

大数据平台下的电力营销信息化建设探究

么顺宇

国网冀北电力有限公司丰宁县供电分公司 河北 承德 068350

摘要：伴随着高科技的不断发展，各个领域借助着高科技的发展已经取得了比较大的成就，很多企业自身实际的管理以及运营也是这个过程当中发生了十分巨大的变化。当前很多的电力企业内部，开展电力营销能够在一定程度上帮助电力企业取得良好的成绩，也能够让电力企业持续得到良好并且有效的发展，持续推动电力营销项目朝着信息化的发展不断发展，最终能够实现电力大数据信息化的主要营销模式的创建。在这样的环境背景之下，电力企业需要不断跟上时代发展的脚步，积极创建出大数据管理中心，将信息化的主要运营模式体现出来，我们国家当前的电力企业在建设信息化的进程当中，大部分都缺少整体挖掘营销数据进行分析的过程，所以，针对其中潜在的问题不能及时解决，也不能妥善的处理，这就让电力企业的健康发展受到了一定的制约与阻碍。

关键词：大数据平台；电力营；销信息化建设；策略探究

当前阶段，电子信息技术正在不断的发展当中，很多先进的科学管理方式以及技术手段都在各个行业中广泛的应用着，也给整个社会的蓬勃发展注入了较为新鲜的血液，让当前社会不断蓬勃的发展下去^[1]。在这样的环境背景之下，对电力营销发展要点的探索和讨论，就变重要了，它有助于电力企业及时创新营销相应策略，能够不断适应当前阶段的信息化发展建设，在逐渐激烈的市场竞争的过程当中，不断扩大社会经济效益，占据发展的有利地位。

1 电力营销信息化建设的基本原则

当前阶段的电力营销信息化建设已经收到了社会各界人士的重点关注，但是，因为这方面的主要工作需要不断完善长期的工作机制，为了给解决实际过程中相关问题提供一定的基础，也为了让整个电力营销基础工作在组织上以及安排的过程中提供较为科学的方法。大量数据信息的集合促进了电话营销通信相关领域信息建设与发展的进一步完善。所以，在整个数字模型中对客户的主要要求以及相关优势和主要思想、营销缺陷等进行了分析和总结，这样不仅让信息创建有了比较高的匹配上的准确程度，也持续改进和改造优化了各种信息技术以及相关设备。一定要对电子营销系统在信息驱动上展开必要的发展，尤其是在传统技术朝着新技术过渡的过程当中，也需要不断鼓励、指导、培训相关工作人员在每个工作中都能取得比较良好的发展成果。

2 大数据平台下的电力营销信息化建设探究

2.1 达到更高的客户标准

在当前的市场营销领域当中，比较重要的板块始终是根据客户的主要个性进行差异化的营销^[2]，但是，在

实际的发展以及应用中，预期的效果却始终很难得以实现，究其原因，主要是由于当前客户的信息相对比较复杂，还比较多，传统落后的信息管理主要办法不能实现各种信息的有效管理，造成个性化的营销模式一直处于理论化发展的阶段，不能真实得到具体的实践。在当前大数据发展的时代背景的发展之下，很多影响差异性营销的主要信息处理问题已经被妥善解决，很多电力企业都能够通过电力投诉建议、电力消费记录以及电话咨询等等方式对客户的主要资料进行完整的收集，还可以在这个过程中充分利用大数据平台，对企业中的客户消费喜好、消费习惯以及各种敏感标签进行分析和总结，对不同客户描绘出不同的画像，最终能够进行比较有针对性的电力营销主要服务，让客户在这个过程中获得更好的体验。

2.2 实现电费回收低风险

企业是电力企业的本质所在，所以，对电力企业中相关经济受益的主要进项产生影响的因素就是电费回收，电力企业需要对此高度重视起来。在之前的风险评估过程当中，很多企业都是根据其外在的信息对用户的电力信用相关登记进行正确的判断，这样的举动可能会让回收电费的活动产生一定的风险^[3]。在当前大数据时代发展的背景之下，电力企业能够通过大数据平台对相关人员的电费回收相关风险进行评价和估测，对其可能承担的电费偿还的主管意愿以及承担的电费的能力详细理清，将客户最真实的电力信用等级做出评估，这样就能在根本上降低客户拒绝还款的主要风险，还能够有效保证电力企业的经济效益以及社会效益。

2.3 有利于提升工作效率

网络营销方案能及时扩大营销方式,不断提升电力企业的工作效率。通过比较高效的使用网络相关技术,能在一定程度上实现节省相关功效,将供应链不断缩短,在根本上节省了成本和时间,也取得了比较高的投资回报率。通过一些大型数据平台对电话营销相关数据信息的有效管理,能够帮助业务持续增长,并且不断实现资源以及数据的有效整合,最终能够更好的为社会以及广大消费者作出服务。

3 电力营销的发展现状以及问题分析

3.1 用户需求不断增加

在当前阶段,智能化不断普及和发展起来,很多人、家庭以及单位都对电力的使用表现出了相当强烈的需求,在当前企业的主要发展过程中,对电力的使用需求是相当大的,各个部门想要运行相对应的系统都需要使用不同程度的电力才能实现,进而能够让一些比较繁琐的工作流程变的简单,尤其是在一些道路工程、建筑工程的相关施工活动当中,很多大型机械设备与机械设施都产生了很大的耗电量,所以,为了在一定程度上对这些企业的成产成本进行有效降低,需要及时储备必要的电量,这样才能保证相关工程或者是工作能够顺利的开展下去^[4]。

3.2 供电调配跨度较大

随着人口数量的变化,电力需求也随之发生变化,在地域在各个地域的发展中存在着比较明显的差异,人口比较密集的地方,用电量很大,供电需要及时,人口少的地方,经常会出现用电困难或者是供电不及时的情况,在电力系统的供应过程当中,电力企业需要积极对国家的号召积极响应,将东部地区十分丰富的电力资源输送到电力资源不是很多的西部地区,帮助人口数量少的地区对基本的用电需求能够基本维持,最终间接实现东西部地区的电力均衡发展,在这个过程中也要不断的创新和发展^[5]。但是,因为我国地域之间的跨度比较大,实际输送电力的过程中,不仅仅要将实际的自然气象、交通条件、地形地势等因素带来的主要障碍及时克服,还要将电力资源安全准确的输送到指定地点,这就给电力输送工程带来了很大的困难,也让当前阶段的电力营销有了很大的挑战,相关人员在处理数据信息方面需要不断满足更多更高的要求,这样做可能会在持续增加的供电系统中产生相对严重的经济损失,给电力企业的发展带来一些负面影响。

4 大数据平台下的电力营销信息化建设要点分析

4.1 加快大数据平台建设

处理大数据以及利用大数据的主要基础就是大数据

平台,如果要建设大数据处理平台,就需要从以下几个必要的方面着手进行,首先,相关人员需要根据企业中需要用到相关数据的主要特点,对大数据处理的相关技术做出正确的选择,通常情况来说,电力企业实际工作中应用到的大数据处理技术,主要包括了内存计算技术、流处理技术还有分布式计算机处理技术,这三种技术也是应用的比较广泛的大数据技术,分布式计算处理技术在这三个技术中比较适用于分析海量数据信息,流处理技术有着不会影响数据处理下效率的主要特点,所以经常应用在处理实时性数据的过程当中,内存数据处理技术能够广泛应用在高效处理实时数据的过程当中^[6]。需要相关人员注意的是,不一样类型的大数据处理技术存在着比较大的差异,一定要进行针对性的应用。其次,对多种数据进行及时的归类和整理。电力企业营销当中的信息化主要工作对大量用户比较复杂的资料涉及的比较多,所以,相关人员需要对数据开展归类、整理、汇总的主要工作,这样才能让这项工作的质量以及效率得到显著的提升。再次,对数据分析的主要结果进行分析。在处理完成各个类型的数据信息之后,一定要利用技术手段进行必要的汇总工作,保证信息能够综合使用下去。最后,将数据信息进行可视化的处理。可视化处理主要是将收集归类的信息图表化,相关人员借助图表的主要特点将数据信息更好的展现出来。

4.2 电力营销数据分析和处理

针对电力营销的数据处理方面,涉及到了很多类型,例如时空数据、时序数据以及流数据等等,时空数据可以对用户的基础信息进行记录,这些基础信息包括用户的电话、住址、电力、用电量等等;时空数据主要为电力企业发展当中的电网提供出非常优质的资源和框架结构,流数据具有着持续快速的主要特点,在对电力营销的主要数据进行分析 and 总结之前,一定要对数据信息做出预处理工作,在这个过程中,可以通过相关标准优化数据,对相关数据信息确定分布类型,规范化的处理数据的标准差以及均值^[7]。在挖掘电力营销相关数据以及提升其主要价值的过程中,相关人员可以利用聚类分析、统计分析、神经网络以及关联规则等等方式对相关数据中隐藏着的信息进行发现,最终完成电路线损以及客户需求的主要预测工作,这对于提升数据信息的主要价值有着很大的帮助。

4.3 加强配网停电管理优化

配网停电在实际情况中主要包括限电、内部故障、外部故障以及临时限电等主要内容,相关人员通过大数据能够对停电区域停电的主要原因做出有效的分析,

并且能够对其中存在的停电故障问题进行排查,最终在一定程度上将经济损失不断降低。景观电网运行的系统分析以及检修具体设备的运行状态,可以根据停电的主要损失以及用户的实际数量等比较关键的衡量指标,对多个电网综合停电方案中的备选方案进行及时准确的提出。例如,选出电网停电的最佳解决方案,并且做到资源的合理配置与完善,让电网综合停电当中的精细化管理做到进一步的优化。除此之外,相关人员还可以通过停电管理实际需求以及实际情况的主要分析,让电网停电管理的多样化目标做到最佳优化的状态,让各种信息数据成为决策当中的合理依据,分析好工作量均衡整体性以及可靠性与经济性,对相关目标参数信息合理设置,力保为可视化场景提供最为有效的支持。

4.4 创新营销,开拓市场

为了让售电公司始终立于电力市场中的有利位置,一定要及时增加客户粘性,及时根据客户的不同需求将对应的定制服务落实下来,保证电力公司能够将更多优质客户吸引进来,让营销的业绩得到较为持续的提升。所以,市场化的售电方式一定要把用户的主要需求放在第一位上,也需要及时利用大数据平台对这些用户进行服务与分析,围绕着客户的重点需求,将一些有针对性的差异化服务提供出来,不断对自身发展的服务内容以及服务方式进行创新,在根本上提升服务的品质。针对一些技术以及实力都比较强的电力公司来说,对于能源服务综合性的拓展,能持续实现电、气、水等多种能源产品的一站式服务体系,及时促进提升综合经济效益。在给所有用户提供价值的过程中,及时扩展与自身业务发展实际相关的增值服务。在一定程度上实现共享用户增值利益。采取合同的相关方式,管理相应的资源和能源,针对用户设计施工相关能源消费工程,收取合理的服务增值费用,收取设备故障维修费用以及托管检修等套餐化的服务费用。给用户提供更专业的售电增值服

务,不断拓宽收入来源,提升客户粘性,这样就能有效推动整个售电公司长期稳定的发展。

结束语:

综上所述,随着当前信息技术的不断发展,让当前的电网以及互联网之间的联合建设发展水平逐渐提高,在当前大数据信息技术的发展运营背景下,对于电力营销大数据平台的有效建设实现了营销模式的成功转变,其中的营销方式以及管理模式都得到了成功的创新与发展,在当前阶段,数据驱动营销的管理活力持续注入与增加,在一定程度上为电力企业的营销工作效率的提升和促进奠定了坚实的基础,也让其最终实现了服务水平的发展和建设。电力企业相关部门一定要对当前电力营销的相关技术给整个电力系统运行工作带来的影响高度重视起来,在实际工作的开展当中,及时借助技术上的重大优势,对电力系统的运行方式不断完善起来,最终推动电力企业朝着更加长效以及协调的方向发展下去。

参考文献:

- [1]张羽,高博.基于大数据中台的电力营销信息化建设[J].科技经济导刊,2020,28(34):49-50.
- [2]陈海辉,林楚航,张曼.大数据环境下的电力营销信息化建设探讨[J].城市建设理论研究(电子版),2020(14):112.
- [3]李子凯,王建基,耿敏.大数据环境下的电力营销信息化建设探讨[J].电力系统装备,2019(14):177-178.
- [4]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.
- [5]梁彤.大数据环境下的电力营销信息化建设研究[J].营销界,2019(38):69,73.
- [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]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.