

大数据的电力营销管理创新实践研究

闫磊

(国网河南省电力公司永城市供电公司 河南 永城 476610)

[摘要]近年来,随着社会的发展,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; 创新实践研究

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.05.1237

引言

现阶段大数据技术已被广泛应用到社会的各行各业,人们对电力营销管理工作的考核越来越严格,基于大数据的电力营销管理逐渐变为电力企业的发展趋势。随着专业信息的融合以及信息可视化能力的加强,企业的电力营销体系逐渐完善。信息化管理能够使位于特殊环境的工作人员轻松找出系统中存在的问题,所以对基于大数据的电力营销管理创新进行研究具有重要的现实意义。

一、电力营销管理创新重要性

经济发展非常迅速,人们在生活与工作中对电力资源的需求也相应提升,电力营销在这一环境下起到非常重要的作用。创新电力营销管理模式,可有利于推动电力企业发展,而且随着电力营销管理机制的创新,电力企业在营销管理上的效果也会更加理想,使电力企业在大数据环境下的基础更为坚实。不同时代环境下整体发展趋势也逐渐体现出多元化特征,而且市场环境变化非常迅速,电力企业作为非常重要的支撑主体,需要采集海量数据之后精准分析,发挥大数据优势,使调整之后的管理制度更符合市场管理需求。由此可见,电力企业务必要加强营销管理创新,而且要在创新过程中不断简化电力管理工作流程,为电力企业营销管理模式创新与发展提供动力。

二、大数据的电力营销管理创新实践研究

(一) 多加利用大数据技术

对于电力企业而言,大数据技术可以被应用至许多方面,而对其营销管理的创新,是为了使其工作效益得到提升。在加大力度进行互联网活动的过程中,必须使其信息网络带有很强的地域特征,必须有效地将位于信息平台的营销数据传播出去。在推行多种营销服务的前提下,管理者必须不断深化关于营销服务的理念,对理念进行不断的更新,在大数据技术的辅助下,使其营销服务理念更加环保,使用新颖的理念进行营销。如果将营销工作的理念进行完全更改,产生于营销时期的风险就能够被彻底地清除。如果电力企业的营销服务进行至最后阶段,就应该依据用户具体用电量对其电费进行核算及回收,该时期的营销工作经常会发生危险,电力企业出于减少成本支出与回收电,并且防止用户将缴费时间不断延后的目的,应该利用大数据平台,为用户建立信息库,对用户购电进行登记,必须将他们的具体用电数据详尽地记录下来,还要做到实时监督并管理用户,确保用户能够依据营销的准则按时上交电费。

(二) 硬件平台架构的优化设计

在电力营销管理系统的优化设计中,硬件平台架构实际上就是要满足软件在应用过程中所需的一些物理设备,包括存储器、光驱、主机等多个方面。电力营销管理系统需具备不同的功能,不管是面对用户还是内部管理人员都需实现大量信息的同时存储和共享,这就对硬件有了更高需求。在智能电网的环境下,为适应时代发展的需求,软硬件协同设计逐渐被应用到体系结构中,它最大限度的挖掘了软件和硬件间的关系,协调传统管理系统中存在的问题。此外在硬件平台架构的优化设计中处理器有着非常重要的作用,它是保证软件功能的核心硬件设备,可执行不同的复杂指令,需设计人员对此方面进行优化选择。

(三) 创新营销管理观念

电力企业参与市场竞争承担极大的经营压力,结合行业市场环境、客户需求可以创新营销管理观念,从而提高营销管理质量。第一,电力企业内部营销管理模式要在市场需求导向下,充分考虑市场、客户需求,积极创新营销模式,真正做到以客户为中心,打造忠实客户群体,这是加强电力企业市场竞争力的关键。第二,对广大客户消费需求加以引导,遵循客户导向创新营销管理模式,电力企业可以按照市场发展趋势、用户需求进行针对性地营销,拓宽电力企业经营范畴,在市场调研、大数据技术的带动下,全方位了解市场需求、预测市场变化,在实践中调整营销管理战略。第三,加强大数据产品研发。大数据环境下电力市场的需求也会发生变化,电力产品研发要更加注重节能环保与创新,这就需要改变营销管理观念,加强技术创新的同时,需要采用质量高而且节能型材料,使最终研发出来的电力产品符合市场发展需求。

(四) 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

在大数据背景下电力市场变化很大,市场已不再需要传统的电力资源,很大程度上影响了电力企业的经营方向。对此电力企业须对市场需求进行正确的认识,要把客户的具体要求当作发展的原则,应在此基础上对经营的模式进行不断地创新,通过优秀的营销来使企业更具市场竞争力,不断提升服务水平,在技术的配合下持续扩张经营版图,不断发展其经济收益和社会效益。

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.
- [5] 徐艳芳, 沈祝萍, 等. 以大数据为基础的电力营销管理创新分析[J]. 科技创新导报, 2019, 26.