

大数据环境下的电力营销信息化建设探讨

惠滕 沈欣

国网河南省电力公司信阳供电公司

摘要: 随着网络信息技术的飞速发展, 电力企业传统的运行发展模式已经不能满足企业竞争和新形势发展的要求, 各大电力企业要想实现稳定可持续发展, 就必须与时俱进地进行信息化建设。在大数据时代的背景下, 电力营销信息化建设不仅能提高企业竞争力, 还能促进电力企业提供更优质化的智能服务, 是确保电力企业可持续发展的重要途径。

关键词: 大数据环境下; 电力营销; 信息化建设

引言

对于电力企业来说, 电力营销工作直接影响着企业经济效益的提高, 传统的电力企业在营销工作开展中存在着非常多的问题, 例如, 在对电力营销工作的相关数据进行分类的过程中, 仅仅按照地域、业务、指标等内容来进行分类, 分类单位不够详细, 而对业务情况只能进行事后统计分析和实时监控, 没有对数据进行更加深入的分析和处理, 这样就导致无法发现隐藏在数据背后的问题, 这些问题得不到及时、有效的控制, 就可能使企业的营销工作出现问题。要想提高电力企业对电力营销数据的深度分析和挖掘能力, 就需要以大数据为基础建立一个信息化平台, 这样才能够使电力营销的服务质量和能力得到有效的提升。

一、大数据环境下的电力营销信息化建设必要性分析

(一) 能够对信息进行深入获取

随着科学技术的不断进步以及发展, 大数据的发展速度也在不断加快, 并广泛应用于各个企业的发展过程中, 很大程度上推动了企业的可持续发展进程。通常情况下, 所谓的大数据技术, 其主要是通过高科技信息采集, 对客户的历史信息进行存储, 同时科学且合理地对客户信息以及需求进行分类, 能够以客户为中心, 不断对服务理念以及水平进行提升, 有利于电力营销信息化建设工作的有序进行, 更有利于企业的发展。此外, 在具体的电力营销信息化建设工作开展过程中, 还应该侧重对大数据的互通, 依照具体现状, 构建一套健全且先进的电力营销信息化平台, 确保可以有效促进电力营销信息化建设工作开展, 提升数据信息的全面性以及有效性, 进而从根本上提升我国电力营销信息化水平及效果。

(二) 能够进一步提升电力营销信息化建设水平

在大数据背景下, 在具体的电力营销建设工作开展过程中, 通过对现代化信息技术的广泛应用, 可以达到对信息进行获取以及储存的效果和目的, 对信息进行科学分配, 确保各项资源能够得到有效利用, 不仅可以进一步促进电力营销信息化建设水平的提高, 也可以有效推动对企业的发展。此外, 通过对信息储存以及配置的不断完善和优化, 还可以保证电力营销服务流程更加具体化以及完善化, 提升电力营销过程的系统性, 以便可以从根本上提升电力营销信息化建设水平以及效果。

二、大数据环境下的电力营销信息化建设要点

(一) 加强电力大数据平台的安全性

在高度集成的大数据平台中, 要实现对客户和市场的准确服务, 其重点是充分保障数据的准确性和数据平台的安全性。一方面, 电力企业应当全面有效地开展安全管理工作, 加强对数据管理人员的培训, 培养管理人员的安全意识, 实现对网络数据资

源的安全管理。在数据平台中建立起统一的数据验证机制, 加强对客户信息的收集和验收, 确保对移动数据的维护和数据的准确性。另一方面, 要维护内部数据环境以及平台的安全, 还需要强化防止网络病毒和黑客攻击等方面的工作, 防止数据的丢失和篡改, 提高系统内数据的质量, 并不断优化电力营销信息化管理模式, 构建规范化的电力营销信息化管理体系。

(二) 掌上电力APP的应用场景

推广掌上电力APP有效提升了电费的缴纳效率, 增强了电力企业的总体服务质量。客户可以通过利用客户端APP在电费缴纳页面手工输入用户号或扫描电费单的二维码, 进行电费充值。网络移动办公应用场景: 互联网移动办公应用场景主要是业务审批工作。在审批过程中, 如果负责审批的领导外出了, 则由相关工作人员进行在线审批, 并将审批单发到营销系统中, 实现与电力移动作业平台的对接。再由电力移动作业平台通过网络将审批单发送给领导所携带的移动设备上, 审批完成后原路返回最终发给相关工作人员, 采取自动对接的方式提高工作效率。

(三) 建立在大数据上的全面服务系统

在电力企业营销信息化建设过程中, 首先需要做的就是对企业现有的运作机制进行创新, 其具体操作步骤为: 1. 将某个区域中的电力服务平台都集中起来, 根据实际发展需求, 建立一个统一的、一体化的服务中心, 在电力企业内部建立统一的营销服务管理系统, 为客户提供高质量的电力营销服务。2. 建立一个大型的电力营销和管理控制中心, 建立实时的监控系统, 对现有的机制进行不断的改进完善。3. 建立电能计量检测中心, 要对电能计量进行集约化的管理。在大数据的基础上, 构建一个更加全面的电力营销服务系统, 能够提高电力企业营销服务工作的质量, 建立良好的品牌形象, 获取消费者的青睐, 这样就能够激烈的市场竞争中占据有利地位, 使电力企业能够长久、稳定的发展。

(四) 及时进行预测以及反馈

在实际的电力营销信息化建设工作开展过程中, 由于其属于一项比较系统且完整的流程, 并且数据化的应用也相对广泛, 可以从根本上对数据的录入精准性以及有效性进行提升。因此, 为了可以进一步提升建设水平, 在实际的工作开展过程中, 可以利用大数据技术, 通过对客户以前的用电习惯的记录, 合理为其提供建设系统, 保证客户能够更加安全且放心地应用。此外, 在大数据背景下, 通过对这一技术的有效选择, 可以依照客户以前的历史方法以及经验, 进一步对客户的需求进行预测, 有针对性地为其提供服务, 以便可以有效促进电力营销水平的提高。

结束语

综上所述, 在电力营销工作开展时, 通过应用大数据处理技术, 从而构建信息化的电力营销系统, 促进电力营销工作质量与效率的提升, 加强我国电力企业智能化的建设。

参考文献

- [1] 孙钢, 王晟, 陈宇. 大数据环境下的电力营销信息化建设分析[J]. 电子技术与软件工程, 2018, 23(22): 204-205.
- [2] 王纪康, 卿杰. 大数据环境下的电力营销信息化建设对策[J]. 科技创新导报, 2018, 15(34): 111-112.