

基于大数据的电力营销管理创新探究

江华华 吴雪琼 余娜

国网河南省电力公司信阳供电公司

摘要: 电力企业应用大数据技术可以实现电力企业海量数据的数据挖掘、数据总管和数据存储协同运营,可以挖掘电力大数据的价值链和信息源,服务电力企业优化营销策略,预测发展趋势和提升运维管理水平,实现电力企业效益最优化。电力大数据可以实现海量电力数据存储分析、多样化结构类型数据建模,海量数据的数据流呈现和实时处理,实现电力大数据价值挖掘的最大化。

关键词: 大数据; 电力营销; 管理创新

引言

随着迅猛发展的科学技术,能够不断地提升供电企业的运行效率和供电质量。但现阶段在开展电力营销的过程中,一些供电企业还有很多问题存在,对企业可持续发展形成了一定的制约。供电企业通过开展科学的营销管理活动,能提升供电企业服务质量,为企业带来更多的经济效益,与此同时,还能为企业赢得了更多的客户。

一、电力营销管理中存在的问题

(一) 电力企业主动营销管理意识较差

在传统的公有制经济的影响下,我国电力企业的电力营销意识都较为欠缺,这种意识上的缺失是从上至下的,而问题的关键也存在于电力企业的高层管理人员身上。虽然在当前的电力企业中,电力营销管理与电力企业的基层营销管理工作的效率直接挂钩,但电力营销仍然没能得到过多的重视,许多基层的电力企业甚至对此过于轻视,进而导致的问题便是其管理与服务理念长期停滞,许多的电力企业对于电力营销的管理观念仍然停留在被动管理与被动服务的层面上,电力企业的高层管理人员正是这些管理观念的主要载体,对于电力营销管理而言,则造成了管理效率的低下问题。

(二) 营销管理信息集约化程度较低

当前的社会与信息高度集中,人们的生活节奏越来越快,信息的高度集约更是加快了这种节奏上的管理观念,对于人们处理问题的方式也产生了重要影响。当前,随着社会信息集约化程度越来越高的趋势,对于电力企业的电力营销管理也提出了新的要求,但当前电力营销管理信息集约化仍然处在初期,管理层与基层对于信息的收集与反馈能力仍然较弱,对于信息处理的不及时,这些问题对于当前营销管理活动的发展都造成了新的问题。可与之相对的便是,客户对于电力资源的需求已经变得日趋急切,但是在电力营销管理中,由于还处于集约化发展的初期,设置的中间程序较多,让客户的需求与处理的问题变得十分复杂,处理时间也逐渐变得更为漫长,这对于电力企业的服务质量的提高造成了严重的影响。

二、基于大数据的电力营销管理创新策略

(一) 应用大数据分析解决差异化服务

基于用电客户的电费使用数据、电量使用数据、国家电网客户服务电话接听数据、用电违法数据以及用电行业总体分析数据等,建立用电客户的数据体系,分层、分级、分度的进行立体化建模和“全面画像”,以便于用电客户服务部门采集和掌握用电客户全样本数据,从而全方位、全过程地准确迅速地全面认知用电客户。运用大数据技术提取相似用电客户的群体性特征,精准实施相应的应急策略和个性化服务,提升服务水平,降低投诉率,提升用电客户的满意度。

运用大数据精准识别客户的目的是提供精准服务。大数据技

术对用电客户的消费行为具有预判性,对海量用电客户数据的云计算处理,能够精准定位用电客户的潜在用电行为,为细分市场建立差异化服务打好基础。负荷异常的用电客户在大数据上会精准体现,比如从电量采集系统中对冻结电量和电压的聚类分析,就能够发现不合理负荷的具体原因,从而及时有效地帮助用电客户增容或者减容,不仅保障了电网的安全运载,同时也为用电客户节省了用电消费。

(二) 应用大数据分析解决市场化客户运维服务

基于不同用电客户群体的行为习惯,可以采取国家电网客户服务电话、呼叫中心智能路由等方式应对。人工服务台已经顺应了绝大多数用电客户的习惯,因此在推广大数据服务时应该增强人工服务台的信息化水平,将客户系统和呼叫中心互联互通,人工服务台采集用电客户的电话数据,呼叫中心同步进行大数据分析,及时了解不同用电客户的消费喜好并建立客户大数据档案。大数据分析还可以对菜单路径进行动态调整和优化,设定星级客户的优先服务,对其他客户也可以建立数据标签,解决出账期间和用户欠费或不欠费状态下的精准服务,动态调整菜单路径也可以缩短用电客户的响应时间。

(三) 构建相关制度

首先,要根据市场经济的发展趋势,结合电力企业的发展态势,以及对精细化电力营销服务的理念的分析,构建与之配套的完善的科学合理的制度,提升企业的市场竞争力。其次,制度的构建也不能离开政府的支持,企业在构建制度时要及时与政府进行交流,根据国家的标准进行构建,使得每一条制度都能符合法律的规定,为制度的实施提供法律支撑。最后,在构建制度时一定要构建绩效考核制度,可以帮助管理者有效了解职员的工作能力,合理分配工作,保证人力资源的合理利用,提升工作质量与工作效率,促进企业的发展。

(四) 构建数据平台

在构建精细化电力营销服务平台时数据平台的构建是不能遗漏的重要内容。因此在构建精细化电力营销服务时要重点考虑数据平台的构建。在构建数据平台时首先要利用先进的技术对数据进行筛选,但是需要注意的是一定要结合电力企业的发展状况,这样才能有效避免与企业实际不符合的问题出现。另外,针对用户用电电压以及等级的差异构建数据平台,还应该多应用一些先进的技术,是数据平台更加智能化,有效管理数据。最后,在构建数据平台的过程中一定要保证数据的及时有效以及公开透明,实现精细化电力营销服务。

结束语

基于大数据的理念和技术,在电力企业业务分析,完善电力信息管理系统,增加优质服务体验,降低客户服务投诉,提升用电客户服务满意度等方面,电力企业可以通过海量客户服务数据的采集和分析,帮助企业在营销管理方面提供各种解决方案,提升企业在经济和社会方面的效益。

参考文献

- [1] 宋光伟. 大数据背景下供电企业营销管理创新研究[J]. 技术经济与管理, 2018(10): 137-138.
- [2] 李文汶. 大数据背景下电力企业营销风险管理研究[J]. 现代营销, 2018(9): 91.
- [3] 段艳萍. 大数据的电力营销管理创新对策[J]. 低碳世界, 2017(16): 111-112.