

大数据在电力营销工作中的应用

肖丽

国网宁夏电力有限公司固原供电公司 宁夏 固原 756000

[摘要]大数据技术应用于电力企业营销工作中,可以有效实时收集目标客户群体的数据信息,进行分类汇总,提升电力配送工作的针对性,大幅度提升电力营销工作效率。同时加强对电力客户电力资源消费、需求、消费峰值、电费缴纳情况等进行分析,通过收集到的数据信息,构建多种类型的电力资源数据库,为客户提供精准、差异化营销服务。

[关键词]大数据; 电力营销; 应用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.849

1 大数据技术与电力营销的关联分析

1.1 大数据技术的概念

大数据技术(Big data)发现于19世纪末期,经过一段时间的发展与推广,这种技术凭借其超强的海量数据处理能力、数据分析收集与汇总能力,深受各行各业的欢迎,应用范围越来越广泛。大数据技术的技术特征,可以用“4V”来概括,即海量(Volume)、迅捷(Velocity)、种类繁多(Variety)、与富有价值(Value)。其中,海量指的是这种技术能加工处理海量数据;迅捷指的是数据处理速度极快、工作效率远超前于传统的数据处理方式;种类繁多指的是可以实时处理不同种类的数据;富有价值指的是经过批处理后的数据能够为社会、经济带来明显的社会价值与经济价值。大数据技术常用的处理途径是迁移与存储。数据存储功能中,大数据技术可以对各种数据进行分布式存储,实现对数据的行列存储,还可以结合用户需求,把数据信息存储到互联网平台上,改进数据存储效果,在存储过程中还可以进行加密处理,确保数据信息的相对安全,降低故障发生率;数据迁移则是本着平滑迁移原则,不断升级、优化数据处理业务,记录数据的变动情况,形成数据迁移行动纪录,同时加大对迁移前后的数据信息进行检验、比对工作,确保数据信息的处理质量。

1.2 大数据技术与电力营销

电力营销是电力企业的一项系统化工作,涉及电力资源的产生、配送、运输、调度、变电、用电等各个环节的工作,每项工作环节都会产生大量的数据信息,这些信息数据需要通过大数据及时进行海量提取、整理、分类、归纳,从而获取最有价值的用户信息,实现用户与电力企业的有效连接,为电力营销工作的顺利推进提供技术支持。例如,在电力资源的产生即发电环节中,大数据技术可以获取用户对电力资源的需求总量、变动情况数据,同时实时监控电力荷载数据,有助于电力企业制定出科学、有效的发电方案,避免出现电力供给不足的情况,或者是电力超额供给而造成资源浪费;电力配送环节中,通过对配送前后的数据分析,汇总出输电线路上的电力耗损情况,然后分析出耗损原因,降低配电耗损,提升电力资源利用率,为用户提供优质的配电供电服务。

2 大数据在电力营销工作中的应用措施

2.1 支持电力用户需求预测

依托电力营销大数据,整合电力营销业务中采集到的用户信息,结合各类规则与算法,对信息进行关联分析等数据挖掘操作,按照用户所属的不同类别、地域等进行深入分析,发掘不同用户的用电习惯与规律,实现针对各类型电力用户的需求预测。

2.2 降低企业经营风险

电费回收是保证电力企业经济效益的重要方面,但是一直以来都存在企业与居民欠费拒缴的问题,电费回收率低、催收成本高,也在持续地对电力企业的经营产生消极影响。现今,通过电力营销大数据的推广与运用,企业可以根据从营业厅、网站、App等渠道所收集到的用户缴费数据对用户的缴费行为进行监控与预测。对不按照规定缴纳电费的客户,

利用创建信用等级等形式进行筛查,对部分用户采取电费担保等管理方式,对失信用户远程执行停电指令,从而使电费回收率低的问题得到一定的缓解。同时,通过对业务数据流进行监控,也可以对问题数据进行控制,及时对存疑现场进行核实,对各种经营风险进行有效预警与管控,使企业的各项经营活动能够平稳进行。

2.3 提高用户满意度

随着“互联网+电力营销”模式得到推广,电力企业在提供营销服务时开始愈发重视用户的体验感以及客企间的良好交互,电力企业逐渐开始推行关系营销。依托电力大数据平台所提供的客户中心、客服中心、评分系统等模块,电力营销人员能够充分掌握用户满意度等级、用户的投诉内容、投诉用户的构成、问题解决情况等信息,从而对服务质量进行评级,并对问题进行提炼与分析,提出有效的整改方法,提高电力营销服务的总体质量。

2.4 拓展营销新市场,制定产品新战略

大数据是营销策略制定的基础和依据这对于市场和业务的开拓也具有重要的意义。如腾讯游戏的研发,往往是通过大数据来进行精确地分析,从而使其能够领先于其他手游行业,牢固自己的经济市场地位。运用大数据分析数据,开拓新市场、新业务也是当今时代电力企业营销发展的必然趋势。要想做到领先同行企业,牢固自身市场地位,就需要在产品前期深入分析和研发大数据,制定更为符合客户个性化需求的产品战略,并进一步确定产品营销渠道,拓宽产品领域。

2.5 提供多元化服务

为了实现企业服务的多元化,使企业在今后的发展中取得更高的经济效益,电力企业要做好下述几方面的工作:一方面,企业管理者要全面收集客户用电情况,在完成信息梳理的基础上做好统计分析,得到可行的意见,一方面要合理安排班次,另一方面要从客户的实际情况为着眼,保证无功补偿的合理性和科学性。电力企业的工作要从客户实际情况着眼,借助于所掌握的专业知识以及客户用电情况,为客户提供科学、有效的指导,使客户获得实惠,实现客户和企业的双赢。要结合企业自身的优势,做好设备的定期检查,及时排查设备运行中存在的安全隐患,使系统在运行中的安全性和稳定性有所保证。借助于大数据进行有效的分析,做好定期和非定期排查,核查电价,提高电力企业营销管理的效果。

3 结束语

在电力企业的营销工作中引入大数据技术,一方面推进了企业营销工作理念的更新,另一方面为企业的发展奠定了坚实的基础。电力企业员工要积极学习先进的营销工作模式,与市场的发展保持一致,借助于大数据平台,实现电力资源利用效率的不断提升,促进电力企业的可持续发展。

参考文献

- [1] 郑颖. 浅谈大数据环境下电力营销信息化建设[J]. 中国设备工程, 2019(23): 190-191.
- [2] 辜小琢. 基于大数据技术的电力营销数据挖掘分析研究[J]. 科学与财富, 2016(11): 569-569, 568.