

基于大数据中台的电力营销信息化建设研究

张竞楠

国网银川供电公司 宁夏银川 750001

摘要: 在以往的电力企业发展过程中, 工作人员的前期调查工作并不到位, 在不了解用电市场以及消费者实际用电情况的前提下, 便进行了电力营销管理模式的应用, 而很多电力营销管理模式并不适应市场情况, 也无法吸引消费者的关注, 最终将会导致大量的客户流失, 也会影响到市场营销的拓展。通过实地调查发现, 现阶段很多电力企业在营销过程中采用的是传统型的营销模式, 而这些营销模式在应用过程中存在着很多漏洞, 无法满足当前的信息化建设需求。基于此, 本文针对大数据中台的电力营销信息化建设进行分析, 为电力营销提出针对性的意见, 推进电力营销的优化与完善。

关键词: 大数据; 电力营销; 信息化; 分析

Research on power marketing informatization Construction based on big data

Jingnan Zhang

State Grid Yinchuan Power Supply Company Yinchuan, Ningxia 750001

Abstract: In the development of electric power enterprises, the staff of the investigation work does not reach the designated position, in the don't understand the electricity market and the consumers under the premise of actual power usage, and the application of electric power marketing management mode, and a lot of electric power marketing management pattern does not adapt to the market situation, also is unable to attract the attention of consumers, will eventually lead to a lot of customer churn, It will also affect the development of marketing. Through field investigation, it is found that many electric power enterprises adopt traditional marketing mode in the marketing process at present, and these marketing mode has many loopholes in the application process, which can not meet the current information construction needs. Based on this, this paper analyzes the information construction of power marketing in the big data center, puts forward targeted opinions for power marketing, and promotes the optimization and improvement of power marketing.

Keywords: Big data; Electric power marketing; Informatization; Analysis

引言:

在电力企业中, 电力营销可以帮助企业获取更高的经济收益, 同时也能够让企业有更高的竞争地位, 推进企业的可持续发展。然而在企业的发展过程中, 很多工作人员对电力营销信息化的建设并不重视, 无法满足信息化技术应用要求。因此, 在当前的时代背景下, 电力企业管理人员需要紧跟时代发展步伐, 加大对大数据技术的应用, 实现基于大数据技术的电力营销信息化模式体现, 在电力营销信息化管理过程中缺乏相对应的数据挖掘, 也无法在第一时间内实现对问题的处理, 造成电力营销发展的制约因素, 而大数据技术的合理应用让问题得到快速解决。

1 电力大数据概述

建立大数据平台, 在应用过程中主要特点体现在以下两方面。一是规模大; 二是多样性。在大数据平台中包含的数据量庞大, 而且在不断的应用过程中按照一定规律形成了较大的数据规模。电力大数据中包含的数据类型较多, 而且在大量的数据群中需要实现对数据的有效分类, 按照结构性能进行整理与分析。电力企业在进行电力营销的管理过程中, 需要加大关键技术的有效应用, 通过电力大数据技术能够实现对数据的有效整理, 满足工作需求, 降低工作人员的劳动强度。第一, 通过电力大数据技术的应用, 有效实现了电力营销的集成化管理, 工作人员在大数据技术应用的前提下满足对数据

的合并应用,按照一定的格式和特点,最终确保数据更具价值,并且将数据转换为稳定的数据集,确保电力营销模式的合理性,第二,满足分析技术的应用。在分析技术应用中融合的内容较多,其中涵盖了计算机以及统计学等多个学科的知识,满足对数据群的规律探索。结合探索的数据规律进行分类处理,做出电力营销的决策,在分析技术应用中包含的子项目较多,其中有分散式数据技术、内存计算技术以及流处理技术。分布式计算技术可以满足对分布式数据的分析与存储。内存处理技术在应用过程中能够实现对数据的高效读取,满足线上实时进行数据计算。流处理技术能够实现对控制之外的数据进行处理。

2 电力营销信息化建设现状

第一,数据联系不够密切。在电力营销中信息化技术与营销管理之间的融合主要需依靠大数据技术的有效应用,满足对电力营销中数据的整理与分析,准确反馈电力用户的真实需求,并且结合用户需求,满足对营销数据的分析,从而加大对客户的了解,制定相应的服务内容,最终满足用户服务提升,为电力企业发展奠定坚实基础。在现阶段的电力企业营销管理中建设的信息化营销管理模式,缺乏对数据的分析与整理,而且在建设方面存在着较强的滞后性,也就是说结合现代化的技术要求并不能满足电力营销管理的需求分析,造成了大量的数据价值无法体现,在此情形下,电力营销方案需要结合实际情况进行针对性分析,而且一些企业在进行内部管理时,信息化建设与数据联系的不够紧密,这就无法满足对用户需求的分析与探讨,最终造成电力营销活动的实质性较差。第二,电力营销地域性方面存在差异。在电力营销信息化建设过程中,需要满足基础工作需求,也就是实现大量数据的录入与分析,满足数据库的建设需求。然而,在不同地区进行电力营销客户需求时,存在着较强的差异,造成了很多数据提取不够完整,在一些要求相对较高的地区进行数据提取时,存在的信息相对完整,而一些要求较低的区域内进行数据提取时,存在着大量的数据和信息不全面,这一情况将会导致数据交流与合作的缺乏,也大幅度降低了信息化的建设水平。这一现象将会导致电力企业发展不够均衡,无法满足电力营销信息化的建设要求。第三,描述性相对较弱。在一些区域内进行电力营销信息化建设时,对于数据和信息采集工作的重视程度并不高,这就造成了数据缺乏较强的完整性,无法结合数据情况进行用户需求的分析,也无法满足对客户的描述,制定的电力营销方案无法进行精准定位,将会造成方案流于形式,大量客户的流失,也引发了企业的经济损失。

3 大数据中台下电力营销的创新路径

3.1 提高对信息建设的重视程度

在电力营销信息化建设中,提高思想方面的重视程

度,是推进电力营销管理高效性的基础。为了在电力营销管理中实现健全信息化系统的建立,必须要确保电力企业强化信息化建设的重视程度。首先,在企业信息化管理时需要加大对基础设施的建设,通过基础设备以及基础技术创新与优化,确保企业投入较高的资金,满足对设备的更新,同时企业在管理过程中,还需要加大与优秀企业和优秀工作人员之间的沟通,加大对新技术的掌握提升企业的综合实力。其次,在电力企业管理过程中,为了满足管理水平,提升企业需要加大对人才的引进与培养,组建高素质高水平的电力营销团队,同时加大企业与高校之间的合作,为电力企业培养更多的优秀人才,实现对工作队伍的补充,满足电力营销信息化的有效进展。最后,在电力营销管理中,需要针对现有的营销人员进行培训与考核,制定合理的培训内容,帮助工作人员了解工作内容和工作意图,增强工作人员的服务意识,让工作人员加大与电力用户之间的沟通交流,充分了解用户的实际需求,针对性的进行电力营销方案的调整,确保电力营销工作人员有更高的能力素养。

3.2 注重数据资源整合,提升电力营销针对性

在电力营销信息化建设过程中,数据整合是数据应用与处理的核心,也是达到大数据技术应用高效性的前提。在电力企业的管理过程中,需要派遣专业工作人员进行培训与学习,掌握更多的数据分析技术,保障工作人员有较强的能力素养,而且工作人员需要定期开展对专业知识的学习,储备更多的专业技能,在不断的工作过程中实现工作经验积累,比如,在进行抄表时,工作人员需要准确无误的进行数据的收集整理与录入,并且结合实际判断,满足对数据和信息的整合,最终满足信息化建设的需求。除此之外,在进行实际的数据资源整合时,还必须要确保数据和信息具备较强的公开性,坚决不允许出现数据的虚报与瞒报。在电力营销信息化建设中,数据和信息的传播渠道需要满足多元化要求,尤其在电费整理过程中,需要保持电力企业与电力用户之间有效的沟通渠道,促进电力营销工作的顺利开展,通过对电力营销管理过程的监督与管理,制定有效的数据整合机制,及时纠正数据整合中存在的问题,降低电力营销工作中存在的失误。通过数据的分析与管理,能够满足电力营销信息化建设需求,也能够确保设置的营销方案具备较强的针对性。

3.3 提升系统的安全管理

近年来,信息技术飞速发展,推进了营销工作的进步,但是在电力营销信息化建设中,还存在着较强的信息安全隐患,在进行数据的信息处理时,很多数据存在着较强的透明化,造成了一定的隐私泄露,给用户日常生活带来了不良影响。针对此类问题,电力企业相关工作人员需要再进行电力营销信息化的建设过程中加大系

统安全管理,进一步降低用户个人信息泄露的风险。第一,电力营销管理工作人员需要具备较强的安全知识保障,在电力营销管理中满足对用户信息的保护,强化隐私重视程度,形成对用户信息的有效保障机制,第二,在电力营销管理中需要加大防火墙技术以及杀毒软件的安装,防止病毒或者不法分子对数据进行的篡改,在进行信息系统的登录时,需要设定一定的权限,并且加大验证措施的应用,降低非法登录的可能性。

3.4 及时的进行预测以及反馈

在电力营销管理过程中,为了满足管理体系的优化与完善,需要加大问题解决的高效性,在以往传统型的管理过程中,很多问题均得不到解决,在整体上制约了电力营销信息化建设。在大数据技术不断被应用的前提下,需要满足营销信息化的建设需求,及时有效的针对数据和信息进行整理,满足对电力营销的预测与反馈,保障工作人员在数据与整合过程中实现数据应用的灵活性。另外,为了确保信息化建设水平提升,需要在电力营销管理中加大对大数据技术等的应用,通过用电习惯、用电规模等进行分析,合理的为电力用户建设相应的管理系统,确保电力用户能够达到用电的安全与稳定。以当前的大数据技术应用为前提,实现对客户用电方法以及用电经验的分析,结合用电需求进行预测,为用电户提供更好的服务,实现营销水平的提升。

3.5 创新网络软件的应用

电力营销信息化建设为电力营销管理提供了更好的途径,在当前的时代背景下,电力企业管理人员需要结合信息化技术应用要求,满足APP和其他相关软件的有效应用,促进电力营销工作的顺利开展,落实电力营销管理工作具备较强的全面性。第一,企业在管理时需要加大对相关软件的开发,在进行软件设计时,需要针对用户进行科学的调研,了解用户对新闻媒介的掌握情况,设置针对性的软件应用办法。第二,在电力营销管理中心,可以在日常的缴费过程中,通过手机APP或者相关软件,满足对缴费行为的应用,落实科学的后台数据处理,针对不同的用户生成不同的用电曲线以及用电量的预估,更加精准的开展电力营销。第三,在进行电力营销管理时需要始终坚持以人为本的原则,在电力营销工作中建立良好的营销环境是推进营销管理高效性的基础,但是在创建的电力营销环境中,需要做到对用户情况的分析,减少对用户的打扰,避免因打扰频率过高而让用户产生反感,减少对企业形象的影响,让用户对电力企业营销管理有更高的认可。

3.6 对电力营销信息化建设体系进行完善

在当前的电力营销信息化建设中,以往的管理观念以及管理办法已不适应当前的时代发展潮流。因此,需要在电力营销信息化建设的基础之上,满足管理理念的

更新与优化,不仅要做到管理水平提升,还需要不断实现管理效果的体现,在未来发挥电力营销信息化建设的业绩。在电力营销信息化管理时储备更多的优秀人才,在技术团队方面需要加大投入力度,确保应用的技术有更高的执行水平,满足电力营销管理体系的合理化,更好的推进电力项目发展,也促进电力行业的综合建设。在信息化管理过程中加大对基础设施应用的分析,结合新技术、新设备要求满足对新设备的调试,降低设备在应用过程中存在的风险,也满足对不同工作人员劳动强度的合理安排。

3.7 加强内部管理,提升服务能力及保障水平

在电力企业管理过程中,以低成本的方式实现对市场的占领才能够满足企业的竞争力提升。因此,电力企业在管理过程中,需要通过管理成本等多方面内容实现全方位管控,促进电力企业有更高的竞争价值。在电力企业管理过程中,燃料成本在总成本中占据的比例非常大,因此需要加大对燃料价格走势的分析,落实合理的燃料价格预测,确保电力企业营销管理水平提升,可以由供电企业与材料供应商签订长期合同,规避燃料市场价格变化,给电力营销管理带来的不良影响。另外,通过电力营销企业与材料供应商之间的长期合作,能够满足煤电一体化以及换股等方式的应用,推进煤电联合发展,形成优势互补。在电力企业生产过程中发现生产机组存在故障时,需要大幅度降低异常现象的发生时间,做好对技术的更新与优化。通过对设备运行状况的监督,利用精细化管理模式,满足对生产结构的调整,实现融资渠道拓宽,全面落实电力营销管理的预算,促进各方面成本被有效控制,减少工程施工中的成本投入。

4 结束语

总而言之,在大数据技术不断发展的前提下,电力市场发生了较大的变革,也给电力营销管理带来了新机遇与挑战。在电力营销管理工作中需要结合信息化技术应用要求进一步强化重视程度,确保在电力营销信息化建设中满足对资源的整合,实现系统运行的安全性,落实合理的预测与反馈机制,保障电力营销管理,更具效果,也进一步推进电力企业的长久稳定发展。

参考文献:

- [1]杨小蕾.大数据环境下的电力营销信息化建设探析[J].计算机产品与流通,2019(11):65.
- [2]刘亚飞,贾海锋,郭永强.大数据平台下电力营销信息化建设要点分析[J].数码世界,2019(11):73-74.
- [3]黄昌达.基于大数据平台的电力营销信息化建设分析[J].现代营销(经营版),2019(11):111.
- [4]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.
- [5]覃玉华,郭蓉.浅谈大数据环境下的电力营销信息化建设[J].通讯世界,2019,26(08):282-283.