

浅谈大数据环境下的电力营销信息化建设

刘航兵 杨浩

(国网河南省电力公司睢县供电公司 河南 睢县 476999)

[摘要]近年来,随着电力行业发展速度不断加快,不仅在效益的创造上不断的提升,还可以在电力工程的基础设施上进一步完善。大数据环境的出现,意味着电力企业的规划和电力项目的打造,必须从多个角度来思考。电力营销信息化建设,是社会各界高度关注的对象,通过信息化的措施和方法,能够促使电力工程的综合服务更好的完善,在数据分析过程中,对不同的客户提供更加优良的服务,整体上获得的发展空间更大。

[关键词]大数据环境;电力营销;信息化建设

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.05.2023

引言

近年来,随着国家大力推广新能源,太阳能、风能等一些清洁资源逐渐进入民用领域。再加上清洁能源技术的进一步成熟,该技术将成为未来电力资源的主要竞争对手。然而,目前的电力技术已经非常成熟,实现了电力生产调度自动化,但电力营销信息化管理仍属于粗放型发展模式。在电力营销方面,目前还没有建立科学合理、对市场反应敏感的电力营销管理信息系统。为了提高电力企业的竞争力,满足电力企业对电力营销科学管理的需要,电力企业需要做好电力营销信息化工作,以提高企业管理水平、推动企业长远发展。

一、电力营销信息化建设的必要性

电力营销指电力企业在变幻莫测的电力市场中,针对市场开展一系列经营活动,为消费者提供其生活、生产所需的电力产品和服务,从而创造经济价值。因电力商品不可大量储存,所以在电力营销领域,实现市场中供需双方的相互协调、为用户提供及时、可靠的电能供应以及相关的营销服务尤为重要。而在电力营销领域进行信息化建设,不仅是在新的市场环境下的电力企业谋求长远发展的需要,也是借互联网逐步兴盛实现产业升级的需要。

二、大数据环境下的电力营销信息化建设分析

(一) 改变电力营销管理理念

电力营销是供电企业的核心业务,其工作开展的主要目的是为了更好的对产品进行销售同时提供更好的服务,因此供电企业在发展的过程中,必须重视电力营销管理的经济系统,准确把握市场的发展机遇,对其整体发展起到促进的作用。不仅如此,在电力企业的发展中,还要将法律法规作为电力企业管理的重要条例,在电力产品的销售中,逐渐融入相关理念和竞争体制,促使电力企业的销售制度更加科学的执行。在这一改善过程中,供电企业必须对用户的情况进行精准的掌握和记录,提高产品与客户之间的对接和联系,加强电力营销管理制度,并结合当前电力发展新形势推动电力营销管理的信息化道路,将被动营销模式转变为主动营销,进一步发挥管理理念的作用。

(二) 优化用户信息管理模式

近年来,国家电网公司明确提出了电力服务是“电力企业的生命线”的理念,将提供的电力服务上升到一个新高度。优质服务作为电力完整产品的重要组成部分,在电力营销信息化建设过程中通过大数据平台深入挖掘用户信息,建立用户数据库,为不同的客户提供个性化服务,如针对大型商业用电户、工业用电户等,了解其用电规划、为其提供节约电费的合理方案等增值服务,使电力企业为用户提供更加适应需求的服务。通过优化用户信息管理模式,建立用户需求及时响应机制,快速响应用户需求,进而提高电力企业的竞争力和用户满意度;梳理分析用户用电等信息,掌握用户用电量的波动趋势,预测市场需求,科学规划电力企业发展,同时以市场需求为导向进行电力营销,为电力企业精准营销提供有力的数据支持。

(三) 对电力营销信息化建设体系进行完善

随着时代的发展、理念的革新,电力营销信息化建设的要求需进一步的提升,不仅要加快速度,还要在建设的综合效用更好的改善,这样才能在未来的发展上得到更好的成绩。

信息化建设必须具备优秀的人才,所以在技术团队的建设上要投入较多的努力,确保所有的技术执行,能够按照合理的途径来完善,这对于电力项目的发展以及电力营销的依据能够更好的优化,对行业的综合建设提供更多的保障。电力营销信息化建设的时候,基础设施的改进要不断的提升,尤其是在新设备、新技术的调试方面,一定要对过渡阶段可能出现的风险深入的考虑,对不同的工作安排更好的强化。

(四) 引进优秀人才,改善企业人才结构

电力市场作为高技术含量的国家经济基础市场及人力管理的科学性,直接影响着电力市场的安全与稳定。市场的竞争使电力企业面临资源的约束,需要不断获取更多的竞争优势。人才的引进,已经成为电力企业最重要的战略性资源。将企业的竞争演化成人力资源的竞争,依靠人才智力因素的创新和改变,才能实现企业效益的最大化。同时解决好人才的引进及现有人才能力的培养发掘工作,在人才竞争中取得关键性的优势,协调推进电力企业的可持续发展。

(五) 建立现代化的网络信息平台

首先,电力企业要依托现有的营销数据,建立具有一定规模、运转高速的电力大数据平台,统一管控、集中分析电力系统中的信息,让电力营销的数据以可视化的方式呈现。利用大数据平台高效整合平台内的信息资源,深入了解用户的支付能力和信用状况,通过平台识别风险,帮助电力企业避免坏账,促进资金回流。同时,还可以利用大数据平台开发电力APP,以及时准确地获取数据,避免因人工失误造成电力企业损失。其次,牢牢把握电力企业的优势,结合电力客户的具体需求全面细致地设计相关信息系统,以满足企业和客户两者的需求。在信息系统平台交付使用后,要逐步完善信息系统应急预案,包括信息系统的日常使用维护和突发事件应急预案。信息系统应急预案不仅是为保护系统服务器硬件设置的风险防范措施,还是针对网络信息安全的专项防范和应急预案,能够确保网络信息安全信息系统安全可靠。最后,充分利用电力营销信息化网络服务平台的优势,通过在线培训、讲座等方式,提高电力企业员工的技能水平,使他们能够更全面、更熟练地操作电力营销信息系统,为电力营销信息管理提供更高效、更便捷的优质服务。

结语

我国电力营销信息化发展尚不成熟,但电力营销信息化带来的优势显而易见,电力营销信息化是电力企业发展的必然趋势。结合大数据的时代背景,采用科学的管理方式,探索和建立现代化信息管理模式,进而实现电力营销信息化管理,这是增强电力企业核心竞争力、促进电力企业长足发展的有效路径之一。

参考文献

- [1] 代红梅. 以信息化推进电力营销管理创新[J]. 大科技, 2017(34): 70.
- [2] 张君. 论电力企业用电营销管理信息化的实现[J]. 科学与财富, 2018(4): 99.
- [3] 尉秀秀. 电力营销优质服务提升的有效对策[J]. 环球市场, 2016(30): 110.