

大数据背景下的电力营销信息化建设

杜炳帅

国网宁夏电力有限公司固原供电公司 宁夏 固原 756000

[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,可以有效的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。因此,研究分析大数据背景下电力营销信息化建设具有重要的现实意义。

[关键词]大数据; 电力营销; 信息化; 建设

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.842

1 电力营销信息化建设的必要性

电力营销指电力企业在变幻莫测的电力市场中,针对市场开展一系列经营活动,为消费者提供其生活、生产所需的电力产品和服务,从而创造经济价值。因电力商品不可大量储存,所以在电力营销领域,实现市场中供需双方的相互协调、为用户提供及时、可靠的电能供应以及相关的营销服务尤为重要。而在电力营销领域进行信息化建设,不仅是在新的市场环境下电力企业谋求长远发展的需要,也是借互联网实现产业升级的需要。首先,电力体制改革正在如火如荼地进行,此次改革力求改变传统电网“独买独卖”的交易格局使更多发电、用电企业以及民间资本能够参与到市场竞争中,使电力市场更加具有活力,但也给电力企业带来了压力和挑战。在“买方市场”中,谁能找准自身的市场地位并最大限度的满足电力用户智能化、个性化的服务需求,谁就能在激烈的市场竞争中获得发展。因而,以客户为中心,借助互联网技术,围绕电力营销服务的全过程,打造完备的电力营销信息化平台是大势所趋。其次,互联网具有信息收集效率高、传播速度快、传播范围广、用户实时交互、运行成本低等优势。因此,对电力营销进行信息化建设能够极大的推动电力营销服务升级,辅助企业完成营销分析、营销决策等业务活动。此外,信息技术和通信技术的快速发展也为海量营销数据的处理与分析提供了更多解决思路。由此可见,在互联网蓬勃兴起的时代,进行电力营销信息化建设势在必行。

2 大数据背景下的电力营销信息化建设策略

2.1 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。

2.2 优化用户信息管理模式

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,可以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。

2.3 增强电力营销信息化平台的安全性

大数据平台是一把双刃剑,在为电力营销提供充足的信息数据的同时,也对电力营销信息化工作模式形成一定的危害。诸如:大数据平台信息质量参差不齐、黑客的入侵等相关的网络安全问题,都对电力营销信息化工作模式形成一定的冲击。因此,大数据背景下,电力营销信息化建设,应重视平台的网络安全性能,为电力营销人员获取信息数据提供良好的工作平台,进而使大数据能够助力于电力营销工作模式。在增强电力营销信息化平台安全性工作中,一方面,电力产业在信息化建设中,应明确信息化建设的优势及劣势,针对数据平台安全问题,应予以重视,聘请专业化人才作为网络监督管理人员,加强数据平台的监管,为电力营销人员获取信息、运用信息营造良好的氛围,避免网络安全问题影响到电力营销工作进程;另一方面,在电力营销信息化平台中,加强数据平台的内部维护,定期检测电力营销员工办公设备,对办公系统进行优化与升级,提升网速,进而确保电力营销信息数据的有效性存储与运用。

2.4 整合电力营销信息资源

一是电力营销要加强信息化建设,借助大数据技术和网络平台,搭建电力营销信息平台、引导平台,实现电力营销数据采集的有效性,并注重电力市场信息数据的完整性。二是依托信息平台和大数据平台的信息存储能力,将电力营销信息数据与现有信息数据进行整合。根据时间安排,应在平台上搭建信息存储板,对以往的纸电市场信息资源进行存储和整合。电力营销信息资源整合到电力营销信息平台中,电力营销负责人在分析以往电力营销信息资源的基础上,明确未来电力营销的发展趋势,为电力行业的发展提供有效的信息资源,支持电力行业的可持续发展,满足电力行业用户的需求。电力营销信息平台架构如图1所示。



图1 电力营销信息平台

3 结束语

对大数据背景下电力营销的信息化建设进行探究十分必要,其不仅是电力营销工作创新发展的需要,也是电力产业全面化、系统化、整体化发展的需要。因此,在电力营销工作中,要重视大数据技术的运用,推进电力营销信息化工作的实施,以此提升电力营销工作质量。

参考文献

[1] 宫本超, 陈斌. 大数据时代企业营销信息化管理问题研究[J]. 中外企业家, 2019(5): 125-126.
 [2] 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.