

基于大数据中台的电力营销信息化建设研究

王 洋

国网陕西省电力有限公司延安供电公司 陕西延安 716000

摘 要: 当前,随着生产生活水平的不断提升,人们的日常用电量也愈发增加。对于电力企业来讲,最直接的影响就是需要处理大量的信息数据。不论是总体的用电数据测算还是每个用户用电潜能的预估,如果数据处理工作不到位,都会导致后期的营销工作丧失针对性,对用户产生不了吸引力,造成部分用户流失。因此,为了优化营销管理工作,电力企业必须关注数据处理环节的工作效果。本文基于大数据中台的电力营销信息化建设进行研究。

关键词: 数据中台; 电力营销; 信息化建设

Research on Power Marketing Informatization Construction based on Big Data Platform

WANG Yang

State Grid Shaanxi Electric Power Co., Ltd. Yan' an Power Supply Company, Yan'an, Shaanxi 716000

Abstract: At present, with the continuous improvement of production and living standards, people's daily power consumption is also increasing. For power enterprises, the most direct impact is the need to deal with a large number of information data. Whether it is the overall power consumption data calculation or the estimation of each user's power consumption potential, if the data processing work is not in place, it will lead to the loss of pertinence in the later marketing work, which will not be attractive to users, resulting in the loss of some users. Therefore, in order to optimize the marketing management, power enterprises must pay attention to the work effect of data processing. This paper studies the power marketing informatization construction based on big data.

Keywords: Data Center; Power marketing; Informatization construction

一、电力营销信息化建设的现状

一是信息化建设以网络技术为基础。以互联网技术为背景的传播不仅速度更快,并且具备一定的交互性,受众能够进行实时参与,营销工作的开展更轻松。二是电力企业在营销过程中,会产生很多需要对数据信息进行整合和处理的问题。互联网的数据处理同样能够给企业的营销工作提供更精准的数据支持,提升信息处理的时效性,方便企业更及时地掌握市场动向和消费者需求。当前,很多电力企业都已经关注到了电力营销信息化建设的现实价值,也进行了不同程度的应用和尝试,但在实际的工作中仍然存在一定的问题,有待进一步深化、解决。一方面,很多电力企业并没有进行技术和设备的更新,不仅没有加大相应的资金投入,而且工作队伍中也缺少专业素质人才,因而导致系统建设不理想,营销工作效率不高,企业不能够深入把握用户的消费心理,

营销的信息化建设工作并没有发挥其应有的价值。另一方面,部分企业仅关注到了应用网络技术进行数据处理工作,却忽视了营销方案和营销手段的创新,导致实际的营销方案和采集数据之间的联系不大,整体缺乏合理性、关联性。同时,随着人们消费观念的改变,企业如果不能适时推出新颖的促销活动,也可能削弱自身的综合竞争力,在激烈的市场竞争中被淘汰^[1]。

二、电力营销大数据中台概念及特性研究

1. 容量巨大

互联网技术的发达,提高了数据、信息、知识等的传播速度,指数型的增长趋势,使得企业对数据进行的相应收集、分析、整合、控制等过程变得更加富有挑战性,而容量巨大是电力营销大数据平台的一大特点。相较于传统的数据库,信息化时代下的大数据增长飞快,所需要的数据库容量要求更加严格,承载能力需要更加

强大,才能够满足日益增长的海量数据的需求,同时,利用物联网的特性,大数据正从结构化沿着非结构化的方向去探索和进步,它具有更为强大的发展规模和丰富的数据形式,需要处理更多GB、TB级的资料文件,从而令电力企业的信息管理需要做出更多的完善措施,才能够去应对大数据所呈现出来的多样性与海量性。

2. 不可再生性

电力的不可再生性往往决定了其的独特性,意味着一旦使用完全过后就无法循环,只能进行再次生产来提供电力,这也凸显出电力资源的可贵性,同时,电力在人们日常活动中的需求量非常大,而实际当中的供给量却往往容易欠缺,因而使得电力的生产和运输成本都相对较高。电力事业在整个经济市场中具有垄断性,占据了整个社会企业体量的绝大部分比例,但为了企业的可持续发展,探求更大的发展上升空间,需要注重运用合理的电力营销手段,有效地对项目流程作出细致化的规划与调整,从而充分利用不可再生性这个特性,去正确地为用户供电。例如,在营销过程中,计量管理是针对用户的电力使用情况来准确地提供相对应的计价服务,能够更进一步为抄、核、收的费用管理作出支撑,从而明确地向用户显示数据的透明性,正确地认识到供电、配电的重要意义。

3. 实时性强

大数据平台下,信息流动性非常强大,信息化建设必须能够实时地对这些不断增长的数据进行相应的分析和处理,才能够使得电力营销工作取得更好的效果,为用户提供更加优质的服务,极强的实时性也是大数据平台的一大特性。为了应对新时代下激烈的竞争,需要对数据控制作出调整,对其进行实时的处理,不仅能够令信息处理更为准确、高效,大大提升电力营销的工作效率,更能够引入先进的专业处理技术和策略,解决处理过程中可能引发的相关问题,从而使得供电、配电、售电等各个运营环节能够有效地进行,从而全面地提升电力企业的内部管控能力,促进其信息化建设的可持续发展^[2]。

三、大数据中台下电力营销的创新路径

1. 提高对信息建设的重视程度

思想认识层面的转变是推动工作的关键,为了进一步健全信息化系统的建设,电力企业应该提高对信息建设的重视程度,并从以下方面入手:首先,企业要提高对信息化基础建设工作的关注度,要注重基础设备和技术的创新,加大相应的资金投入占比。同时,企业还应

该加强和业内优秀单位之间的交流,及时了解和认识新技术,为提升企业的综合实力提供更高层次的保障。其次,为了切实提高工作水平,电力企业还要注意专业人才的引进,建设一支高水平、高素质的工作团队。企业可以和高校建立联系,在为优秀毕业生提供工作岗位的同时,充实和优化自己的工作队伍,实现双赢。最后,还要注意对企业内部的营销人员进行培训,不但要增强他们的服务意识,还要引导他们与用户进行深度交流和沟通,从而根据受众的实际需求,进行相应的工作调整。

2. 注重数据资源整合,提升电力营销针对性

数据整合是整个数据处理工作当中的重点内容,也是需要去进行完善的关键要点。在企业当中,可以对人员进行相应的专业化培训学习,掌握核心的数据分析处理技术,树立严谨的职业道德修养,相关人员不仅需要储备过硬的知识和技能,更需要具备积极的、正确的工作态度和精神,如进行抄表业务当中,专业人员需要对数据的录入、收集以及审核作出准确无误的判断,实时地对数据资源进行相应的整合工作,以便满足各个工作当中的不同需求,同时,对数据、信息需要做到公开透明,避免出现隐瞒、谎报、虚报等不良现象,传播信息的渠道应当多元化和准确化,特别是进行电费管理的过程中,能够为企业和客户之间建立牢固的沟通关系,有助于电力营销工作的顺利进行。此外,还可以加强集团内部的监督控制,有计划地督促和检查数据整合工作,及时地纠正存在的不足并进行改善,降低后续工作中可能引发的失误率。因而,对电力信息管理过程中,加大对数据的管理力度,能够有效地提升电力营销的针对性。

3. 提升系统的安全管理

信息化技术给传播和营销工作带来突破和创新的同时,也造成了信息安全层面一定的隐患和风险,当前的信息处理让用户的数据过于透明化,造成了很多隐私泄露问题,给用户的个人生活造成了极大的影响。针对这样的问题,电力企业相关工作人员要及时提升系统的安全管理,降低用户私人信息泄漏的危险。一要增强营销人员的安全意识,只有他们对用户信息和隐私足够重视,才能对用户的信息形成有效的保护。二要加强系统防火墙和杀毒软件的建设,防止病毒或不法分子的侵入。同时,要在登录信息系统时,设置一定的权限和验证措施,减少非法登录的可能^[3]。

4. 及时进行预测和反馈

电力营销工作最根本的任务是要根据用户的实际电力使用情况和用电习惯,制定相应的活动和措施。因此,

为了有效利用所采集的信息和数据,电力企业要注意进行及时的预测和反馈工作。一要注重对采集到的数据和信息进行分类、整合,包括:用电历史数据、电费缴纳意愿、缴费信用等级等等。二要以这些数据作为基础开展实际的营销活动,及时调整营销模式,促进电力营销水平的提升。

5. 创新网络软件的应用

网络化的传播方式为营销工作开辟了新的道路,在信息化时代,企业还要关注到相关软件和手机APP的创新和应用,推动营销工作有效开展,真正做到与时俱进。首先,企业要关注到软件应用的开发,在进行软件设计时要在前期对用户进行群体性调研,深度了解他们的媒介接触行为,从而设计出更合理、具备针对性的应用软件。其次,要在实际营销工作中充分利用网络软件。例如,可以根据用户的日常缴费行为进行后台的数据处理,针对不同的用户生成差异性的用电曲线和潜在用电量预估值,从而精准地开展电力营销工作。最后,利用网络软件进行营销时还要坚持以人为本的原则。营销工作的效果固然要重视,但是在活动的开展中也要注意不打扰客户,避免由于频度过高的营销行为使客户产生反感,导致企业的形象受损等更加恶劣的影响^[4]。

6. 全力做好系统推广,扩大企业影响力

推广能够更为有效地促进整个平台的良好发展,可以在内部形成一种积极的工作氛围,同时也可以使得企业的影响力得以增强。例如,在柜台业务的服务当中,可以令营销人员通过系统化的学习,能够为客户提供更为精细化的个性服务,不仅能够满足客户不同的业务办理需求,运用先进的信息化平台提供优质的顾客服务,更能够有力地进行各种不同的业务宣传,作出更为细致

化的推广讲解,从而能够积极地促进电力营销业务的有效进行。此外,对一些突发事件的良好处理,采取适宜的应急方式,能够树立一个组织有序、可信度强的企业形象,吸引更多的客户,能够为自身的营销工作的推广起到良好的推进作用。因而,全力地做好系统推广,能够优化信息化平台的建设,从而扩大整个企业的影响力^[5]。

四、结束语

在大数据背景下,现代技术不断地革新和发展,也给予了电力营销工作新的契机,但是当前的信息化建设工作仍然存在着一定的问题。为了满足电力企业营销工作的需要,通过提高信息建设的重视程度、推进数据资源的整合、提升系统的安全管理、及时进行预测和反馈、创新网络软件的应用,运用大数据中台进行电力营销,优化电力营销工作的质量和效果,从而推动电力企业更加协调、长效地发展。

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]陈菁.大数据平台下的电力营销信息化建设探析[J].数字技术与应用,2020,38(4):231;233.
- [4]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.
- [5]胡如一,杨春晨,戚胡佳,等.基于电力营销大数据的数据融合共享平台研究与应用[J].工业控制计算机,2020,33(03):110-112.