

# 大数据的电力营销管理创新实践研究

武彦君

(国网河南省电力公司汝阳县供电公司 河南 汝阳 471200)

**[摘要]**我国经济建设最近几年发展非常迅速,离不开各行业的支持和政策的扶持,才有今天的成就和成果。近些年经济水平的进步使人们生活质量发生改变,各行各业的发展都对电力供应、电力资源有非常高的要求。电力企业在激烈的市场环境下,电力营销管理创新成为提高竞争力的重要着手点。特别是大数据时代下的电力企业管理创新,为了获得更高经济效益,电力营销管理也有非常重要的意义,为了达到大数据时代对企业管理要求,需要重点加强创新,改变电力营销管理模式。

**[关键词]**大数据;电力营销管理;创新实践

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.05.2325

## 引言

我国经济建设的快速发展,人们生活水平的提高,使得我国对于能源的需求与日俱增。随着科技水平的提升,我国已经进入了信息化和大数据时代,各行各业广泛应用大数据技术提升管理监督效果。在电力行业中,电力营销管理是保证企业效益的有效手段,越来越多的企业加强应用大数据技术加强质量检查,但结合实际来看,仍存在些许不足。

### 一、定位潜在的用户

如今的电力营销需要企业把用户放置在工作的核心地位,必须比以往更注重电力用户的具体需要,假如对营销管理系统进行全面创新,应将营销客户作为工作的出发点,还要和现有用户数据进行结合,对关于用户信息管理的模块进行不断地改善,必须注意平台的收容能力,还要关注其调度信息的能力,在对数据进行整理的过程中,把关于客户数据的整合工作放在第一位。电力管理人员应了解客户群体,在此基础上对日常营销方案进行更改,依据客户在电力使用方面的具体要求进行工作,使电力营销的服务更加专业,并且为客户提供个性化的营销服务。电力企业需对其服务模式进行持续优化,为电力客户指定专属的营销服务可以更好地满足他们的需要,出于掌握更多用户信息的目的,应该对服务人员与电力客户之间的沟通方式进行调整与改变,用户得以自觉将数据提供给电力企业,拉近企业和客户的关系,使二者可以和谐相处。因为电力用户能够对企业的具体经营收益产生决定性影响,所以电力企业应依据用户进行创新与营销,用户在营销阶段应该占据主动地位,假如电力营销服务更具针对性,就可以使企业留下更多的电力客户。

### 二、云计算平台设计

由于云计算平台SP-DPP具有存储电力营销管理系统大数据的稳定、可靠的中心节点,因此该文用SP-DPP云平台进行云计算。SP-DPP平台在处理、分配电力营销大数据处理任务时,能够把数据处理任务在营销管理大数据中心节点上调度,比如参数文件、配置文件、代码文件等。云计算平台SP-DPP在逻辑上包括大数据存储与管理模块、任务分配与调度模块、大数据执行模块和客户端模块。云计算平台SP-DPP能够实现电力营销管理系统海量数据处理的需求,以实现电力营销管理系统的运行状态,更好地获取相关数据。

### 三、加快大数据平台建设

大数据平台是处理并利用大数据的基础,想要建设大数据处理平台,可以从以下几个方面入手:1.根据企业需要用到的数据特点,选择多种类型的大数据处理技术。一般来说,电力企业会用到的大数据处理技术包括分布式计算技术、内存计算技术以及流处理技术三种。其中,分布式计算适用于海量数据分析,流处理技术具有不会影响数据处理效率的特点,因此常用于实时性数据的处理,最后内存计算技术则被应用于实时数据的高效处理中。值得注意的是,不同类型的大数据处理技术的差异较大,需要针对性地使用;2.归类收集到的多种数

据。电力企业营销的信息化工作涉及大量庞杂的用户资料,因此需要对数据进行汇总、归类处理,才能提升总体工作的效率与质量;3.汇总数据分析的结果。在各类型的数据处理完成后,需要利用一定的技术手段进行汇总,确保信息的综合使用;4.将数据进行可视化处理。可视化处理指的是将信息图表化,借助图表的特点更好地展示数据。

### 四、加强工作人员技能培训,做到术业有专攻

当前企业的工作人员职业素养、经验水平等也会对窃电结果产生影响,因此,加强专业人员培训有重要作用,企业通过组织工作人员集体学习电力供电流程、学习窃电行为认定方法等积累判定窃电行为的经验,并组织工作人员参与座谈会等,提高对于供电等相关流程的了解程度,从而有效地提升评估效果。另外,电力企业想要确保企业可持续发展,还需要加强人员储备,通过组织各种形式的招聘活动,吸引优秀人才加入,从而保证企业有足够的专业人才实施反窃电检查工作。

### 五、创新营销管理服务

电力企业营销管理服务的内容非常广,需要掌握负责范围内所有用户用电情况,而且要制定多元化、针对性服务模式,使供电工作更加有的放矢。多元化服务的本质在于以客户为本,准确计算多用户用电负荷,最终达到电力企业节能减排的目标。另外,电力企业内部所有设施应该要加强重视,定期检修电力设备,而且要更换老旧零部件,确保设备可以正常运转,不断提高电力管理安全性与管理能力。制定并且执行个性化资源服务模式,要按照公共信息资源、客户需求进行创新,使两者匹配度得到提升,电力企业在大数据环境下搭建公共信息平台,所有客户都可以在平台中提出自己的问题,而且可以收到关注信息的推送。电力企业利用平台具有的决策咨询功能,解答客户提出的政策、经济、管理等领域的问题,平台采集的所有评论信息、用户行为日志以及效用函数等,均可作为资源、用户需求匹配的基础,一方面可以满足客户用电需求,另一方面也是电力企业营销管理个性化创新的基础条件。

### 结语

综上所述,大数据在电力营销管理中应用,是对传统管理模式的创新,也是满足现阶段电力企业发展需求的有效举措。通过营销管理创新,有利于提升管理水平,符合节能减排战略目标要求,而且还能够在实践过程中紧跟市场发展趋势,为电力行业在大数据时代下的创新创造条件。

### 参考文献

- [1] 李小缤.发电企业电力营销工作管理创新研究[J].企业改革与管理,2020(15):111-112.
- [2] 白岩.电力营销工程项目管理的重要性和创新改进研究[J].现代营销(信息版),2020(05):146-147.
- [3] 林大鹏.新时期供电企业电力营销管理问题及改进方法[J].科技创新导报,2019,16(36):170-172.
- [4] 黄机敏.浅谈电力营销管理模式及策略手段的优化创新[J].机电信息,2019(35):182-183.