大数据背景下谈供电企业电力营销服务体系构建

索朗多吉
国网当雄县供电公司

摘　要：在市场经济下，电力企业市场营销的创新研究至关重要。电力企业需要不断适应市场变化和竞争压力，提高市场竞争力和客户满意度。为了促进电力企业高质量发展，持续拓展电力企业发展规模，必须做好电力市场营销工作，为广大用户提供优质服务，以此保障取得良好的电力营销效果。本文阐述电力营销服务智能化转型的定义和目标，提升电力营销效率和用户体验的策略，探讨大数据分析在电力营销服务应用中的关键技术，分析智能化转型面临的挑战与解决方案。

关键词：大数据；供电企业；电力营销服务
【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.06.120

引言

随着移动互联网的快速发展和普及，电力营销服务也面临前所未有的机遇和挑战。传统的营销模式需要经过一系列的中间环节，从而增加了人力和时间成本，同时电力营销服务在获取用户需求上有着困难，无法满足越来越多的客户需求。因此，在移动互联网时代，电力营销服务也需要借助互联网技术的支持，进行深度融合和创新转型，实现更高效、更有效的服务模式。本研究从移动互联网背景下的电力营销服务切入，探讨如何基于移动互联网技术，实现电力营销服务的创新和升级，提高服务效率和客户满意度。

一、电力营销概念

电力营销是指在不断变化的电力市场中，以电力客户需求为中心，通过供用关系，使电力用户能够使用安全、可靠、合规、经济的电力商品，并得到周到、满意的服务。营销人员和客户之间面对面，有助于实现对客户需求的识别，进而确定电力企业所能够提供的最佳服务目标市场，为客户提供适合产品、体验以及服务，以此实现对市场发展需求的满足。电力营销实际是对客户需求进行满足，所以，电力企业所采用的所有营销活动，均是以此为中心展开，采取市场导向的管理模式，把电力营销定位为供电企业的核心业务，即电力的生产经营活动必须服从于电力营销的需要。在针对电力营销分析中，发现组合元素主要为需求、欲望与需求；产品；价值、满意和成本；交换、交易和关系；市场。在激烈的市场竞争环境中，电力营销需要将工作重心逐渐转移到营销管理模式上，提高对市场营销观念的重视，进而显著提升工作效率，提供优质服务。

二、电力企业市场营销创新的意义

（一）提高电力企业服务质量

首先，电力企业可以加强与用户的沟通和互动，了解用户的需求和意见。通过调查、问卷调查、电话回访等方式，收集用户的反馈信息，及时解决用户提出的问题和意见，以便增加用户的积极体验。其次，电力企业可以建立完善的服务体系，提供一站式的服务。在用户咨询、申请用电、缴费、报修等方面提供便捷的服务，提升服务质量。最后，电力企业可以利用信息化技术提升服务水平。比如，建立电力维修APP，用户可以通过手机随时查询电力设施信息，提交故障报修等。通过信息化手段，提高服务效率，降低运营成本，提升用户的满意度。

（二）解决现存环境污染问题

电力企业需要加强环保意识，提升环境保护水平。通过加强环保管理，制定和执行环保标准，建立和完善环保监测体系，加强环保意识教育和培训，提高员工环保意识，从源头上减少污染物的排放，保护环境。电力企业可以采用更加环保、节能的生产方式。通过引入先进的技术手段，推进绿色能源开发，减少化石能源的使用，减少环境污染的产生，实现低碳环保发展目标。再次，电力企业还可以通过市场营销创新，促进环保产品的推广和应用。电力企业可以利用市场力量，推广和应用环保产品和服务，如环保电力、智能能源管理系统等，从而带动环保产业的发展。电力企业还需要积极参与环保活动，为环境保护贡献力量。比如，电力企业可以加强与环保组织、公益组织等的合作，开展环保公益活动，推广绿色出行、低碳生活等理念，营造更加环保、健康的社会氛围。

三、电力营销服务现状

（一）管理信息有待提升

现阶段大数据电力营销管理工作中管理信息有待提升，影响着营销工作的优化与创新。从电力营销管理模式与流程来讲，电力营销流程守旧，在缺乏营销制度与途径创新的情况下，大数据技术优势难以彰显，这也就导致电力企业难以对用户需求信息及时进行抓取与分

析，因此，在无法满足用户需求的情况下，电力企业营销服务质量难以得到进一步提升。

（二）信息数据不安全

电力营销数据作为营销管理的重要数据，数据价值较高，但受限于信息化平台系统安全性的影响，数据存储存在风险性。营销数据作为企业电力营销的重要依据，信息数据的存储风险使得数据存在丢失、篡改等可能性，严重影响着电力营销安全。因此，在营销管理系统不健全、技术难以保障的前提下，电力企业大数据系统应用存在安全隐患。

（三）缺乏产品营销服务环节

现阶段，电力企业在电力营销过程中缺乏服务类相关营销策略，整体服务质量较差。并且电力企业缺少客户反馈渠道，部分客户提出的需求无法及时进行解决，需要咨询电力企业或汇报才能向客户答复，甚至经常以敷衍的方式为客户解答问题，例如，客户询问“是否可以帮忙处理限电和断电情况”，工作内人员答复“针对该问题你需要咨询电网”，对于客户而言，电力营销服务质量较差，严重影响了电力企业产品营销；对于电力企业而言，办事效率较低不仅影响与客户之间构建良好关系，而且也会导致客户快速流失。

四、大数据背景下电力企业市场营销创新方略

（一）完善营销管理制度

在市场经济的大背景下，电力企业需要通过创新营销管理制度来提高市场竞争力。为了确保营销管理制度的顺利运行，电力企业需要建立科学、合理的制度框架，针对市场需求和竞争环境制定相应的营销策略和计划，并采用科学的管理方法和手段来实现目标。在完善营销管理制度的过程中，电力企业需要加强内部管理，通过优化组织架构和人员配置，提高工作效率和响应速度，从而更好地满足市场需求。同时，要加强对市场信息的收集和分析，不断调整和优化营销策略，以适应市场变化和用户需求。此外，电力企业可以通过优化供应链管理，改进供应商关系，降低采购成本，提高企业利润。同时，要加强与政府部门的合作，积极参与市场竞争，打造品牌形象，提高企业市场知名度，以扩大市场份额，提升竞争力。

（二）为客户提供个性化服务

目前，在互联网时代环境下，信息技术迅速发展，电力企业需要在营销服务中有效地应用新技术，为客户提供多样化的沟通渠道。在电力营销服务管理中，关键在于提升服务质量，不同客户之间的需求存在差异，相应的也就需要电力企业实施相应的服务方式创新。例如，电力企业可以在营业大厅，专门设置用户服务区，并完成客户端平台建构，客户通过这一平台能够迅速查询相关资费问题。电力企业为客户提供多样化服务中，需要提高对以下内容的关注力度。首先，可以专门设置用户经理，主要岗位职责和要求包括：根据公司战略规划和制定销售策略，编制年度、季度、月度销售方案和计划，确保公司战略有效地执行，对销售任务负责；能够协调公司内部资源，完成对潜力客户的项目推广，确保合同的执行，提升客户满意度；收集市场和竞品信息，对市场信息和友商动态，保持敏锐的洞察力，及时反馈客户需求。其次，加强用电安全检查。用电检查是电力企业最基本的工作之一，同时也是保障居民用电安全、提高营销服务质量、确保用电安全的重要措施。电力企业想要为广大客户提供优质服务，必须定期对用户实施预防性检查，一旦发现风险立即处理，以此降低用电安全事故发生率、保证和维护供电企业和电力客户的合法权利，通过对电力客户的服务，树立良好的企业形象，增强企业的竞争力，逐步开拓电力市场，提高电力营销质量。

（三）合理制定电力资源价格

电力资源在当今社会中已成为不可或缺的资源，而电力企业作为电力资源的输送者，要对电力资源进行合理定价，紧紧抓住价格因素来促进电力企业提高市场营销效率，提高市场竞争优势。电力企业在电力资源定价中，要兼顾民众的用电需求，努力满足不同用电客户的个性化需求，从而提高用户的用电满意度。电力行业是我国的垄断性行业，而电力资源又是民众生活中必不可少的资源，因此电力资源价格的合理制定对民众生活水平的提高是非常重要的。电力企业只有制定科学合理的电力资源价格，才能够确保民众对电力资源的利用，确保电力企业市场份额的提高，从而促使电力企业在激烈的竞争当中占据有利地位。科学合理的电力资源定价，既能使电力企业电费集中核算更加合理更加科学，又能有效减少人为因素导致电费收取的失误，从而促进电力企业提高营销效率，提升服务质量。

（四）电力服务内容的创新与升级

电力营销服务的创新需要从服务内容入手，为客户提供更加个性化和精准的服务。例如，可以基于客户用能数据，将电力服务与客户生活、工作融合，提供智慧用电、场景化用电等服务，从而提升客户的体验感和参与感。电力营销服务创新的核心在于为客户提供更加个性化和精准的服务，而实现这一目标需要从服务内容入手。基于客户用能数据，电力企业可以了解客户用电需

求以及用电习惯，在此基础之上，可以提供更为贴心、智能化的电力服务。例如，可以为客户提供智慧用电服务，通过家居智能设备对电力设备进行智能化控制，从而实现节能降耗和提升客户生活品质的目的。同时，可以为客户提供场景化用电服务，根据客户不同的需求和场景，提供基于用电行为数据的个性化、差异化的用电服务，例如电动汽车充电、能效咨询以及电力使用调度等服务。这样，客户不仅可以根据自身需求定制用电服务，同时还可以享受到更加智能、便捷、贴心的用电服务体验，提升客户对电力企业的信任和满意度。因此，从服务内容入手，提供个性化、精准化的电力服务，是电力营销服务创新的关键所在。

（五）智能化转型

智能化转型所涉及的关键技术包括人工智能、大数据分析、物联网、云计算等。这些技术的应用可以帮助电力企业实现信息化和自动化，提升运营管理的智能化水平。（1）人工智能是实现智能化转型的核心技术之一。通过机器学习、深度学习等技术手段，电力企业可以构建智能化决策模型和预测模型，实现对市场需求、用户行为等方面的准确预测和分析。（2）大数据分析也是智能化转型不可或缺的技术。通过收集、存储和分析海量的数据，电力企业可以从中挖掘出有价值的信息和洞察，为决策者提供科学依据和指导。同时，大数据分析还可以帮助电力企业优化资源配置、降低成本、提高效益。（3）物联网技术的应用也是智能化转型的重要组成部分。通过将各种设备和传感器与互联网连接起来，电力企业可以实现对设备的远程监控和管理，提高设备运行的效率和可靠性。（4）云计算技术为电力企业提供了强大的计算和存储能力。通过将数据和应用程序放置在云端，电力企业可以实现资源共享、弹性伸缩等特性，提高系统的灵活性和可扩展性。

（六）创建统一营销服务平台

针对电力营销服务中存在的平台分散、信息不对称等问题，可以考虑建设一个统一的电力营销服务平台，将各类电力服务资源进行整合和提炼。例如，可利用云计算、大数据等技术，实现对电力数据的采集、存储和分析，从而实现电力用能情景化模拟、能源需求预测等功能。此外，电力营销服务平台也可以通过建立智能化的能源管理系统，实现对用电过程的智能化管理和优化，提高用能效率和降低能源浪费。同时，电力营销服务平台还可以通过引入区块链技术，实现对交易数据的分布式管理，确保交易的安全性和透明度，避免交易中的不当行为发生。另外，电力营销服务平台还可以结合人工智能算法，实现对客户个性化服务的精准推荐和优化，进一步提升客户满意度和企业盈利能力。

五、未来发展趋势

为了更好地适应未来的发展趋势，电力企业需要提高企业竞争意识。未来发展趋势包括新能源、智能化等方向，电力企业需要在市场营销方面加强竞争意识，以实现可持续发展目标。电力企业应注重新能源的开发和应用。随着清洁能源的不断发展，电力企业需要加强新能源技术研发和应用，提供更多的清洁能源产品和服务，满足客户需求。例如，发展风电、太阳能等新型清洁能源，并提供相关的技术支持和解决方案。同时，电力企业还需要加强对清洁能源技术的研发和应用，提高清洁能源的生产效率和质量。例如，可以加强对太阳能电池板、风力发电机、储能设备等核心技术的研究，不断提高其转换效率和可靠性。智能化是未来发展的趋势之一。电力企业应注重智能化技术的应用，通过智能化产品和服务，提高市场占有率和客户满意度。例如，开发智能电网和智能家居产品，以提高能源利用效率和用户体验，满足客户的多种需求。同时，电力企业还可以通过智能化技术提高能源管理的效率和可靠性，降低企业运营成本和环境污染。例如，可以借助物联网技术实现对电网设备的实时监测和控制，预测设备故障，提高电网的可靠性和安全性。

六、结束语

在电力营销管理中，主要是为促进电力企业产品服务和消费者之间的有效交换，也是当前电力企业经营管理的一项重要工作，主要目的是实现对广大客户需求的满足。要想实现电力营销优质服务的提升以及创新，电力企业必须强化电力市场调研和预测、制定科学合理的电力营销服务管理系统、为客户提供个性化服务等，以此提升电力企业优质服务效率及质量。

参考文献

[1]刘军山.大数据背景下谈供电企业电力营销服务体系构建[J].电子元器件与信息技术，2020，4（10）：50-51.

[2]宋婧仪.负荷管理系统在电力市场营销中的重要作用[J].大众用电，2020，35（09）：13-14.

[3]赵丙颖.精细化电力营销服务管理分析研究[J].经济研究导刊，2020（24）：40-41.

[4]陈芸.智能电力营销环境下提高供电优质服务的对策[J].现代营销（下旬刊），2020（07）：128-129.

[5]陈堉.供电企业电力营销优质服务提升解决策略[J].中外企业家，2020（21）：70.