

大数据时代电力营销信息化建设探究

王萌

国网湖北省电力有限公司建始县供电公司, 湖北 恩施 445300

摘要：在网络技术不断普及的背景下, 对生产经营, 市场环境和经济等方面产生了较大的影响, 以往的商业模式和竞争优势已经无法满足现阶段社会实际发展要求。电力单位要利用大数据技术手段对消费者实际需求进行全方面的挖掘, 将产品的营销效率和投放精准度提升。但是由于现阶段精准营销的不断快速发展和应用, 数据分析和应用不符合, 没有较强的精准化程度等问题的出现也会对企业今后发展产生较大影响, 因此相关部门要加大力度对其进行分析, 并根据实际情况提出完善的改善措施。

关键词：大数据时代; 电力营销; 信息化建设

中图分类号： TM727

文献标识码： A

文章编码： 2023050135

Research On Electric Power Marketing Information Construction In The Era Of Big Data

Wang Meng

State Grid Hubei Electric Power Co., LTD. Jianshi County Power Supply Enshi, Enshi, Hubei 445300

Abstract : Under the background of the continuous popularization of network technology, it has had a great impact on the production and operation, market environment and economy, and the previous business model and competitive advantages have been unable to meet the actual requirements of social development at the present stage. Power units should use big data technology to excavate the actual needs of consumers in all aspects, and improve the marketing efficiency and precision of product delivery. However, due to the continuous rapid development and application of precision marketing at the present stage, the data analysis and application do not conform, the lack of strong precision degree and other problems will also have a great impact on the future development of enterprises. Therefore, relevant departments should increase efforts to analyze it, and put forward perfect improvement measures according to the actual situation.

Key words : big data era; electric power marketing; information construction

引言:

随着现阶段互联网等信息技术手段在不断快速发展, 出现了大量的数据资源, 以往数据分析已经不能符合现阶段具体要求。为了将该问题改善, 产生了以云计算当做大数据技术手段, 和人民群众日常生活有着紧密关系及。在大数据时代的不断快速到来, 电力企业市场营销也发生了较大的改变, 为了满足技术发展, 大量的电力单位开展关注大数据技术并加大力度开展市场营销创新工作。需要重点关注的是, 在市场营销创新中使用大数据技术, 并不是单纯的技术手段, 同时还要转变营销方式以及营销思维, 需要认识到大数据和电力企业营销工作之间的关系, 才可以帮助电力企业在激烈的市场竞争中占据稳定地位, 推动其健康稳定的持续发展。本篇文章主要是针对大数据时代下, 电力营销信息化建设进行分析和讨论, 并根据实际情况提出相应的措施, 希望相关部门可以当做一个参考。

一、大数据时代下电力营销信息化建设的意义

(一) 深入获取信息

所谓大数据, 就是借助高科技开展数据信息采集工作, 存储客户历史数据信息, 将客户的实际需求作为依据开展分类, 将客户作为中心提升自身的服务水平以及服务理念等, 为电力营销信息化建设工作提供支持和帮助, 确保电力营销能够满足客户实际

需求。在实际获取数据信息时, 构建完善的数据网, 确保客户需求能够融汇贯通, 完善技术框架以及相关体系, 推动电力营销信息化建设工作健康稳定的发展, 紧跟时代发展趋势的角度, 可以帮助企业在激烈的市场竞争中取得了一定的地位^[1]。

(二) 合理的预策电力营销

电力营销借助相应的技术手段分析客户实际要求, 准确的编制每个客户的用电需求和实际用电量, 将服务水平提升, 建立高

* 作者简介: 王萌, 1992年9月, 男, 汉族, 湖北宜昌人, 工程师, 硕士研究生, 现就职于: 国网湖北省电力有限公司建始县供电公司, 担任副总经理一职, 主要研究从事电力营销方向。287644049@qq.com

质量的电力营销信息化,在符合客户实际要求的同时还可以将电力营销管理水平以及营销服务质量提升。在数据化信息的背景下,构建完善的数据流程以及信息化背景下,将电力营销信息化作为依据开展客户历史用电负荷建设工作,对客户今后实际用电需求进行分析和预测,提升服务质量,确保客户可以预算自己的用电情况,此外系统也要提供相应的服务,确保客户不同对其进行思考和计算就能够成为受益者,使客户满足数据化以及电力营销结合的模式,普及数据化电力影响,对发展环节进行优化和创新。利用大数据技术手段预测电力营销实际情况,将预测结果作为依据构建完善的方案,通过这样的方式不仅可以优化资源配置,还可以将电网的安全性和经济性提升,为后续工作提供支持与帮助。

二、电力营销现状

(一)和数据信息联系不够紧密

在实际开展电力营销信息化建设工作时,就是应用计算机技术手段,全面了解客户具体要求^[2]。构建完善的服务内容,符合客户对其的实际要求,从而创造出相应的经济利益。但是现阶段相关部门在实际开展电力营销信息化建设工作时,也会出现各种各样的不足之处,在应用数据信时,其应用深度不符合标准,对信息化建设工作的实际效果产生较大影响。不仅如此,无法落实相关建设内容,没有将信息化技术手段的作用充分发挥出来,对电力营销工作中数据信息实际应用效率产生较大影响,致使电力单位无法快速进步和发展。更有甚者,部分电力单位在实际开展信息化建设工作时,由于开展该项工作不能和数据信息紧密的结合在一起,导致相关地区中客户实际用电需求得不到满足,影响电力发展。上述情况的出现都会对电力营销活动的整体质量产生较大影响。

(二)有着较大的地域性差异

在实际开展电力营销活动信息化建设工作时,一般就是录入数据信息,构建相应的信息户数库。但是在实际开展该项工作时,有着较大的地域差异,部分地区电力单位在提取营销数据信息时,没有将内容完善的提取出来,部分地区所提出的数据信息是较为清晰的。但是由于部分区域有着较为急迫的营销要求,数据信息需求数量比较大,部分地区并没有较高的信息化建设要求。因此,在实际开展信息化建设工作时,相关地区无法进行沟通和交流,影响该项工作顺利的开展^[3]。

在实际开展区域竞争时,也会对信息化建设产生影响,导致交流合作不能顺利的开展。针对部分不具备较强信息化建设水平的电力单位来说,没有办法吸取其他单位的经验以及教训等。在实际开展营销活动时,面临的困难也在不断增加。上述问题的出现,不但会对电力单位今后发展产生影响,还会对电力行业后续发展与进步产生影响,导致相关工作不能顺利开展。无法共享资源,影响该行业信息化发展的整体水平。

(三)数据联系的应用度不足

电力营销面临着较大的数据信息规模,该数据信息和电力运

行制度相关部门有着较为紧密的关系,具有来源复杂,数据类型较多,标准不统一等特点。由于平台的不同,其数据信息也存在较大的差异。在原则上要重点关注不同信息数据之间的关系。但是在实际开展电力营销信息化工作时,相关部门以及工作人员没有重点关注该项工作,没有做好电力营销数据集成管理工作。导致电力营销系统中部分数据出现孤岛的情况,信息数据共享度不符合标准,对电力营销信息化产生较大影响^[4]。

三、大数据时代下电力营销信息化建设的措施

(一)完善电力营销信息化建设体系

在大数据时代下,在实际开展电力营销信息化建设工作时,要将实际情况作为依据,提升建设体系的完善性以及全面性。首先,采用科学合理的方式使用大数据技术手段可以帮助电力营销单位对客户相关数据信息进行全面了解,提升数据信息采集工作以及分类工作的效率,将其精准度提升,最大化的了解客户实际要求,提升相关体系的完善性,建设完善且合理的信息化框架。此外,在实际开展建设工作时,要重点开展大数据互通平台建设,提升数据信息实际应用效率,推动相关建设工作顺利的开展。不仅如此,还要借助相应的技术手段提升企业工作人员的专业能力和自身素养,对其进行培训,帮助其对大数据进行全面的了解,为电力营销信息化建设工作提供工作人员和技术手段等方面的支持与帮助^[5]。

(二)将电力营销业务流程完善

电力单位在实际开展电力营销信息化建设工作时,为了确保电力营销可以信息化的不断快速发展,就要借助相应的手段将电力营销业务的整体流程,制定完善的措施将相关业务进行重新组合以及拆分工作,将电力营销信息化建设工作的水平提升,相关工作人员可以从下面几个方面开展开展工作:首先,要将相关工作的工作流程明确,将工作流程与各个环节紧密结合,对其进行合理的衔接,提升相关业务办理流程的规范性。其次,将电力营销信息化系统平台作为依据开展数据信息共享工作,将相关业务开展的流程的完善性提升,避免产生重复性的工作。通过对传统电力营销管理工作进行分析,经常会出现分工不明确等情况,对平时工作利用以及衔接等产生加大影响,从而使得传统电网经营信息化工作无法安全平稳的继续进行下去。为使这种情况改变,在具体进行的电网经营信息化设计等工作中,要合理的借助信息化平台系统,做好相关部门信息化沟通以及交流工作,及时与相关部门进行数据信息互通以及共享,为后续工作提供支持与帮助的同时还可以帮助电力企业健康稳定的发展^[6]。

(三)建立电力营销信息化管理系统

建立完善的电力营销信息化管理系统可以从根本上提升电力营销服务工作的整体质量。受到大数据等因素的影响,电力部门要将大数据的机遇以及优势等作为依据提升自身信息化管理系统的完善性,将电力营销信息化管理工作的工作水平提升。在实际开展建立工作时,要将根据电力单位现阶段具体发展情况开展前期市场调查工作,对相关数据信息进行搜集和整理,将其作为依

据进行分析,将电力单位用户当做目标,对客户具体用电要求进行全面的了解。比如,部分客户有着较高的电费缴纳要求,希望在查询电费余额,电费用量以及缴纳电费的过程中可以利用手机或者是其他终端开展该项工作,相关部门要将客户具体需求作为依据,在建立电力营销信息化管理系统时要融合该项工作,安排具备较强专业能力的工作进行建设,给用户提供针对性且高质量的服务。不仅如此,还要加大力度提升信息化管理模式的完善性,根据市场实际要求建立服务管理系统,确保其能够为客户提供高质量的服务管理系统,降低业务办理环节中相关问题发生的概率,给用户带来一个良好的体验感,满足用户需求的同时还可以为电力企业今后发展奠定基础^[7]。

(四)对信息化技术进行创新

电力单位在实际开展电力营销信息化建设工作时,信息化技术的实际应用效果会对电力营销发展整体水平产生较大影响。站在大数据时代的角度上来说,相关部门以及工作人员要加大力度完善并创新相关技术手段,给企业今后发展提供技术方面的支持和帮助。电力单位要加大力度研发应用程序,确保线上电力营销与线下电力营销可以紧密的结合在一起^[8]。由于客户的不同,其实际需求也存在较大不同,借助大数据技术以及网络技术手段能够将其实际需求满足,给客户提供的多元的服务,其中包含线上人工咨询,缴费以及用查询等。此外,还要利用大数据技术手段提

升电力营销信息化水平,利用计算机技术以及互联网技术手段分析并整理客户电力数据信息,将用户数据信息收集工作的全面性以及准确性提升。

不仅如此,电力企业还可以构建完善的信息化服务平台,将跨地区信息共享以及业务办理工作的目标实现,将业务办理服务质量提升的同时还可以将数据信息实际利用率提升。在实际建设电力营销信息化时,要将用户用电实际情况作为依据构建相应的分析系统,利用大数据技术手段对其进行分析与收集将客户具体要求明确,在该项工作的基础上制定电力企业营销措施,针对性的为客户提供服务,提升客户黏性的同时还可以将客户忠诚度以及满意度提升^[9]。

结束语:

总体来说,由于现阶段大数据技术手段以及信息化技术手段不断快速发展,也给电力单位电力营销信息化发展提供了一定的支持与帮助。合理的利用信息化技术以及大数据技术,能够将以往电力营销模式中的不足之处改善,借助新型的技术手段将电力营销信息化模式完善,将电力营销信息化建设完善的同时还可以符合电力客户对其的具体要求,将电力单位整体服务质量以及服务水平提升,从而推动电力单位健康稳定的持续发展^[10]。

参考文献:

-
- [1] 邹立威. 大数据环境下的电力营销信息化建设研究 [J]. 中国新通信, 2020, 22 (01): 64.
 - [2] 郑颖. 浅谈大数据环境下电力营销信息化建设 [J]. 中国设备工程, 2019, (24): 172-173.
 - [3] 郑颖. 浅谈大数据环境下电力营销信息化建设 [J]. 中国设备工程, 2019, (23): 190-191.
 - [4] 刘雨佳, 冯高敏, 高科. 试论大数据时代电力勘察设计企业信息化建设 [J]. 数字通信世界, 2019, (12): 246+262.
 - [5] 陈景然. 大数据环境下的电力营销信息化建设探讨 [J]. 数字通信世界, 2019, (12): 277-278.
 - [6] 曾陈, 党银锋. 论大数据环境下的电力营销信息化建设 [J]. 现代营销 (信息版), 2019, (12): 244.
 - [7] 杨小蕾. 大数据环境下的电力营销信息化建设探析 [J]. 计算机产品与流通, 2019, (11): 65.
 - [8] 刘亚飞, 贾海峰, 郭永强. 大数据平台下电力营销信息化建设要点分析 [J]. 数码世界, 2019, (11): 73-74.
 - [9] 黄昌达. 基于大数据平台的电力营销信息化建设分析 [J]. 现代营销 (经营版), 2019, (11): 111.
 - [10] 刘彬. 试论大数据时代电力勘察设计企业信息化建设 [J]. 中国集体经济, 2017, (13): 108-109.