机、电脑的使用率是非常频繁的,更多的年轻人在生活中会在手机或电脑上进行网络购物,因此电力企业营销管理人员应积极建立手机、电脑消费模式,构建符合电力企业发展要求、消费者要求的电力电商营销平台,让客户在网络上完成购物,从而与消费者之间构建起良好的关系,提升企业服务质量,树立良好的信誉度。

电力企业在进行电商平台构建后既可以将销售渠道进行拓展,同时可以拉近与消费者间的距离,减少电力营销人员施工量、工作量,对电力营销成本进行有效控制。采用电商平台进行电力营销工作时,应保证电商平台功能符合大数据时代发展要求且保证功能完善,对电商平台功能进行维护与升级,确保电力营销服务的便捷性、高效性。在了解电力产品自身特点后应突出相应的套餐服务模式,从而保证电力营销质量,在对整体成本进行控制的同时保证电力营销工作效率。电力企业可以通过电商平台及时获得消费者的要求,从而在消费者心中建立信任感,确保电力营销工作的智能化、人性化。电力企业中的管理人员也应认识到电商平台的重要性,并保证功能的完善性,从而提升自身在大数据时代的竞争实力^[4]。

4.3 确保电力系统与信息数据的安全

电力企业应利用大数据技术对电力系统进行完善并构建电力电商营销平台,同时保证电力系统与信息数据的安全。首先,电力企业应对电力系统网络进行准确划分,

电力系统网络主要包括应用层网络、用户层网络,从而制定完善的信息数据安全方案,保证网络运行的稳定性、安全性及可循环性。在进行电力电商平台建设及电力营销优化工作时均应保证电力信息数据的安全性与稳定性,因此电力企业管理人员应认识到网络信息数据安全的重要性,并对安全风险进行评估,对可能出现的安全风险进行提前防范。通常会采用防火墙技术、杀毒软件、加密技术或身份验证技术等安全防护技术,从而规避黑客侵入到电力企业网络中,给电力企业带来损失。其次,大数据环境中电力在进行营销管理时还应保证营销网络系统的准确性、完整性。电力企业应加强电力营销人员培训工作,重点做好安全培训,从而提升电力营销人员维护网络安全的意识,从而保证电力企业营销系统与信息数据的安全性与真实性,确保电力企业工作可以安全有序的开展,提升电力企业综合效益。

4.4 不断提升电力企业服务质量

大数据环境中进行电力企业创新时应与大数据数据库进行结合并保证数据的完整性,构建电商平台并严格控制电力系统与信息数据安全,进一步提升电力企业服务质量,采用电力信息收集、处理、分析与管理工作,为电力售后服务人员提供相应的客户信息,提升电力企业服务质量。首先,电力企业应先改变售后服务人员的工作态度,可以采用培训、树立榜样等方式,从而提升售后服务人员服务质量。其次,对电力系统及电力设备检修、维护人员进行培训,当出现故障时可以及时进行处理,从而保证电力系统、电力设备运行的稳定性^[5]。

5 结语

综上所述,在大数据环境中,市场竞争变得更加激烈,因此电力企业要想在市场中确立自身地位,并保证自身社会效益与经济效益应强化电力营销管理工作。市场的不断变化电力企业应积极转变传统营销理念并符合时代发展要求,利用大数据技术对电力营销方式进行创新,为电力客户提供更加全面的服务,从而提升电力企业竞争力,加快电力企业发展。

[参考文献]

- [1]王悦悦,毛学文.大数据技术背景下电力营销创新对策[J].投资与合作,2022(4):171-173.
 - [2]李伟东.基于大数据环境的电力企业营销管理创新策略研究[J].技术与市场,2021,28(10):175-176.
 - [3]廖楚京.大数据背景下的电力营销信息化建设研究[J].数字技术与应用,2021,39(9):41-43.
 - [4]丰雪.大数据环境下的电力营销信息化发展探究[J].低碳世界,2021,11(7):168-169.
 - [5]任龙霞,谭伟聪,黄嘉健.大数据背景下供电企业营销管理创新的分析[J].新型工业化,2021,11(7):11-12.
- 作者简介:张峰(1985.10-)男,本科。