

大数据技术背景下电力营销创新对策

李根

国网河南省电力公司虞城县供电公司, 河南 虞城 476300

[摘要]科学技术的发展也推动了计算技术、互联网技术的发展,也迎来了大数据时代。大数据时代的到来也给各领域带来新的发展契机,市场也得到了进一步的开拓,电商市场也已经成为主要的市场。随着时代的不断发展,电力行业的竞争也变得更加激烈,因此要想在激烈的市场竞争中占据一席之地应不断的进行优化与创新,提升服务的同时提升电力企业经济效益。电力企业营销部门在大数据背景下进行营销管理时,应充分利用互联网技术、大数据技术对营销理念进行不断创新,建立更适应大数据时代发展的营销方式,提升电力企业营销服务水平与效率,更好的推动电力企业发展。

[关键词]大数据技术;电力营销;创新对策

DOI: 10.33142/hst.v5i7.7615

中图分类号: F426.61;F274

文献标识码: A

Power Marketing Innovation Countermeasures under the Background of Big Data Technology

LI Gen

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

Abstract: The development of science and technology has also promoted the development of computing technology and Internet technology, and ushered in the era of big data. The arrival of the era of big data has also brought new opportunities for development in various fields. The market has also been further developed, and the e-commerce market has become a major market. With the continuous development of the times, the competition in the power industry has become more intense. Therefore, in order to occupy a place in the fierce market competition, we should continue to optimize and innovate, improve the service and improve the economic benefits of power enterprises. When conducting marketing management under the background of big data, the marketing department of electric power enterprises should make full use of Internet technology and big data technology to continuously innovate marketing concepts, establish marketing methods that are more suitable for the development of big data era, improve the level and efficiency of marketing services of electric power enterprises, and better promote the development of electric power enterprises.

Keywords: big data technology; power marketing; innovative countermeasures

引言

互联网技术推动了各个行业的发展,各行业的竞争也变得更加激烈,因此要想在市场竞争中脱颖而出,各行业应顺应大数据时代发展要求。在大数据时代背景下,电力企业要想得到进行一步发展,应对营销模式进行不断创新,及时发现电力营销过程中的问题并制定相应的方案,为人们提供更加全面的营销服务。大数据时代的到来,营销问题已经成为电力企业中的主要问题之一,营销数据处理能力较低,营销质量不高,存在电费管理等方面的问题。因此在大数据时代应对电力大数据进行不断优化,建立电力电商营销平台,并做好电力大数据平台安全管理,提升电力企业营销服务质量。

1 大数据技术与电力营销内涵

1.1 大数据技术内涵

大数据资料也应被称为巨量资料,指的是资料整体规模非常巨大但是无法采用现有的软件工具进行处理,需要在一定的时间内完成收集、整理、管理与处理,可以帮助企业经营管理、决策管理提供相应的支持。大数据技术的

特点主要体现在海量数据、数据种类较多、处理速度较快等方面。大数据技术可以将信息数据进行深度挖掘与整合,结果分析过程中具有一定的洞察力,可以解决企业决策过程中的问题,同时应对营销方案进行调整与完善。大数据技术在使用过程中,在完成信息加工后可以得到更加丰富的信息,同时可以利用现有的数据完成市场预测并确定未来发展方向,提升数据模型的科学性,可以更好的结合企业数据得到更加全面的结论,为企业营销方案提供准确的数据支持,为企业革新奠定基础^[1]。

1.2 电力营销内涵

电力营销是电力企业经营所应用到的市场营销方式,在了解市场需求后与市场变化情况进行结合,向电能使用者提供相应的电力产品与服务,建立良好的供需关系,从而满足消费者对电能的需求,使电力市场管理更加协调,提升电力企业社会效益与经济效益。电力企业营销与传统营销间具有一定的差异,主要表现在以下方面:第一,电力营销的服务性与行业支柱性有着直接的关系。第二,电力营销的整体性更强。第三,电力企业电能供应具有一定

复杂性,因此需要提升电力营销的专业性与技术性。

2 大数据技术背景下电力营销发展现状

大数据技术背景下,应不断提升电力企业经营水平、管理水平,同时还应将革新工作进行更进一步的深化,从而提升电力营销服务水平。同时,大数据技术的应用还可以推动电力企业智能化发展,同时可以推动电力企业管理理念、运营思维的创新,同时利用大数据技术可以更深层的挖掘电力使用者的信息。在大数据背景下,电力营销的主要现状体现在以下方面:第一,将不同的专业进行融合。在大数据背景下,应将电能生产、用户服务等进行整合,可以将数据完全展现到业务管理平台中,实现各管理环节信息共享,构建现代化、综合性信息管理体系。第二,可视化发展。在与数据信息结合后可以建立可视化模型,同时可以将数据信息进行更新与转换,更加全面的展现企业经营情况,可以为企业决策人员了解自身经营情况,对电力营销方案进行优化,提升电力营销服务的同时推动电力企业智能化发展^[2]。

3 大数据技术在电力营销中起到的作用

3.1 将客户资料进行完善

从电力营销工作来看,用户信息档案的完整性与营销管理工作效果有着直接的管理,可以帮助电力营销人员更加全面的掌握用户信息并提供相应的参考资料,从而为客户提供更加精准的营销服务。采用大数据技术后应将现有用户信息进行更加全面的收集、分析与整理,同时还应利用不同的渠道将整合后的信息进行分散处理。主要包括用户基本档案收集、用电数据收集等,同时可以将信息进行补充,提升电力档案的完整性,可以完成用户加急预案、供电合同收集及整理效果。

3.2 完成量价费损分析

电力营销中采用大数据技术后可以对电费回收、到账、销账、电价执行等进行实时管理,可以为大电量用户、特殊用电用户进行更有针对性的管理,提升资金到账管理、电价执行管理的准确性,有效避免电费损失。在进行用户监测过程中应及时发现其中的风险并采用相应的措施提升电力企业在本行业中的竞争实力。在此基础上应对债券、债务关系进行深层调查并明确经营过程中的现金流,当面对大电量用户、特殊用电用户时应采用一户一策政策,在进行监管时可以采用第三方存管、抵押担保、银行保函等方式,采用分次结算方式确保一户一策政策可以全面实施。此外,还应提升大数据技术使用效率,分析好各阶段工作内容并为电价调整提供支持,从而为电价调增提供数据。采用大数据技术后可以提供量价费损数据并可以将其中的问题进行分析,从而保证电力企业经济效益。

3.3 保证用电检查效率

第一,采用大数据技术可以及时发现定位异常位置及用电异常现象,从而保证检修工作效率。第二,在最短的

时间内完成用电大户与特殊用户的定位工作,并可以对各地区各年份用电情况进行总结、分析与对比,并对该地区未来用电情况进行预测。第三,对电力用户用电信息、抄核收信息进行实时监测,当发现异常情况后应及时进行处理。第四,对用电量、电压情况、负荷变化等进行实时监控,同时当得到用户主要设备信息后,可视化设备可以将监测数据显示。通过与历史数据的结合可以对用电量参数、负荷参数进行分析并及时发现异常情况,保证维修工作的及时性,同时可以减少偷电问题及违约问题,可以更好的维护电力企业权益^[3]。

3.4 提升电力营销服务水平

电力企业的发展与营销服务质量有着直接的关系。电力企业既需要向用电用户提供电力产品同时还应为电力用户提供优质的营销服务,从而提升电力企业整体形象,保证电力企业经营信誉,从而提升电力企业整体竞争实力。现阶段在进行电力营销过程中采用大数据技术,可以进一步提升电力营销服务质量与效率,主要体现在以下方面:第一,可以准确了解用户要求并为用户提供语音自助服务,深入分析用户用电效能,为营销服务提供更加精准的营销服务。第二,保证客户信息收集的及时性、完整性并为电力企业解决营销服务中的问题,同时可以优化电网规划方案,将电网系统中的问题进行及时解决,如公用配电过载、农村地区低电压等问题。第三,提升电力企业客服效能,可以实时掌握用户用电情况、用电量、安全性等,从而为用户提供更加精准的服务,提升营销服务质量。

4 大数据技术背景下电力企业营销创新路径

4.1 对原有的电力系统进行优化与完善

电力企业在进行营销管理过程中需要完成数据系统开发,并利用大数据技术对电力系统进行完善,在电力营销内容、环节中均融入大数据技术,构建网络电力营销服务系统,同时完成配电协调等工作。电力企业中各管理部门、各专业还应做好联系对电力管理系统进行完善,采用大数据技术实现电力资源信息数据共享,构建电力信息数据管理库,在此基础上可以对配电数据库中的内容进行完善。电力企业中营销管理人员也应利用大数据技术将原有的营销管理模式进行优化并做好衔接工作。确保电力营销管理人员具有一定的网络知识、电力营销知识,利用大数据技术构建大数据营销系统并对电力营销模式进行优化,从而协调好电网配电营销系统,提升电力营销工作的专业性。

4.2 利用大数据技术建立电力营销平台

大数据背景下,在进行电力营销工作时电商销售也成为主要渠道。电力企业在经济形式转变的过程中要想在市场中占据一席之地,应积极利用大数据技术构建电商营销平台,拓宽电力营销渠道。互联网技术的广泛应用,消费者的消费观念也在发生改变,可以更好的接受电商所销售的产品,更加喜欢这种既省时又省力的购买方式。电力企

业中的相关管理人员也应顺势发展,转变电力营销理念并为电力用户提供便捷的营销服务。电商销售方式并不会受到空间、时间的阻碍,只要消费者需要可以随时购买所需要的产品。大数据技术环境下,用户消费理念、消费喜好等方面的信息也可以及时获得。电力营销管理人员可以从大数据库中得到用户的信息并推出更适合用户要求的营销产品等,为用户提供更多的选择。

信息化技术的广泛应用,人们在日常工作与生活过程中手机、电脑的使用频率也不断增加,更多的人群在进行购物时更喜欢在电脑、手机上进行网购。因此电力企业营销人员也应及时转变营销理念与营销方法,利用电脑、手机完成电力营销工作,建设与电力企业现状、未来发展要求及用户要求的电力电商营销平台,从而提升电力用户的购买体验感,构建良好的关系,同时可以提升用户对电力企业的信任感,为电力企业树立良好的社会形象。电力企业在建立电商营销平台后可以拓宽电力营销渠道同时可拉近与电力用户间的关系,另外可以减少电力营销管理人员、管理资金等方面的投入量。在应用电力营销电商平台过程中还应对电商平台中相应功能进行优化、升级与维护,从而保证电商平台的先进性、便利性、及时性。在了解电力产品具情况后制定电商营销套餐,从而提升电力营销工作质量与效率,同时可以实现电力企业营销成本管控,打造高效、便捷、安全的电商营销渠道。同时还应积极做好用户反馈工作,及时调整电商营销中的不足,从而使电力营销电商平台更加智能化、人性化,保证电商平台运行效果并可以更好的推动电力企业发展^[4]。

4.3 全面落实数据安全

首先,电力企业应做好系统网络划分,主要包括应用层网络、用户层网络,对安全管理方案进行优化与完善,从而保证网络结构的安全性、稳定性、可行性。电力企业营销工作效果、电力营销电商平台的构建均需要保证网络系统的稳定性,因此电力企业应充分认识到网络数据信息的安全,对可能发生的网络安全问题进行预测,有效规避数据信息安全风险。可以采用杀毒软件技术、防火墙技术、加密技术、身份验证技术等,有效规避黑客对电力企业网站的恶意侵略,保证电力企业信息数据安全,降低电力企业损失。其次,保证电力企业营销网络的真实性、整体性。电力企业在进行营销管理过程中应做好网络安全管理培训工作,通过培训提升营销人员的安全意识并提高电力营销网络营销的稳定性、安全性,确保电力营销工作效率,进而提升电力营销工作水平。

4.4 打造高水平的电力营销服务

大数据技术背景下,电力企业要想提升电力营销服务质量与水平,应充分利用大数据技术对营销方式进行不断

创新,同时建立大数据信息管理库及电商平台,进而保证电力营销数据的真实性、安全性与可靠性,通过此来提升电力企业电力营销服务质量,提高电力营销信息收集、分析、管理等方面的能力,从而电力营销人员可以及时得到用户信息并提供更具针对性的营销服务。首先,电力企业应根据大数据时代发展要求,做好营销人员工作态度、服务等方面的培训工作,从而保证电力营销服务的标准化。其次,加大电力系统及相关设备养护人员的培训工作,当电力系统及相关设备有故障出现时可以及时进行处理,保证电力系统及相关设备可以安全运行。

4.5 采用可视化系统完成电力抢修工作

电力企业在进行电力营销过程中采用大数据技术后可以实现电力抢修工作可视化。第一,可以第一时间将抢修信息进行更新,抢修人员可以积极掌握故障信息。可以将故障工单、维修人员到达情况、检修信息提交、故障检查情况、故障检修情况、故障检修结果等进行实时上传,然后采用信息管理技术、GIS技术更新检修系统,从而可以远程与现场检修人员进行交流,并可以为用户咨询提供便利。第二,将故障信息进行准确推动,体现出自动化故障管理的效果。也就是将发生问题后再维修转变为事前维修,及时规避故障;利用GIS技术准确定位故障位置,保证故障信息传递的及时性、准确性,从而保证维修效果与效率^[5]。

5 结语

通过分析可知,随着市场经济竞争愈加激烈,电力企业要想在激烈的竞争中脱颖而出,应积极做好电力营销管理工作。随着大数据时代的到来,电力企业也应充分利用大数据技术,转变营销管理理念并制定有效的营销管理方案,采用先进的营销管理技术,从而提升电力营销管理质量与管理水平,为电力用户提供更加精准化、个性化的电力营销服务,提升用户的满意度,从而促进电力企业现代化、智能化发展。

[参考文献]

- [1]秦红. 探讨“互联网+电力营销”提升客户优质服务感知度[J]. 商讯, 2021(35): 143-145.
 - [2]丁小飞. 国网荆门供电公司数字化营销研究[D]. 兰州: 兰州理工大学, 2021.
 - [3]余思腾. 基于用电数据的电力营销业务分析系统的研究与实现[D]. 北京: 北京邮电大学, 2021.
 - [4]侯艳琼. 电力营销客户档案管理信息系统设计与实现[D]. 成都: 电子科技大学, 2021.
 - [5]赵晓东. 面向大数据的供电企业电力营销服务体系构建分析[J]. 内蒙古电力技术, 2016, 34(4): 29-31.
- 作者简介: 李根(1988.9-), 男, 解放军信息工程大学毕业, 学士学位, 工程师, 现担任营销部综合班长。