

大数据在电力营销中的应用

张雅娟 张春生

国网奎屯供电公司 新疆 奎屯 833200

【摘要】电力营销指电力企业在传统市场营销的基础上,根据市场需求,结合市场环境的变化,向客户推销企业产品与服务,建立和谐的供应关系,以满足消费者日益增加的电力需求,协调管理电力市场,从而为电力企业获取更大的经济效益提供支持,推动社会运转。大数据技术的应用能整合与深度挖掘信息,其分析结果具有较强的洞察力,能为企业决策提供基础条件,有利于营销方案的优化。大数据技术的应用重点在于对信息加工后获得增值信息,也就是通过现有的数据分析预测市场需求及未来发展方向,建立科学的数据模型,在结合企业自身情况输入新数据之后得到最佳结论,为营销方案调整提供参考,加速企业转型。

【关键词】大数据; 电力营销; 应用措施

1.大数据技术融入电力营销的作用

1.1.有利于完善客户档案

对产品营销而言,客户信息档案的完善与管理非常重要,电力企业必须全面掌握客户信息,并以此为基础参考数据,为客户提供相应的服务。大数据技术不仅能全面收集、分析、整合已有的客户信息,还可以通过多渠道整合分散信息。具体包括采集电力客户的基础档案及用电数据信息,补充缺少的信息,完善现有的电力设备档案,收集整理客户加急预案及供电合同。

1.2.有利于分析量价费损

大数据技术的应用能实时监控电费的回收、到账、销账及电价执行情况,尤其是对用电量大的客户或特殊客户,能实时掌握其资金到账率及电价执行精准度,有利于减少电费损失。做好客户数据监测,及时发现风险并采取应对策略是激烈的行业竞争对电力企业提出的必然要求。为此,要深入调查债权债务关系相关的经营现金流,对大客户及特殊客户制定“一户一策”政策,从而加强对第三方存管、抵押担保及银行保函等相关内容的监管,通过分次结算的方式保证“一户一策”政策的落地。另外,加强对大数据分析技术的应用,做好阶段性工作分析,能为调整电价总结经验,为实现电价的全面调增奠定数据基础。借助大数据技术,还可提供量价费损数据,及时发现管理漏洞,有效提升电力企业的经济效益。

1.3.有利于强化用电检查

(1)借助大数据技术,能及时发现用电异常情况,并定位异常部位,快速完成检修。

(2)及时定位大客户及特殊客户,总结历年各区域的用电情况,做好对比分析,预测不同区域未来一段时间的用电趋势。

(3)全天候监控用户用电信息及抄核收信息,及时发现异常并作出预警。

(4)实时监控用量情况及电压、负荷变化,监控客户主要设备,并通过可视化设备实时显示监控数据。在此基础上,结合历史数据,以发展的角度分析电量及负荷功率参数,及时发现异常客户,针对问题及时抢修,避免出现违约或偷电行为,最大限度地保护电力企业的权益。

2.大数据在电力营销中的应用

2.1.借助大数据开发新市场

在新时代背景下,传统营销方式及营销业务导向已经无法满足当前用户的需求,为此,电力企业要高度重视大数据技术,结合大数据技术分析客户的消费能力及行为习惯,据此开发新市场,最大限度地拓展和优化电力业务,丰富电力产品,获得更大的市场份额,推动企业的持续稳定发展,这将成为电力企业未来发展的重要路径。

2.2.借助大数据提供多元化服务

(1)客户经理要实时掌握客户的用电情况,并做好需求分析,从而了解不同客户的需求,据此提出建议,更好地满足客户需求,促进电力企业的生产。

(2)从客户角度出发,在满足客户基本需求的基础上节约用电,并降低设备的用电消耗。

(3)电力企业要结合自身优势,定期检查用电设备,及时排查可能出现的隐患,保证用电设备的有序运转,确保配电网的安全性及稳定性。

(4)在电网改造过程中,客户经理要提前向客户传达时间、缘由等具体情况,从而获得客户的理解与支持,为维持电力企业的持续发展奠定基础。

2.3.有效开展电费回收工作

(1) 对高压用户而言,若仅获取其用电信息,不了解客户的资质与资金状况,则达不到有效监控与回收的效果,会增加电费回收风险。为此,电力企业应借助大数据技术全面审查客户资质,加强对客户资金状况的监管,确保高压用户担保、合同管理等手段的落地与执行。

(2) 与税务部门高效合作,在大数据平台上建设用电缴纳历史数据库,筛选电费回收较差的用户,用于后续重点监控;借助大数据技术核查用电企业的信贷情况与纳税行为,计算电费回收风险指数,将其应用于客户回收风险评估工作。

(3) 以大数据为基础建立预警机制,结合评估结果加强对回收难度较大的企业的监控,在收电费日之前采取多种方式督促企业上缴,最大限度地保护电力企业的合法权益。

2.4.建立电力抢修可视化系统

电力维修效率关系电力企业的形象,加强电力抢修管理尤为重要。为此,电力企业可以建立标准化抢修可视化系统,及时发现电力线路故障,并在最短时间内完成抢修。电力线路出现突发故障时,电力企业会接到故障上报电话,向抢修中心下达抢修任务,抢修中心在分析故障位置及原因之后,派遣第一梯队工作人员前往故障中心查看情况。若故障较为简单,则由第一梯队检修;

若故障较为复杂,则由第一梯队上报故障后由第二梯队人员到现场检修,并做好故障维修记录。

就大数据技术的应用而言,可以从以下方面建立可视化系统。

(1) 及时更新抢修信息,为第一、第二梯队提供最新抢修信息。实时更新故障工单、梯队到达、检修信息反馈、故障排查、故障抢修、抢修结果反馈等信息,之后结合信息管理技术及GIS技术对检修系统优化,实现指挥中心与现场管理人员之间的精准沟通,以及客服部门与客户之间的互动。

(2) 主动推送故障信息,实现故障的自动化管理。将被动维修转变为主动维修,结合GIS技术主动反馈故障位置及故障属性,为指挥平台及时传递准确信息,提高故障维修效率。

3.结语

综上所述,优质的服务是保证企业长久发展的关键,电力企业也不例外。因此,电力公司不仅要为客户提供电力,还要提供优质服务,以更好地维护企业形象,树立良好的企业信誉,提升企业的核心竞争力。

【参考文献】

- [1]孟燕琴,詹妮.大数据技术在电力营销系统中的应用研究[J].电子元器件与信息技术,2021.
- [2]庄树林.大数据技术在电力营销系统中的应用[J].移动信息,2022(003):000.