

大数据背景下的电力营销信息化建设

翟佳妮 尚聪

国网陕西省电力有限公司白河县供电分公司 陕西 白河

[摘要]大数据的到来为企业带来了许多机遇,也为企业发展提供更多的可能性,尤其是电力营销信息化的建设,借助先进的计算机系统和软件,可以提高电力工作者的工作效率,推动电力企业的现代化、智能化发展。本文将重点对大数据背景下的电力营销信息化建设进行探讨。

[关键词]大数据; 电力营销; 信息化; 建设

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.328

1 大数据背景下的电力营销信息化建设策略

1.1 树立信息化营销理念

首先,要从其内部树立信息化营销理念,以理念指导实践,推动企业向信息化方向发展。同时企业要认识到,信息化管理理念并不仅限于市场营销部门,企业内的每位员工都应意识到大数据背景下信息化发展对企业的重要作用。就市场营销部门而言,加强人员信息化管理能够保证新型管理模式顺利推行,进而推动企业营销管理从传统形态转变为信息化管理形态。其次,在推行信息化管理模式后,企业要以为契机进一步扩大业务空间,提高自身竞争力。在该过程中,企业还要认识到,信息科技的发展是不断向前的,基于互联网发展的信息化营销管理方式需要与时俱进,紧跟时代发展潮流,不断更新自身营销理念,切不可停滞不前。

1.2 创新有关信息技术

企业要想更好地满足社会以及人们的需求,必须要不断与时俱进,使用合理的技术,并不不断地将技术进行创新,从而更有效地运用信息技术,有效的发展电力营销的产业,最大限度地增加企业的经济收益。所以,有关企业可以制定与电力营销有关的app软件,通过后台操作技术,更直观快速了解客户的需求,还可以在相关的软件当中增加网上缴费的功能,从而有效地节省人们的时间,为人们提供更多的便利,如此一来也能更加有效地优化整个信息建设的流程。在对技术进行创新的过程当中,还可以使用大数据技术,进行电力营销数据的自动化输入,从而更加有效地提高信息的全面性和准确性,构建完善的业务查询和服务平台,提高数据信息的利用率。

1.3 优化用户信息管理模式

优质服务作为电力完整产品的重要组成部分,在电力营销信息化建设过程中通过大数据平台深入挖掘用户信息,建立用户数据库,为不同的客户提供个性化服务,如针对大型商业用电户、工业用电户等,了解其用电规划、为其提供节约电费的合理方案等增值服务,使电力企业为用户提供更加适应需求的服务。通过优化用户信息管理模式,建立用户需求及时响应机制,快速响应用户需求,进而提高电力企业的竞争力和用户满意度;梳理分析用户用电等信息,掌握用户用电量的波动趋势,预测市场需求,科学规划电力企业发展,同时以市场需求为导向进行电力营销,为电力企业精准营销提供有力的数据支持。

1.4 促进产品优化组合的销售模式

随着市场经济发展水平的不断发展,用电消费者对于高质量电能产品的需求越来越高,且需求标准要高于低价格消费产品,促使电力企业不得不进行产品优化,构建产品优化组合销售模式。在该模式中,主要应用大数据有效促进电力企业营销模式的循序渐变变革,从产品优化组合角度了解用电消费者对不同电能产品的需求量,而非通过低价竞争模式抢占市场份额。比如说电力企业利用大数据分析技术建立了电能服务综合业务体系,对每月所提供的一次实时运行数据进行分析,撰写专家分析报告,同时每年提供一次年度运行总结分析报告,二者可构成产品组合优化模式。类似的模式还包括了提供用电状态分析与合理化建议+提供重大活动的设备保障服务等,基于不同优化服务实现用电产品多元化,

保证用电消费者获得最佳的服务体验。

1.5 提升数据信息的安全性

互联网的显著特点之一是开放性,在给人们工作、生活提供便利的同时,也存在数据信息安全问题,很可能因数据信息泄漏给组织或个人带来无法挽回的损失。电力营销信息化建设,确保数据信息安全非常重要。需要做好网络安全建设,通过加强机房服务器、路由器、交换机、域名系统、IP地址、交换机端口、服务端、安全设备、密码设备、密钥参数、用户账号等设备资源管理,提升大数据中台安全管理水平;做好病毒防范与处理,通过防火墙、杀毒软件等的运用,降低数据信息受病毒或黑客攻击的可能性,避免数据信息泄漏;对操作人员的使用权限严格控制,降低人为因素导致的数据信息安全风险。同时对操作人员加强数据信息安全教育,强化其数据信息安全管理意识,将数据信息安全管理理念内化于心、外化于行。

1.6 开拓电力营销市场

在大数据背景下,传统的电力营销市场已经无法满足电力企业的效益需求,电力企业要积极地开拓电力营销市场,为企业创造更加丰富的经济效益。电力企业应将消费者视为主体,将大数据背景下电力市场的实际需求作为电力营销的导向,创新电力营销的具体工作机制,完成新市场的开拓。大数据的背景和技术为电力企业的创新工作提供了保障,企业可以通过大数据中的消费群体信息进行技术分析,整合消费群体信息,有助于挖掘新的市场和机遇,为电力企业创造良好的经济效益。

1.7 提升营销信息化管理系统的科学性

其主要可以从以下几点进行:第一,合理规划企业资源,营销信息管理系统的使用可以加强企业内信息交流和共享,实现企业内部各类可利用资源的统一分配。第二,建立网络营销平台,营销信息管理系统的使用能够帮助企业有效建立电子商务平台,构建包括产品设计、制造、销售以及售后服务在内的完整产业链,同时对产品在各个环节中的质量予以管控和监督。第三,实现供应链的有效管理,营销信息管理系统的使用可以统一协调上、下游企业,实现各类信息流、物流以及资金流的高效流转。

2 结束语

大数据背景下,推进电力营销信息化建设,能够实现电力营销工作模式的优化,提升电力营销工作质量,增强电力企业核心竞争力,促进电力企业长足发展。

参考文献

- [1]李志涛.大数据时代下企业营销数据管理整合创新[J].名城绘,2019(4):5-5.
- [2]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.
- [3]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.
- [4]张克彪.大数据时代背景之下电力企业营销管理创新研究分析[J].建筑工程技术与设计,2017(24):3327-3327.