

# 电力营销业务信息化管理思路探讨

王彦红

(国网河北省电力有限公司邢台市环城供电分公司 河北 邢台 054001)

**[摘要]**随着信息爆炸时代的到来,信息技术的迅速推广和应用,电力市场的需求不断增加。只有做好电力营销管理,才能及时把握市场,提高电力市场占有率,促进电力企业蓬勃发展。分析了电力营销信息化建设现状,提出了加强电力营销信息化管理的具体对策,为电力营销信息化建设提供参考。

**[关键词]**电力营销;信息化;管理;大数据

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.04.1208

随着社会发展和建设对电力生产需求的不断增加,电力企业的数量也在不断增加,利用信息技术提高电力企业的市场竞争力还是比较关键的。而我国企业信息管理系统还不完善,电力营销信息管理存在薄弱环节,影响了电力企业经济利益的提高,制约了电力企业信息化建设的发展。因此,电力企业应明确电力营销信息化的总体思路,制定有效的策略,推进电力营销管理的改革与创新。

## 1 电力营销信息化建设现状

### 1.1 缺少完善的电力营销管理机制

信息化的突出特点是方便、快捷、高效,其基本要求是信息处理的规范化、科学化和统一化。目前的用电业务流程是在原有的用电营销体系下制定的,存在操作流程复杂、环节多、工作效率低等问题。不能满足现代企业电力营销信息化建设的发展需要,原有的电力营销基础管理缺乏有效的管理机制,导致部分客户的业务档案和基础信息不完整,不利于业务的发展,信息共享水平低。

### 1.2 描述性不强

由于部分电力企业不重视营销数据信息的采集,提取的营销数据信息缺乏完整性,无法客观准确地描述客户的实际需求。在制定电力营销方案时很难准确定位,对后续工作过程也有一定影响,不能有效解决客户电力营销问题。另外,在电力营销信息化建设过程中,营销数据信息缺乏沟通与配合,重复采集数据信息浪费人力资源,更难以提高电力营销工作质量,这不仅阻碍了电力企业自身的发展和进步,而且不能满足客户和市场的整体需求。

## 2 电力营销信息化建设对策

### 2.1 完善电力营销信息化建设体系

从未来社会发展的角度来看,完善营销信息化建设体系是电力企业快速发展的必要手段。电力企业要立足国情,在深入分析现有电力信息营销模式的基础上,结合电力营销的现状和发展需要,按照规范准确的电力营销原则,并通过科学运用大数据技术,不断完善电力营销信息化建设体系。全面收集、整理、分析和处理电力营销数据信息,保证信息分类收集的效率和准确性,实现数据信息的有效应用和优化配置。做好大数据互动平台建设,深入挖掘数据信息的潜在价值,最大限度地了解和把握客户的实际需求,确保数据信息价值的有效利用。

### 2.2 建立现代化的网络信息平台

电力企业要依托现有的营销数据,建立一定规模和高速运行的电力大数据平台,统一控制和集中分析电力系统中的信息,使电力营销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,帮助电力企业规避坏账,促进资金回笼。及时准确地获取数据。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,满足企业和客户双方的需求。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保护系统服务器硬件的风险防范措施,也是网络信息安全的专项防范和应急预案,

可以保证网络信息安全信息系统的安全性和可靠性。最后,充分利用电力营销信息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加高效便捷的优质服务。

### 2.3 优化用户信息管理模式

近年来,国家电网公司明确提出电力服务是电力企业的生命线,将电力服务提升到一个新的高度。优质服务是电力成套产品的重要组成部分。在电力营销信息化建设过程中,利用大数据平台对用户信息进行深度挖掘,建立用户数据库,为不同用户提供个性化服务。通过优化用户信息管理模式,建立用户需求及时响应机制,提高电力企业竞争力和用户满意度;梳理分析用户用电量信息,掌握用户用电量波动趋势,预测市场需求,科学规划电力企业发展,以市场需求为导向开展电力营销,为电力企业精准营销提供有力的数据支持。

### 2.4 及时进行预测、评估和反馈

电力营销信息化建设的最终目标是有效利用数据信息价值。利用大数据技术分析客户习惯、负载和非法操作,为客户提供个性化、智能化的营销服务;利用大数据技术分析客户用电历史数据信息,了解客户需求和愿景,科学预测客户未来用电需求,及时调整营销模式,提高电力营销水平;利用大数据技术分析客户电费支付意愿、水平、信誉度等历史数据信息,评估判断电费回收的风险系数,不断改进和完善营销策略,避免出现坏账和坏账问题,确保资金正常流动。

### 2.5 推动技术创新应用

俗话说:科学技术是第一生产力。电力营销信息化建设需要与现代科学技术紧密结合,与时俱进。根据时代发展特点和市场需求,通过大数据技术的转型升级来调整和优化信息营销模式,开创电力企业营销工作的新局面;积极拓展产业链增值服务,通过相关软件的开发和应用,为客户提供更全面的服务,创造更大的经济效益和社会效益,如打造电力产品营销app,将电力营销融入客户日常生活,提高营销服务的及时性和便捷性;借助大数据技术,实现电力营销数据信息的自动录入,提高了数据信息的准确性、完整性和效率。

## 结束语

电力企业发展过程中,电力营销起着非常重要的作用和价值。随着社会的发展和电力市场环境的变化,传统电力营销模式已不能满足客户的用电需求和电力企业自身发展要求,为了夯实电力营销信息化建设过程和达到最优的运用效果,笔者结合自身电力营销工作实践,从多个方面提出了基于大数据的电力营销信息化建设对策,希望能够推动电力营销信息化建设步伐,促进电力企业更好、更快发展。

## 参考文献

- [1] 田宇. 信息化背景下的供电企业电力营销管理方法分析[J]. 信息周刊, 2019, 000(050): P. 1-1.
- [2] 杨亮, 熊岳岚. 信息化背景下的供电企业电力营销管理方法分析[J]. 南方农机, 2019, v. 50; No. 329(13): 259-259.