

大数据背景下的电力营销信息化建设研究

钟磊磊

国网浙江余姚市供电有限公司 浙江 省宁 315400

摘要: 在大数据的大背景下, 公司必须做到销售市场角色的转变, 意识到营销信息化的必要性, 根据建立正确的电力营销信息化核心理念, 加速大数据平台上的基本建设, 并完善大数据服务管理系统等形式, 尽量提升营销工作中效果与高效率, 才可以在更加激烈的竞争市场中获得优势。

关键词: 大数据背景; 电力营销; 信息化建设

引言

基于大数据环境, 电力营销信息化发展想要取得显著成效, 电力企业必须要顺应时代发展, 转变思想, 紧跟改革步伐, 不断优化完善营销信息化管理体系和工作流程, 使电力营销信息化管理更为标准、规范, 同时还应采用多元化方式进行管理, 以满足客户多样化的需求。

1 大数据技术对电力营销服务产生的影响

联系实际的情况与需求, 深层次且全方位地剖析相关数据信息, 再以此作为基本, 具备较强的有针对性地对相关的数据展开消息推送, 就可以被称作大数据技术。充分运用大数据技术的积极意义, 可以更好的达到相关用户的需要, 进一步提升用户所作决策的过程合理性与合理化。但从电力营销服务这一层面来说, 假若电力企业可以立在综合性的视角中对各类相关因素展开剖析, 再以此作为基本, 适当对大数据技术进行运用, 则能在一定程度上为自己营销推广目标实现提供更好的确保, 合理降低不必要成本费用消耗。

现阶段, 科技进步日新月异, 互联网的发展范畴也是越来越大。在开展与电力营销服务相关的工作的时候, 联系实际的具体情况要求, 适当对大数据技术进行运用, 能够帮助相关的电力企业为用户构建起较好的意见和建议服务平台, 让企业可以在第一时间找到自己所存在的不足, 而且积极主动采用具备较强的目的性、合理化和合理性的举措针对问题加以解决, 勤奋提高自己的营销服务实际效果, 为自己的营销服务品质提供更好的确保, 在加快推进相关电力营销服务体系创建、完善与完备的与此同时, 能够更好地达到用户的需要^[1]。在运用大数据技术的过程当中, 电力企业通常还要加速建立起一支具有较强专业能力和专业能力团队, 从而在一定程度上提高企业具体的经营效率。此外, 电力企业在开展与电力营销服务相关的工作的时候, 假若可以适当引进大数据技术, 则能在一定程度上降低用户所要所面临

的工作内容, 进一步增强用户的体验感受和成就感, 为总体操控的清晰度提供更好的确保。

2 大数据环境下电力营销信息化的必要性

2.1 保证数据安全

在积极推动电力营销大数据体系的建立、健全与完善时, 电力企业应当先充分了解与掌握维护数据安全性在这当中的重要性以及其所能够带来的积极作用, 提高自身对其的重视程度以及关注度, 牢牢把握不同的安全管理层次, 如数据库、网络实体和操作系统, 努力使机密性、准确性、一致性以及完整性等特点能够在数据当中得以凸显。除此之外, 为了尽可能地防止数据遭到破坏, 还应当结合实际的情况与需求, 在公共访问网和内部网络之间设置相应的防火墙。

2.2 确保用电负荷预测精确

用电负荷是指电力用户在同一时间向电力系统软件拿取的所有额定功率之和, 依据电力用户特性的差异, 可将其分成公司负荷、农牧业负荷等, 在其中公司负荷又能够根据客户规模、用电量特性等方面进行细分化。传统用电负荷算法是根据电力用户的过去数据信息, 梳理出用电量规律性, 并给出预测, 但随着社会经济进一步的发展, 各行业的耗电量出现严重的差别, 造成传统式预测方式丧失精确性^[2]。在这里环境下, 数据管理平台的诞生为电荷预测带来更多的方式, 往日资料显示, 新电荷预测的办法不但最准确, 并且有效提升了预测工作中效率。

2.3 提供差异化营销服务

从供电企业的核心业务来看, 电力营销具有至关重要的作用以及不可替代的意义, 不能够被人们所忽视。倘若能够进一步增强实际的电力营销效果, 为最终的电力营销质量提供良好的保障, 电力企业则能够更好地满足相关电力用户的需求, 并且进一步增强自身的市场竞争力。因此, 为了实现这一点, 企业应先充分了解与掌

握电力营销管理经济系统在这当中的重要性,牢牢把握市场需求的最新变化。与此同时,其还应当提高自身对于相关法律法规的重视程度以及关注度,并且以此为基础,积极推动自身销售制度的优化与改善,使这一制度更具合理性^[3]。除此之外,其还需要把握好各类不同的营销方式,如个性化营销以及精准营销等。此举能够帮助电力企业对相关的用电用户进行细分,并且以此为基础,深入了解与掌握每一位用电用户的实际需求,使企业能够为用户提供差异化营销服务,进一步提升自身的服务质量。

3 大数据环境下的电力营销信息化建设路径

3.1 塑造电力营销信息化核心理念

大数据时期,能源企业面临非常大的销售市场机遇与挑战,要想得到核心竞争力,一定尽早进行电力能源企业的信息化基本建设,务必引进创建电力能源市场销售信息化的发展理念。如今的社会,一部分电力公司尽管实现了电力营销信息化基本建设,但是由于各个部门缺少对有关信息的高效利用,导致公司很多人力资源、资金的消耗,危害管理者对电力公司进一步搭建电力营销信息内容的积极性。为了能更改这样的情况,必须公司管理人员产生正确电力能源营销的信息化核心理念,推动电力能源企业对于数据的处理利用,管理层们务必深刻认识到信息化的巨大,增加运用大数据的宣传引导^[4]。风险与机遇共存是现代市场特点,电力能源企业为了不被销售市场抵触,务必作出一定更改,认可信息化时代的发展理念,客观正确引导销售市场,以信息化管理方法为载体,提升市场份额,扩张相对应订单量。

3.2 电力营销数据解决和分析

电力营销数据种类丰富多彩,包含时钟频率数据,如客户用电量消费明细,在其中由包括客户的电磁能交易时长、用户姓名、用电量详细地址、电费单价、耗电量及其联系电话等基本信息;时光数据,比如给予电力服务的电力公司电网布局架构设计与资源配置状况等;迅速、不断注入和流出流数据,对其大量、多元化、异构体的电力营销数据剖析以前,可以直接对数据开展预备处理,比如,对于电力营销数据的量级存有区别的状况,可以直接对数据开展规范性,既能确保数据的完好性,还能够实现降到最低数据多余^[5]。在开展电力营销大数据的处理方法与计算有很多种方式,不同类型的方式各自适用不同类型的数据解决要求,必须对于数据种类、主要用途等方面进行采用,从而使数据和技术通力合作造就最大的一个使用价值。在其中,分布式处理技术性可用于对规模性分布式系统的数据开展批量编

辑,流处理技术性则主要运用于数据的实时控制与快速反应,运行内存处理工艺能够实现对数据高速载入和处理。

3.3 科学妥善的管理营销客户信息档案

随着市场竞争越发激烈,客户信息的全面性对电力营销的绩效有着直接的影响。所以,在实际的电力营销工作中,营销人员应充分利用营销信息化设备和系统对客户资料进行系统科学的管理。(1)在具体的营销过程中,应将客户的资料及时、全面地登记整理建档,同时做好信息比对,尽量找出潜在客户,为之后的营销活动打好基础。(2)通过科学妥善的客户档案信息管理,可大大提高电力营销信息化的效率^[6]。在进行客户资料档案整理时,应尽量根据客户的消费习惯以及消费需求,对客户进行分类管理,利用数据共享平台对客户资料进行综合分析、信用度评估等,通过对其用电需求,挖掘出客户的市场潜力,为营销方案的定制提供数据支持和精准的营销指导。

3.4 加强监管,搭建多样化的平台模式

电力企业在营销管理环节中最需考虑的是有关客户违反规定用电怎样处理问题,在传统营销方式中这一问题通常需花费大量人力资源,且操作过程中因为实质上的直接证据无法储存,非常容易与客户间产生矛盾,不益于交易关系的健康和不断,因而根据搭建多样化的服务平台,依靠系统软件挑选电力业务流程上存在异常用电数据,对于此类数据关键标志,并依据用电起伏、最大负荷等电力数据,依靠相关决策树算法的数据优化算法,制订用电客户安全风险,并且通过过去的用电个人行为及其售电个人信用,推算出高危的用电客户^[7]。除此之外企业还能够发布电力网络平台,充足利用移动终端,利用手机微信作为重要的营销管理的纽带之一,联接企业及电力顾客,完成电力营销管理的有效发展趋势,完成电力企业和客户的双向交流。电力企业可采用挪动电力管控措施,为区域范围智慧小区、聪慧办公场所、智慧社区和分布式架构的电力经营给予聪慧电力服务项目,提升电力企业电力广告营销管理能力。和传统电力能源营销管理方法对比,智能化电力营销管理具备方便快捷、高效率、环境保护、安全性、环保节能等众多优点,能够通过数据技术性对很多数据进行剖析与处理,对分布式电源系统软件进行优化。

3.5 加速大数据数据平台

大数据网站是解决并利用大数据的前提,需要基本建设大数据解决服务平台,能从以下几方面下手:①根据客户经常使用的数据特性,挑选多种类型大数据处理工艺。一般来说,电力公司要用到大数据处理工艺包

含分布式存储技术性、内存计算技术和流处理技术性三种。在其中，分布式存储可用于海量数据剖析，流处理技术性具备也不会影响数据解决质量的特性，因而常用于实用性数据的处理方法，最终内存计算技术性也被用于即时数据高效审核中。值得关注的是，不同种类的大数据处理工艺的差别很大，必须有针对性地应用；②分类收集的多种多样数据。电力企业网络营销的信息化工作涉及到很多繁杂的消费者材料，所以需要开展数据归纳、分类解决，才可以提高整体工作中效率和质量；③归纳数据讲解的结论。在各种类型的数据处理完毕后，必须利用一定的方式方法开展归纳，保证信息内容综合应用^[7]；④将数据开展数据可视化解决。数据可视化解决是指将信息图化，依靠数据图表的特征能够更好地展现数据。

3.6 提升公司之间资源共享，提升人员的综合能力

电力能源企业必须提升和外界公司的交流与沟通，积极与他的协作，更全面地了解现阶段的销售市场发展趋势，从而利用数据分析数据设置长、近期目标，为公司发展作出整体规划。能源集团要与其它大数据企业合作，尤其是一些设备生产厂家与大数据软件开发公司，根据合作得到这些企业手上把握的大数据网络资源。公司通过开展有价值的学术交流会，激励员工学习的积极性，在提升工作主动性的前提下，提高职工的专业能力^[8]。加强人才引进，公司不但要注重内部人员的素养提升，更要注重对经验丰富的出色外界专业人才吸收，在人才引进政策环节中，企业能够结合实际情况，提升员工福利待遇，吸引优秀人才进入公司，为公司发展注入新活力。而且企业应创建员工评估管理体系，协助企业操纵职工的总体劳动效率，便捷解决员工里出现敷衍了事问题，提升职工的积极性。

3.7 构建完善的电力营销信息化系统，加速电力企业现代化管理

信息化建设现代化管理水平直接影响着电力信息化管理水平，所以电力企业应加强信息化建设现代化管理，根据国家相关政策和要求，结合企业自身的实际情况，制定完善的现代化信息管理体系和营销管理机制，充分利用当下先进的信息化技术、设备对数据进行精细

化管理和监督，在传统管理模式的基础上，解决电力企业营销业务管理模式，实现营销业务标准一体化管理^[9]，在保证电力营销信息化建设数据安全的基础上，通过数据共享平台实现营销信息的高度共享，使营销服务更为快速便捷，业务服务更为规范标准，同时通过信息化系统对营销决策进行分析，促使电力营销朝着精细化、标准化方向发展，为电力营销创造良好的环境，进而推进电力营销管理方式根本性的转变。

结语

总的来说，由于电子技术的不断进步，各种各样优秀方式方法和创新管理方式被广泛运用到各行各业的工作上，社会被赋予了蓬勃的生命力。在这样的环境下，讨论电力营销的高速发展关键点，有利于公司升级营销对策，开展融入时代特征的信息化建设，在更加激烈的竞争市场中获得竞争优势影响力，扩大经济收益。

参考文献：

- [1]沈晓倩.浅谈大数据环境下的电力营销信息化建设[J].应用能源技术,2021(05):20-22.
- [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]庄佳颖.大数据环境下的电力营销信息化建设探微[J].数码设计(上),2020,9(3):292.
- [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(07):168-169.
- [5]张连芳.大数据平台下的电力营销信息化建设探究[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2021(12):146-148.
- [6]郭蕊.大数据背景下电力营销的信息化建设分析[J].魅力中国,2020(25):378-379.
- [7]张莉莉.电力营销业务信息化管理模式探究[J].百科论坛电子杂志,2020(7):1656-1657.
- [8]庞建军.基于大数据的电力营销管理分析[J].集成电路应用,2020,37(01):110-111.
- [9]刘军山.大数据背景下谈供电企业电力营销服务体系构建[J].电子元器件与信息技术,2020,4(10):50-51.