

# 基于大数据的电力营销管理创新研究

王宗耀

(国网石家庄市藁城区供电公司 河北 石家庄 052160)

**[摘要]**自大数据平台时代帷幕的拉开,我国电力营销信息化建设步伐已经从以往的人工信息处理模式转向数据处理自动化趋势迈进。本文为深入探索电力营销信息化建设的有效途径,选择以电力大数据概念阐述、特征分析、核心技术三方面为切入点展开详细分析。

**[关键词]**大数据平台;电力营销信息化;建设策略

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6261.2021.04.736

## 一、电力大数据平台

### (一)概念阐述及特征分析

通俗来讲,电力大数据平台就是一种通过一系列尖端技术手段来有效预测业务的发展趋势,并在众多数据选择项中挖掘出符合应用者需求标准的高价值信息的服务平台,其能有效协助企业制定科学化的营销策略,为企业决策性战略提供指导意见。就技术应用原理而言,该平台运作主要依靠于集成管理、数据挖掘、数据存储、数据计算四大技术模块的协同助力。随着近年来电力大数据平台规模的日益扩大,其特征表象也愈发明显,主要体现在规模性、多样性、高速性、价值性四方面,而这些特征归结起来也正是电力大数据平台的价值及优势所在。

### (二)核心技术探究

电力大数据的核心技术大致包含集成管理、分析、处理、可视化四项技术门类。首先所谓集成管理技术,是一种通过构建携带多功能企业应用过程的程序以有效集成多渠道数据的技术门类;其次分析技术,是一种借助统计学原理,以计算机技术为基础,来处理神经网络和遗传算法的技术类型;而处理技术则是借助计算技术来处理相关内存问题,主要用于扩大电力大数据平台的适用范围;最后可视化技术,就是以图形为转换媒介,将信息进行可视化呈现,从而有效提高电力大数据平台的管理成效。

## 二、电力营销数据信息化管理策略分析

### (一)实现系统、数据安全

就原理来剖析,系统数据的安全性是电力营销数据系统信息化建设的核心要素,而要想有效提高系统及数据的安全系数,首要任务就是构建起连接网络层、用户层、应用层三级的安全管理防护墙,从而有效推动电力安全系统的建立健全。其次,安全管理的推进还需要强化电力企业网络对于病毒、非法入侵行为的抵御措施,提高自我保护能力。最后,电力企业还要积极加强相关系统操作人员的安全观念,通过建立完善化的网络信息安全管理制度来有效规范系统及数据的有效应用,提高安全系数。

### (二)加速信息资源的有效整合

通过整合信息资源,能够有效提高企业在市场信息方面的截获率,此外,该举措对于缩减企业信息获取成本及提高价值信息筛选效率也有诸多裨益,从而有效维持企业经济效益良好形势,助长企业综合竞争力。而要想确保信息资源整合的有效性,电力企业需要高度关注电力营销同企业建设基础、生产互通等方面的网建进程,并在此基础上构建更为可靠、健全的网络安全系统,为保障信息资源整合安全性提供强有力的后盾支撑,尽最大努力将一切携带负面作用的未知干扰项屏蔽在外。

### (三)实施电费回收风险评估

该项评估主要以用户的电费支付能力及意愿为甄别标准,全面估算电费回收所能带来的风险及效益,以有效增强电费回收效率,帮助电力企业提高经营风险规避率及承压力。电费回收风险评估项主要涵盖评估对象的信用记录、偿债能力及偿债意愿等,通过对上述评估项的有效管控,能够高效规避电费

坏账现象的产生,减少企业发展所面临的风险压力,提高资金回流速度。

### (四)推进互联网移动办公模式建设

该模式主要针对业务审批环节。在审批期间,如果相关审批主责领导无暇兼顾时,通常会由该事项的其他负责人员对审批单予以在线生成,再让后续的营销系统代由储存、管理、电力营销移动作业平台是基于互联网以及移动网协同共建的基础上所延伸出来的,通过智能终端的互联网反馈来凸显平台的独到之处,发挥优势作用,而其工作的高效性则是借助自动对接的手段加以实现的。

### (五)推行掌上电力App

推行掌上电力 App 旨在于针对电费缴纳的特定情景。当客户产生电费缴纳需求,就可以通过移动客户端进行自主操作,以手工的方式将客户端编号输入在内,而后进行扫码支付,完成缴费。移动支付平台的搭建,极大程度便捷了客户的使用需求,提高缴费效率,节约客户排队所消耗的时间成本,而就企业效益来讲,其不仅增强了工作效率,也有效削减了传统人工服务模式下所耗用的人工成本,是对当下大数据电力营销信息化建设价值的有效呼应。

### (六)管理系统的建立

基于大数据平台的电力营销信息化建设,需要以提升营销服务质量为重要的前提条件。随着大数据技术的高速发展,电力企业需要做出相应的改变,才能够更好的抓住当前的机遇,从而跟上时代发展的脚步,实现电力企业的更好发展。通过基于大数据平台的电力营销信息化建设,来实现各类信息资源的有效整合,从而对营销模式进行不断的优化,进而提升整体营销的服务水平。想要做到这一点,需要电力企业的相关工作人员能够根据具体的情况来实施调查和分析,以用户需求为基础来搭建电力营销信息化管理体系,从而为用户提供更好的供电服务。另外,要对电力营销信息化系统进行不断的完善,实现一站式的服务管理,避免问题的多次发生,相关工作人员要树立新型的管理理念,对信息化系统进行有效的维护。

## 结束语

综合而言,电力大数据平台营销信息化建设作为促进电力信息系统全面提升的重心所在,更是当下我国实现产业结构调整,改良营销行业业务模式的核心推动力。而要想促进电力营销数据化信息管理效率的有效提升,务必要做好系统、数据安全,加速信息资源的有效整合,实施电费回收风险评估,推进互联网移动办公模式建设,推行掌上电力App等工作,从而有效保障电力营销信息化建设稳步运行。

## 参考文献

- [1]高建东,史书磊,赵风军.电力营销信息化下线损的精细化管理[J].数码设计(上),2019,(9):120.
- [2]何伶俐.智能电网下的电力营销信息化建设研究[J].中国战略新兴产业,2019,(36):62.
- [3]王宇凡,徐宝华.电力营销信息化优化措施分析[J].信息记录材料,2019,20(7):108-109.