

利用电力营销管理信息系统管理电费的探讨

王誉歌¹ 黑晨阳²

1. 国网陕西省电力有限公司铜川市新区供电公司 陕西 铜川 727015

2. 国网陕西省电力有限公司洛川县供电分公司 陕西 延安 716000

摘要: 随着电力体制改革持续深化, 电力市场竞争日益激烈, 电力企业对电费管理的精准度与高效性提出了更高要求。本文探讨了利用电力营销管理信息系统管理电费的相关问题。阐述了该系统在完善客户资料、推动营销方式创新及明确规划管理权限等方面的作用。分析了其在电费管理中的具体应用, 如加强电费风险管理, 利用科源电力营销信息系统、CCS 客户关怀信息系统进行管理等。同时指出了电力营销信息化管理存在信息处理无统一标准、信息安全有隐患、受传统业务模式制约及信息化设备技术问题等。最后提出建立统一标准、强化安全保障、创新业务模式、提升设备技术支持等优化策略, 以提升电费管理水平。

关键词: 电力营销管理; 信息系统管理; 电费探讨

引言: 在当今电力行业快速发展的背景下, 电费管理作为电力营销的关键环节, 其管理水平直接影响着电力企业的经济效益和服务质量。电力营销管理信息系统的出现, 为电费管理带来了新的机遇和挑战。一方面, 该系统具备多种功能, 有望提升电费管理效率与质量; 另一方面, 在实际应用中也暴露出一些问题亟待解决。深入探讨如何利用电力营销管理信息系统优化电费管理, 对于电力企业适应市场变化、提升竞争力具有重要的现实意义。

1 电力营销管理信息系统的作用

1.1 完善客户资料

电力营销管理信息系统可全面收集客户信息, 涵盖基础资料、用电习惯、缴费记录等多方面。通过系统整合, 能对客户进行精准画像, 深入洞察客户需求。例如, 依据客户用电峰谷时段偏好, 为其推荐更适配的电价套餐; 借助缴费记录分析客户信用状况, 为信用良好客户提供便捷服务, 对信用不佳客户提前预警风险。同时, 系统持续更新维护客户资料, 确保数据准确性与时效性, 助力电力企业为客户提供更贴心、个性化服务, 增强客户满意度与忠诚度。

1.2 推动营销方式创新

该系统打破传统营销局限, 基于海量数据分析挖掘潜在客户群体与市场需求。通过大数据技术, 精准定位高耗能企业, 为其定制节能改造方案及优惠用电政策, 实现精准营销。利用系统开展线上营销活动, 如线上电费充值优惠、用电知识问答赢礼品等, 吸引客户参与, 提升客户互动体验。此外, 与电商平台合作, 拓展电力相关产品销售渠道, 像智能电表、节能电器等, 创新盈

利模式, 使电力营销从单一供电向多元化服务转变, 增强企业市场竞争力。

1.3 明确规划管理权限

在电力企业内部, 管理信息系统清晰划分各部门、各岗位管理权限。营销部门专注客户拓展与服务, 可通过系统获取客户信息开展业务; 财务部门负责电费核算与资金管理, 对电费数据拥有特定操作权限; 运维部门则依据系统反馈的用电故障信息进行设备维护。各部门按权限操作, 避免职责不清导致的管理混乱。同时, 系统设置严格审批流程, 重要业务操作需多级审核, 保障业务合规性。权限的明确划分, 提升企业内部协同效率, 保障电力营销工作有序、高效运转^[1]。

2 电力营销管理信息系统在电费管理中的应用

2.1 加强电费风险管理

电力营销管理信息系统通过对客户用电数据及缴费行为的深度分析, 有效识别潜在电费风险。系统实时监测客户用电量异常波动, 若某企业客户用电量短期内急剧下降, 可能预示经营状况不佳, 存在电费缴纳风险, 系统会及时发出预警。同时, 结合客户历史缴费记录构建信用评估模型, 对信用评分低的客户采取预付费、增加催缴频次等措施, 降低欠费风险。此外, 系统还能根据市场电价波动、政策变化等因素, 模拟电费收入变化趋势, 帮助电力企业提前制定应对策略, 保障电费资金安全稳定回笼, 提升企业电费风险管理水平。

2.2 利用科源电力营销信息系统进行电费管理

科源电力营销信息系统在电费管理中功能强大。它具备高效的电费计算模块, 依据不同客户的用电类别、电价政策及实际用电量, 精准核算电费, 避免人工计算

误差。系统支持多种缴费方式,如线上银联、微信、支付宝支付,线下营业厅、自助缴费终端缴费等,极大便利客户。在电费账单生成与推送方面,能按时生成详细账单,清晰展示用电明细、费用构成,并通过短信、邮件等方式及时推送给客户。而且,该系统还提供电费查询、欠费提醒、缴费历史追溯等功能,客户可随时自主查询相关信息,电力企业也能借助系统便捷开展电费管理工作,提高工作效率与客户服务质量。

2.3 利用 CCS 客户关怀信息系统进行电费管理

CCS 客户关怀信息系统从客户服务角度助力电费管理。系统通过收集客户反馈及用电需求,针对性优化电费管理服务。例如,对于老年客户群体,了解到他们对线上缴费操作困难,便安排工作人员上门指导或提供更多线下缴费协助。在电费催收环节,改变传统生硬催收方式,借助系统以关怀式提醒替代单纯催缴,如在临近缴费截止日期时,发送温馨短信告知客户及时缴费以免影响用电,并附上缴费指南。同时,根据客户用电习惯,为客户提供节能用电建议,帮助客户合理降低电费支出,提升客户对电费管理的满意度与认可度,促进电费按时足额回收,改善企业与客户关系。

3 电力营销信息化管理存在的问题

3.1 信息处理缺乏统一标准

在电力营销信息化管理中,不同地区、部门收集与处理客户用电信息、电费数据等方式各异。部分区域侧重客户基本信息收集,忽视用电行为数据记录;有些部门在电费核算时,对特殊用电时段电价计算规则理解不同,导致电费计算有偏差。信息格式也不统一,有的以电子表格存储,有的采用数据库形式,数据字段设置和编码规则千差万别,这使得信息整合与共享困难重重。跨区域业务协作时,因信息处理标准不统一,常需人工二次核对与转换数据,耗费大量时间与人力,严重降低工作效率,阻碍电力营销信息化整体推进,影响数据的准确性与分析决策的科学性。

3.2 信息安全存在隐患

电力营销信息系统存储海量客户敏感信息,如身份证号、银行账号、用电地址等,以及企业核心运营数据。随着网络技术发展,信息安全面临严峻挑战。外部网络攻击手段层出不穷,黑客可能利用系统漏洞窃取客户信息,进行非法交易或恶意篡改电费数据,造成企业经济损失与声誉损害。内部管理也存在问题,员工安全意识淡薄,随意共享账号密码,违规操作致使信息泄露^[2]。

3.3 传统业务模式制约

传统电力营销业务模式长期依赖人工操作与纸质流

程,与信息化管理融合艰难。在电费抄核收环节,人工抄表效率低、误差大,且难以实时获取用电数据,影响电费及时准确核算。客户办理业务时,需在营业厅排队提交纸质材料,经多部门流转审批,流程繁琐、周期长。而信息化管理要求业务流程精简、数据实时交互共享,传统模式下各部门信息壁垒严重,数据流通不畅,无法充分发挥信息化系统优势。

3.4 信息化设备与技术问题

部分电力企业信息化设备老化,服务器性能不足,无法承载日益增长的业务数据处理量,导致系统运行缓慢甚至卡顿死机,影响电费管理、客户服务等业务正常开展。网络覆盖不完善,偏远地区通信信号差,数据传输延迟、中断频繁,使现场采集的用电数据无法及时回传至系统,延误电费核算与业务决策。在技术层面,一些企业采用的电力营销信息系统版本陈旧,功能模块落后,不支持最新的数据分析、智能交互等功能^[3]。

4 优化电力营销管理信息系统用于电费管理的策略

4.1 建立统一信息处理标准

电力企业应制定涵盖全业务流程的统一信息处理规范。在数据收集阶段,明确规定各地区、各部门需收集的客户用电信息类别,不仅要重视客户基本资料,还应将用电行为数据,如用电峰谷时段、负荷变化规律等纳入重点收集范畴,确保数据的完整性。对于电费核算,统一特殊用电时段电价计算细则,消除理解偏差导致的计算错误。在信息存储格式上,摒弃多样化的存储方式,统一采用兼容性强、安全性高的数据库存储,并规范数据字段设置和编码规则,使不同来源的数据能无缝对接。为推动标准落地,企业需组织全员培训,详细讲解新的信息处理标准内容与操作流程,提升员工对标准的理解与执行能力。同时,设立专门的监督小组,定期检查各部门信息处理工作,对不符合标准的行为及时纠正,对严格执行标准的部门给予奖励,形成良好的执行氛围。通过建立统一信息处理标准,打破信息孤岛,实现数据的高效整合与共享,为电费管理及后续的精准分析、科学决策奠定坚实基础,有力提升电力营销管理信息系统在电费管理中的效能。

4.2 强化信息安全保障体系

电力企业需从多维度构建坚固的信息安全防线。在技术层面,持续升级系统安全防护设施。部署先进的防火墙技术,阻挡外部非法网络访问,抵御各类网络攻击;运用入侵检测与防御系统,实时监测网络流量,及时发现并拦截异常流量与恶意软件。定期更新系统漏洞补丁,确保系统自身安全性,不给黑客可乘之机。同

时,采用加密技术对客户敏感信息及电费数据进行加密存储与传输,即使信息被截获,非法获取者也难以解读数据内容。人员管理方面,加强员工信息安全培训,提升全员安全意识。培训内容涵盖密码安全设置、防范钓鱼邮件、数据访问权限管理等知识,杜绝因员工操作不当导致信息泄露。制定严格的信息安全管理制度,明确员工在信息处理中的职责与权限,对违规操作行为给予严厉惩处。此外,建立健全信息安全应急响应机制。制定详细的应急预案,定期开展应急演练,确保在遭遇信息安全事故时,能够迅速响应,及时采取数据备份恢复、系统隔离修复等措施,最大程度降低损失与影响,全方位保障电力营销管理信息系统在电费管理中的信息安全。

4.3 创新业务模式与流程再造

电力企业应积极对传统业务模式进行革新,以适配信息化时代下的电费管理需求。首先,简化客户业务办理流程,全面推行线上业务办理平台,客户可在线提交用电申请、变更业务等资料,系统自动进行审核,减少人工干预,大幅缩短业务办理周期。摒弃传统纸质流程,实现业务流程的数字化流转,提升业务处理效率。引入新型营销模式,借助互联网思维开展精准营销。通过对客户用电数据的深度挖掘,分析客户用电习惯、消费偏好等,为客户量身定制个性化的电力套餐与增值服务,如针对高耗能企业提供节能改造方案及配套优惠电价,增加客户粘性与企业收益。同时,利用大数据分析优化电费抄核收流程。采用智能电表实现自动抄表,实时获取准确的用电数据,系统依据既定规则精准核算电费,避免人工抄核误差。并且,基于数据分析预测客户缴费行为,提前对可能欠费客户进行提醒,提高电费回收率。此外,打破部门间信息壁垒,促进营销、财务、运维等部门深度协同。构建跨部门信息共享平台,实现客户用电信息、电费数据等实时交互,各部门依据共享信息及时调整工作策略,形成高效协同的业务运作模式,全面提升电力营销管理信息系统在电费管理中的整体效能。

4.4 提升信息化设备与技术支持

电力企业要着力升级信息化设备,淘汰性能落后、老化严重的服务器,选用具备高运算能力、大容量存储

的新型服务器,以承载日益增长的业务数据量,确保电力营销管理信息系统运行流畅,避免因服务器卡顿影响电费核算、客户业务办理等工作。全面更新终端设备,为抄表员配备智能化、便携的抄表设备,提高数据采集效率与准确性;在营业厅部署先进的自助服务终端,方便客户自主办理业务、查询电费信息。优化网络基础设施,扩大网络覆盖范围,尤其加强偏远地区及信号薄弱区域的网络建设,保障数据传输稳定、及时。采用高速光纤网络,提升数据传输速率,让现场采集的用电数据能迅速回传至系统,为电费管理提供实时数据支撑。在技术层面,积极引入先进技术。运用云计算技术,实现资源灵活调配,降低系统运维成本;部署人工智能算法,对电费数据进行深度分析,挖掘潜在价值,精准预测电费走势、客户用电需求。持续更新电力营销信息系统版本,及时融入最新功能模块,如智能客服、线上缴费多元化支付接口等。注重技术人才培养与引进。组织内部员工参加技术培训,提升其对新技术的掌握运用能力;同时,从外部招聘具有大数据、云计算、人工智能等专业背景的技术人才,充实企业技术力量,为信息化设备高效运行与技术持续创新提供坚实保障,助力电费管理工作迈向更高水平^[4]。

结束语

综上所述,电力营销管理信息系统对电费管理意义重大。它虽在完善客户资料、创新营销方式等方面发挥作用,但仍面临信息处理标准不统一、安全隐患、传统模式制约及设备技术短板等问题。通过建立统一标准、强化安全保障、创新业务模式、提升设备技术支持等策略,可有效优化系统。

参考文献

- [1]关雅兰.利用电力营销管理信息系统进行电费管理探讨[J].环球市场信息导报,2021(41):101-102.
- [2]邹奕,曾婷.电力营销中电费账务集中核算的有效思路探析[J].通讯世界,2021(23):185-187
- [3]李莉,李贵祥.解析供电公司电力营销管理中营销管理信息系统的应用[J].科学技术创新,2021(12):153-154
- [4]梁庆林.电力营销管理信息系统在用电管理中的应用[J].技术与市场,2021,26(09):210-212.