

基于大数据的电力营销管理创新分析

王 旭

国网陕西省电力有限公司延安市供电公司 陕西 延安 727300

摘 要: 随着现阶段社会经济的快速进步,各个领域都迎来了蓬勃发展,其中电力企业也迎来了较好的发展趋势,从目前电力企业的营销方式可以看出,企业通常是将管理方式进行不断的改革,将自身的管理水平进行提高,进入提高企业自身的管理工作效率。随着目前信息技术的不断深入,其应用范围也在逐渐的扩大,因此现阶段的电力企业要不断的将管理模式进行,进而获得企业自身良好发展。以此同时在大数据背景下,现有的信息技术为电力企业发展已经提供了良好的基础,将企业管理水平的同时可以在一定程度上提高企业自身的竞争力,进而促进电力企业工作顺利开展。

关键词: 大数据背景; 电力营销; 管理创新措施

Innovation analysis of power marketing management based on big data

Wang Xu

Yan'an Power Supply Company Yan'an City, State Grid Shaanxi Electric Power Co., Ltd., Shaanxi Yan'an 727300

Abstract: With the rapid progress of the current social economy, various fields have ushered in vigorous development, among which power enterprises have also ushered in a good development trend. From the current marketing methods of power enterprises, it can be seen that enterprises usually continuously reform their management methods, improve their own management level, and enter the process of improving the efficiency of their own management work. With the continuous deepening of information technology, its application scope is also gradually expanding. Therefore, at this stage, power enterprises need to continuously improve their management models in order to achieve good development for themselves. At the same time, in the context of big data, existing information technology has provided a good foundation for the development of power enterprises. While improving the management level of enterprises, it can to some extent improve their own competitiveness, thereby promoting the smooth development of power enterprise work.

Keywords: big data background; Electricity marketing; Management innovation measures

随着现阶段社会经济的高速进步,电力行业也迎来较好的发展趋势,与此同时当下信息技术与互联网模式也在不断发展,社会逐渐走向大数据时代。在大数据背景下,电力行业的竞争力变得更加激烈,因此电力企业要根据社会发展趋势创新营销管理模式,进而将电力企业的经济效益进行提高。需要电力企业的营销部门以现阶段的大数据背景将现有的管理模式进行创新,进而在发展过程中发现适应自身企业发展模式,并针对企业自身现有的问题制定具体的管理创新措施,进一步将电力企业的自身的营销管理模式进行改善。本篇文章从大数据背景下的电力管理工作以及具体的创新措施进行分析,希望大家可以当做一个参考。

1 电力营销管理作用

随着现阶段互联网以及信息技术的快速发展,社会逐渐走向大数据时代,在当下社会发展的背景下,电力行业在发

展过程中也在将营销管理模式不断进行创新,可以将企业自身的管理目标进行明确,为提高企业自身竞争力奠定了良好的基础,同时将自身工作效率进行提高,因此将营销管理模式进行创新可以确保电力行业拥有良好的发展方向。当下在大数据背景下开展对电力营销管理工作的作用表现在以下方面:

首先将企业的电费回收率进行提高。现阶段电力企业在电费管理方面存在问题,居民的电费欠缴情况较多,进而导致电力企业的开展电费回收工作收到阻碍,进一步影响了企业自身经济方面的运转,企业的发展进度受到了阻碍。但是在现阶段大数据背景下,企业可以在通过计算机运用相关技术代替具体的工作人员,针对该方面涉及到的数据进行分析,进而将工作效率提高,与此同时电力企业可以建立相应的缴费平台,降低企业自身的经济成本的同时方便了用户的

缴费环节。其次可以让电力企业经济成本进行降低。随着当下电力行业的高速发展,企业之间的竞争力也逐渐提高,同时更加注重服务以及质量方面的工作,企业想要将自身竞争力进行提高,需要对用户工作效率进行提高,并将电力产品的价格降低。因此就需要电力企业降低自身的运营成本,并利用信息技术开展网络营销,进而减少企业运用过程中涉及到的人力物力,并通过网络营销将企业运营成本进行节约。

2 电力营销管理存在的问题

2.1 电力产品服务质量偏低

在现阶段电力行业发展过程中可以看出,企业可以对产品施工质量做好管控工作,但是针对产品的售后工作以及维修保养工作没有获得良好的服务。针对自然因素如雷阵雨、泥石流等天气以及自然灾害对电力工作带来一定的影响,后续的维修抢救工作并不能让居民达到满意效果。但是在现阶段大数据背景下,并没有利用相关的信息技术将维修工作的效率进行提高,同时售后工作也受到了影响,进而导致工作效率较差。

2.2 缺少完成的电力营销策略

具体的营销策略可以对电力企业的发展造成影响,企业发展的目标就是拥有较好的经济效益,企业的最终收获结果是同时营销路线开展具体的推销工作,因此电力企业要给予营销策略重点关注,并制定健全的营销策略制度。但是从目前的电力企业的发展工程中可以看出部分企业在这方面缺少相应的管理制度,进而在营销管理过程中不能对相关的信息进行良好的处理,与此同时阶段的营销管理措施还存在相关问题。因此在现阶段电力企业发展过程中,管理方面如果出现问题就会出现企业信息都是等情况,进一步对企业发展进度带来影响,阻碍了电力企业的发展进程。

2.3 工作人员素质较低

从目前的电力企业具体情况可以看出,企业规模和涉及到工程量较大,现阶段的电力企业存在工作人员数量不足等情况。部分企业为了让自身企业达到发展标准,从而将招聘标准进行减低进而扩大营销队伍,但是该行为会对营销部门的整体工作水平造成影响,对电力企业的发展造成了影响。与此同时随着现阶段信息技术的快速发展,部分企业缺少对工作人员的综合素质方面的关注,对工作人员缺少相应的定期培训,以上情况都会对电力企业的营销管理工作造成影响。

3 基于大数据下电力营销管理创新的具体措施

3.1 将电费回收机制进行优化

在电力企业发展过程中,优化现有的电费回收制度,可以在一定程度上将企业的营销管理工作效率进行提高,进而将企业在运营方面的收益提升。因此在现阶段电力企业发展过程中,需要将电费回收工作进行优化,将传统的先用点在交钱的管理模式,进而减少由于用户自身情况造成的经济损

失。随着现阶段大数据背景的不断深入,需要将传统的收费工作模式进行改善,为电力企业提供较好的营销工作环境。针对电力企业自身情况来看,要将用户预存电费的意识进行提高,并根据具体的制定开展营销管理工作,进而企业的运营管理中的风险程度降低。与此同时将电费担保制度融入到具体的营销管理工作中,可以运用预存电费或者是留置押金等方式来降低企业发展中涉及到的风险。展开来说试试电费回收机制可以对企业发展造成直接影响,与此同时为了更好地确保电力企业的营销结果,企业就要对具体用户的自身情况做到充分掌握,有利于企业筛选更加优质的用户,进而让企业与用户之间构件良好的联系。将电费回收机制进行优化,可以确保企业在这方面工作顺利开展,为企业发展打下扎实基础。

3.2 提高电力营销数字化进程

为了更好地促进电力企业的良好发展,可以在企业营销管理过程中融入相关的信息技术。可以将计算机中的相关软件通入到企业的资金管理工作中,进而计算机发挥出自身最大作用。首先针对营销中涉及到的数据进行有效的分析、管理等相关工作,并将工作人员的权利进行明确,进而让工作人员明确自身工作范围,提高自身工作效率。其次电力企业要对工作人员开展数据培训,并将员工数据分析以及具体应用能力进行提高,进而熟练掌握该方面的软件应用能力。与此同时随着现阶段信息技术的快速发展,在企业发展过程中可以将营销方式进行不断创新,充分利用现有平台的作用,将企业的自身形象以及知名度进行有效的提高。同时由于现阶段在电力企业的营销过程中其核算工作还存在相关问题,企业可以利用相关信息技术改善现有问题,进而将企业营销工作效率进行提高。

3.3 完善营销服务体系

随着现阶段信息技术的高度发展,电力企业可以让营销工作人员利用相应的信息技术将用电的基础情况进行有效的分析,有利于企业根据用户的具体情况制定具体的营销方案,并在这个过程中将电力企业的服务体系进行完善,进而将服务质量进行提高。针对电力企业在开展营销管理模式创新过程时,企业具体管理人员可以将现阶段的管理形式转化成更加具体的管理模式,并将企业的营销定位进行明确,进而将具体方案的可行性进行提高,一方面可以让企业电力产品质量更加符合用户的实际需求,同时可以将营销工作服务质量进行提升,进而加强电力企业的自身竞争力。

3.4 深入了解用户的实际需求

在现阶段信息技术的快速发展下,电力企业想要将营销管理模式进行出创新,就需要工作人员对用户的实际需求进行充分了解,以用户真正需求作为工作依据,进而有效的开展营销管理工作,进而建立完整的营销管理制度。将用户的实际情况作为营销管理创新工作的依据,是通过目前的大数据背景下对数据进行合理的分析整理,同时在企业开展营销

管理创新工作时给予一定的技术帮助。因此在开展营销工作创新的过程中,企业要坚持以用户的实际需求作为工作中心,并利用相关的信息技术掌握用户在用电方面的潜在需求,有利于电力企业依据用户需求制定相对完整的营销管理服务方案,进一步将营销管理创新工作效率进行提高。

3.5 完善电力营销平台

在当下的大数据背景下,电力企业需要将市场的营销模式加以革新,电力企业可以结合相关信息技术创建相应的营销平台,同时需要对多样化的元素进行充分考虑,并将相关元素融入到营销平台中,并将优化营销管理模式的软件加入到该平台中,并定期对软件进行定期更新,并通过现阶段通信设施与电力用户进行良好的沟通,可以及时解决用户的具体问题。如现阶段的营销平台也在不断完善过程中,如电力企业可以在微信软件上建立电力营销公众号,通过这样的方式可以让用户在潜移默化中接受创新模式,同时也让现阶段的信息技术在营销平台上发挥了自身最大价值,同时也让电力用户拥有良好的体验,与此同时电力用户号可以根据自身的实际需求对用电情况开展具体的查询过程。

其次为了减少电力企业在营销平台上工作人员的工作量,企业可以在该平台上创建自助式服务体系,让该体系拥有加强的互动性与智能性。与此同时可以通过营销平台对电源方面开展控制工作,首先需要工作人员掌握传统电源的运行过程,将现阶段新型电网特点融入进去,并将该技术与用户实际情况相结合,进而推动电力企业的良好发展。电力企业的工作人员可以依据营销平台的具体情况对营销工作标准进行有效的调整,尽可能掌握用户之间在用电方面的差异性,将电费回收工作难度进行降低,进而将电力系统在发展过程中产生的负面影响进行次消除。通过建立完善的电力营销平台,减少电力企业经济损失,进而推动电力企业的良好发展。

结束语

综上所述,随着现阶段信息技术的高速进步,电力行业也迎来了蓬勃发展,社会发展正处于大数据背景下,电力行业在发展阶段中要对销售模式加以革新,要充分了解社会发展对电力行业的具体需求,并针对现阶段在发展过程中遇到的问题制定具体的解决措施,并从多方面对营销管理模式进行创新,并在创新过程中结合大数据背景的优点,进而将电力企业自身竞争能力进行提高,进一步推进电力行业的可持续发展。

参考文献

- [1]李佳芳.基于大数据的电力营销管理创新分析[J].科技经济市场,2022(3):152-154.
- [2]沈俊花,潘启华.基于大数据的电力营销管理创新分析[J].中国市场,2020(24):131-131,139.
- [3]陶丽君.基于大数据的电力营销管理创新分析[J].通讯世界,2019(12):201-202.
- [4]韩国华,丁永刚,尹凤武.基于大数据的电力营销管理创新分析[J].电力设备管理,2021(6):130-132.
- [5]董宏.基于大数据的电力营销管理创新分析[J].电力设备管理,2021(13):165-167.
- [6]胡子璇,周丹,徐巧.基于大数据的电力营销管理创新分析[J].消费电子,2021(11):51-51,53.
- [7]边靖博,樊响,徐克,等.基于大数据的电力营销管理创新研究[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2022(8):0169-0172.
- [8]徐艳芳,沈祝萍,王沁,等.以大数据为基础的电力营销管理创新分析[J].科技创新导报,2019(26):183-184.
- [9]赖丹萍.大数据下的电力营销管理创新分析[J].科技视界,2017(33):151-151,197.