

浅析基于“互联网+”的营销计量采集管理方法

郝王翔

国网四川省电力公司自贡供电公司

摘要：随着电力行业的发展，为了进一步提升电力企业电力营销计量财务管理水平，就需要提升电力企业的周期核抄及低压巡检力度，强化用电检查工作质量。电力企业相关基于“互联网+”的电力营销计量采集管理方式进行分析研究，构建更加合理的现场营销计量采集管理系统，全面提升现场工作的管理水平，确保电力企业发展能够取得更好的效果。

关键词：“互联网+”；营销计量采集；管理方法；分析研究

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.06.118

电力行业作为国家发展中的基本产业，对整个国家的发展和运行起到了非常重要的作用，也是国民经济中非常重要的组成部分。在“互联网+”背景下加强对电力营销计量采集管理工作的分析研究，能够强化电力企业电力计量管理工作的质量和效率，降低电力企业营销人员的工作压力，进而推动电力企业的进一步规划和发展。可以说，在“互联网+”的作用下对电力营销计量采集管理相关内容进行分析，对我国电力行业发展来说具有非常重要的指导意义。

一、电力营销计量采集管理相关概念

（一）“互联网+”背景下电力营销的含义

首先，电力作为一种特殊性的服务，具备不可储存性以及无形性等多项特征，能够满足人民日常生活中的电力消费需求，进而实现电力企业的发展目标。其次，电力营销具备一定的系统性，这种系统性使得电力企业不仅需要关注每位电力用户的实际用电过程，还需要站在宏观角度确保用电安全性和稳定性。最后，电力影响具备先进性，电力营销工作随着时代变化转变，相关工作人员需要确保电力营销工作的不断创新及优化。

（二）“互联网+”背景下电力营销信息管理系统

电力营销信息管理系统伴随着“互联网+”时代的到来应运而生，这就使得该系统需要具备比较强的工作效能，确保相关工作人员使用的流畅性，促使客户实现更加精准的定位。只有这样才能强化电力用户个人信息安全，进而提升电力营销战略决策的质量和效果。在电力企业实际运用电力营销信息管理系统的过程中，还需要充分结合电力企业的实际发展战略，例如：电力营销业务和银行业务的结合，能够促使电力营销服务体系的延长。在这样的背景下，才能充分满足电力客户和电力企业的实际发展需求，从而实现整个电力行业的健康可

持续发展。

（三）“互联网+”背景下电力计量采集系统与组成

电力计量采集系统主要由主站系统、信道和采集终端三个部分组成。主站系统主要负责整个系统的正常运行，具备外部接口等各项功能；信道主要有GPRS形式、CDMA形式和以太网等形式，这一模块主要负责联系主站以及电力信息采集等；采集终端作为电力计量系统的终端部分，能够实现相关数据信息的采集和冻结，确保相关工作人员能够将采集结果输送到系统中，进而达到资源共享的目的。

（四）“互联网+”背景下电力计量管理的特点

第一，统一性。统一性是电力营销计量采集管理工作最基本的特征，主要指所有国家单位量值的统一。

第二，准确性。准确性主要体现在电力营销计量采集管理工作的开展能够达到预期的准确程度，只有在确保计量采集管理结果准确的前提条件下，才能真正实现计量的统一性。

第三，法制性。电力影响计量采集管理方式需要做到公平、公正、公开、透明，避免出现任何违法违规的情况。

第四，社会性。社会性是电力工程支持社会经济活动的前提和基础。

第五，权威性。电力营销计量采集管理工作的权威性主要体现在国家为人民服务的宗旨中，这就需要相关工作的开展需要使用到威信程度非常高的管理机构作为基础和保障。

二、“互联网+”下营销计量的要素

在“互联网+”环境下，营销计量的要素变得更加多样和复杂，企业需要综合利用数字技术、大数据分析、人工智能等工具，以更好地理解市场和消费者行

为。以下是“互联网+”环境下的营销计量要素的详细讨论：

（一）数据采集与分析

在“互联网+”时代，数据成了营销的重要资产。社交媒体数据、线上交易数据和用户行为数据都是宝贵的资源。社交媒体数据能够提供即时的市场反馈和情感分析，线上交易数据反映了消费者的购买习惯，用户行为数据则揭示了用户的兴趣和偏好。通过有效地采集和分析这些数据，企业可以更好地了解市场趋势，制定更明智的决策，并优化营销策略。

（二）用户体验与反馈

个性化用户体验设计已成为“互联网+”时代的核心要素。企业需要根据用户的特定需求和偏好来定制产品和服务。这可以通过分析用户行为和偏好数据来实现。另外，收集用户反馈也至关重要。企业可以利用调查问卷、在线评论和客户支持对话，获取用户对产品和服务的直接反馈。情感分析工具可以帮助企业更深入地理解用户的情感和态度，从而改进产品和服务以提高用户满意度。

（三）精准营销与个性化推荐

在“互联网+”环境下，企业必须更加精确地定位和吸引目标市场。这可以通过大数据分析来实现，将市场细分为更小的目标群体，并制定相应的市场定位策略。同时，个性化推荐也成为一种强大的工具，能够根据用户的历史行为和兴趣，向他们提供个性化的产品和服务建议。这种推荐系统可以大大提高交易的转化率和客户忠诚度，从而增加企业的收入。

在“互联网+”时代，这些要素相互关联，共同构成了一个综合的营销计量体系，有助于企业更好地理解市场和消费者，提高竞争力，实现可持续发展。

三、基于“互联网+”的营销计量采集管理方法

（一）基于“互联网+”的电力营销计量采集管理设计

第一，加强电力营销计量采集登入管理设计。我国现阶段电力行业实际发展过程电力营销计量采集管理工作需要立足于“互联网+”，这就使得相关工作人员需要重视网络信息安全，在设计管理系统中充分考虑电力用户的实际情况，设置普通电力用户和系统管理用户两种不同的登入账号及程序，从根本上确保电力系统的安全性及有效性。

第二，优化电力营销计量采集系统中信息管理和基

础信息管理的设计。相关工作人员在设计营销计量采集管理系统的过程中，需要将管理系统分为两个不同部分，这两个部分包括了对角色的管理和对角色权限的分配，需要注意的是，在设计过程中还需要确保电力营销计量采集各项信息数据管理工作的稳定性、安全性和简洁性。

第三，完善电力营销计量设备管理的设计。相关工作人员在设计电力营销计量设备管理模块的过程中，需要将模块重点放在设备的定期检查以及检查方式上，确保相关工作人员在处理不同类型的业务时，能够获得更好的工作模式和工作效能。并且，电力营销计量采集管理工作安全性的实现，还需要充分考虑整个电力营销计量采集管理系统的可靠性及准确性，从根本上确保系统使用人员和电力用户的信息安全，从而确保相关工作人员能够在设计电力营销计量设备管理系统中充分考量其安全性及可靠性。

（二）基于“互联网+”的电力营销计量采集管理功能实现

基于“互联网+”时代的背景下，电力企业要想获得更好的发展，满足人们生活和工作中的用电需求，就需要重点关注电力营销计量采集管理功能的实现，确保相关工作人员通过科学合理的措施对电力营销计量采集管理系统进行优化和完善，确保电力企业能够在市场中获取一席之地。

第一，完善电力营销数据采集功能。要想实现电力营销计量采集管理功能，就需要逐步完善并优化电力营销计量采集管理系统中数据采集界面的各项功能，例如：用户用电量功能、电费信息功能、增容与变更功能等，这些界面功能设计能够确保管理人员更加全面、直观地了解电力用户的具体用电情况，提升管理人员的工作效率和工作质量。

第二，加强电力营销数据检验功能。为了加强电力用户数据信息的准确性和有效性，就需要完善电力营销计量采集管理系统的检验功能，确保相关工作人员能够充分利用管理系统，对售电量以及购电量等多项数据信息进行全面检查及有效核实，避免这些数据信息在实际使用过程中出现较大偏差。

第三，提高电力营销数据计算和数据统计功能。电力营销计量采集管理人员能够通过管理系统中的“查看结算报表”功能，获取对应的电力营销结算数据和信息，并由专业工作人员将归纳成表格打印出来。并且，

电力营销计量采集管理人员还需要通过数据统计功能，实现对数据统计对象的查询和分析，从而计算出电力企业的工作效率，确保相关工作人员能够制定更加科学合理的战略决策。

第四，优化电力营销计量采集管理系统设置维护功能。受到外部市场环境的影响，电力营销计量采集管理工作处于变化之中，为了避免各项数据信息变更对电力营销计量采集管理工作的影响，就需要利用对应系统以维护模块开发，从而确保整个电力工程电力营销计量采集管理系统的稳定性以及可靠性。

（三）基于“互联网+”加强用户体验分析

在“互联网+”时代，用户体验分析在营销计量采集管理中扮演着关键角色，为企业提供了深刻的洞察，助力精准化营销和个性化服务的实现。随着数字化平台的普及，用户在互联网上的活动日益频繁，因此，深入了解和主动响应用户的期望和需求成为企业提升竞争力的不可或缺的一环。

在强化用户体验分析方面，首要的是采用高级的用户行为分析工具。这些工具不仅能够全面追踪用户在企业数字平台上的各种行为，包括点击、浏览、搜索等，还能够通过路径分析和漏斗模型揭示用户在平台上的活动路径和流程。这样的分析为企业提供了深入的洞察，有助于发现用户行为背后的模式和趋势，从而优化产品设计和服务流程。与此同时，建立实时的用户反馈机制也是提升用户体验分析的有效途径。通过实施即时的用户反馈系统，企业能够快速了解用户对产品和服务的意见和建议。这种实时反馈不仅能够帮助企业迅速发现问题并采取行动，也有助于构建积极的用户关系，提高用户参与度。

强化用户体验分析的目标之一是实现个性化服务和精准化营销。通过深入了解用户行为和反馈，企业可以定制个性化的产品和服务，提高用户满意度。同时，精准的用户分析也为企业提供了更精确的市场定位和目标群体细分的基础，有助于优化广告投放和营销策略。

（四）基于“互联网+”做好精准化营销与个性化推荐

在“互联网+”时代，精准化营销与个性化推荐成为企业在营销计量采集管理中的关键策略。随着数字化技术的发展和数据的爆炸性增长，企业不再依赖传统的群发式广告，而是转向更智能、个性化的方式与客户互动。以下是关于如何在这一背景下加强精准化营销与个

性化推荐的讨论：

在精准化营销方面，利用“互联网+”的优势，企业可以更准确地定位目标市场和受众群体。通过大数据分析，企业能够深入挖掘用户行为数据，了解他们的兴趣、购买习惯以及在线活动轨迹。这种深度分析有助于将市场细分为更精细的群体，从而制定更有针对性的营销策略。在这个过程中，数字化技术可以支持企业更加精细地监控和调整广告投放、促销活动等，以更好地满足不同群体的需求。与此同时，个性化推荐系统也是精准化营销的关键工具。在“互联网+”环境中，企业可以借助先进的算法和机器学习技术，分析用户的历史行为和喜好，从而实现个性化的产品和服务推荐。这种个性化推荐系统不仅提高了用户的购买体验，也有助于提高销售转化率。通过实时的个性化推荐，企业可以更好地满足用户需求，提高用户满意度，从而增强用户忠诚度。

同时，在实施个性化推荐系统时，数据的准确性和实时性变得尤为关键。因此，营销计量采集管理需要强调数据的质量和效率。利用大数据技术，企业可以更好地整合和分析海量的用户数据，确保个性化推荐的准确性和时效性。

结语

综上所述，电力营销计量采集管理工作是“互联网+”模式下最重要的内容，不仅关系到人民群众自身利益，还会对整个电力行业产生重要影响，能够满足人们的电力需求。所以，电力企业需要充分利用信息技术优化电力营销计量采集管理工作，确保电力系统相关工作人员能够提高自身质量和效率，并在性能和功能上满足电力企业的实际工作需求。只有对电力营销计量采集管理工作进行全面分析，才能使其更好地服务于电力营销工作，从根本上促进我国电力企业的健康可持续发展。

参考文献

- [1]石多瑞.基于互联网的营销计量采集管理分析[J].集成电路应用,2021,38(11):226-227.
- [2]张天浩,宓振航,金一瑜,徐春华.基于“互联网+”的营销计量采集管理方法研究[J].中国信息化,2018(03):84-86.
- [3]石海涛.营销计量自动化系统在电力营销业务中的应用[J].科技创新与应用,2016(20):204.
- [4]纪小明.用电信息采集系统功能与特点及其对电力营销的影响探析[J].科技视界,2012(27):377-378.