

电力营销管理信息系统建设思路

何康

(国网隆尧县供电公司 河北 邢台 055350)

[摘要] 电力作为我国的一项重大系统工程,关系到每个人的衣食住行。电力的生产、销售和使用是一个有机的整体,其中营销是连接电力生产者和用户的纽带。如何使这一环节美观精致,就必须在企业内部建立一套独特的营销管理信息系统,使我们有足够的实力在市场上与其他竞争者竞争,为消费者提供更多的便利。强调管理体系不仅是企业管理的任务,也是各部门的任务。

[关键词] 电力营销; 管理信息系统; 优化; 竞争; 生存

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.948

在新的形势下,人们越来越重视服务。电力营销也是如此。权力的受众是大多数消费者。因此,有必要在供电单位制定严格的管理机制,使相关单位为电力客户提供优质服务。单位业务和技术为客户提供最专业的服务。通过数据的集成和技术的发展,设计出合理的管理信息系统,为后续企业的发展提供便利。

1 电力营销管理信息系统概述

随着时代的发展,电力已经进入普通百姓的家庭。在所有的服务过程中,消费者越来越依赖电力。与此同时,电力并不比其他商品更为有形。电力系统是一个抽象的规律,我们看不到。服务质量只能由企业来引入,而电力工程是一个企业,领导一个地区,流程非常复杂,因此在电力管理中很难控制。一个合理的管理体系,只要在设计、运行、分析、维护、实施等环节全面,就能形成自己独特的模式,在市场上占有一定的机会。同行业竞争对手的现有系统和能源已适应当前的发展。只有以做效尤,推陈出新,建立更加优化的管理体系,才能为企业的发展提供切实的帮助。因此,建立一个完整的信息系统是企业在发展过程中的必由之路和成功的关键。

2 电力营销管理信息系统的设计

2.1 设计原则

系统采用符合J2EE (java2enterprisedition)技术规范的多层B/S结构应用模式,逻辑上分为四个层次:客户端层、web服务层、应用服务层和数据库服务层。客户层主要负责人机交互。web服务层主要负责通过HTTP和HTTPS协议对客户端层的访问请求进行集中授权和信息发布;应用服务层主要负责应用逻辑的集中管理,即事务处理和逻辑操作处理。它着重于响应CORBA/IIOP技术标准的组件调用,这些技术标准实现了Internet上的对象交互访问。根据它处理的特定服务,它可以分为多个组件。数据库服务层主要负责数据存储和组织、分布式数据库管理、数据库同步和备份。基于这一指导思想,结合电力营销管理信息系统的功能需求,采用组件耦合的方法进行设计。

2.1.1 开放性原则

在电力营销管理信息系统的设计中,需要对电力企业的资源进行研究。这样可以不断提高电力营销管理信息系统的设计水平,满足电力企业基础设施建设的需要。在这个过程中,我们应该在不增加电力企业经济负担的前提下,做好技术的有效对接。比如,实现财务系统与人力资源信息系统的最大对接。

2.1.2 灵活性原则

在设计过程中,要分析电力企业的业务特点和市场的实际情况,确保二者的有效结合。在此基础上,设计工作不仅可以提高电力营销管理信息系统的实用性和适用性,而且最大限度地达到电力营销业务的实际应用标准。

2.1.3 技术性原则

对于电力营销管理信息系统来说,它是一个比较新的营销信息管理系统。系统的设计需要基于计算机技术和通信技术的高质量使用。因此,在设计过程中,要注意计算机技术的应用和推广,搞好通信技术的创新,逐步实现电力营销管理信息系统的模块化水平,这对电力企业电力营销的顺利进行具有重要意义。

2.1.4 安全性原则

在电力营销管理信息系统的设计过程中,设计人员应注意管理信息系统的安全要求,不断提高系统的安全效果。电力企业在其建设和发展过程中,应重视用户数据及相关信息的重要作用。一旦用户数据被泄露或信息被破坏,不仅会降低电力企业的经济效益,还会影响用户的电力安全。因此,现阶段在设计电力营销管理信息系统时,应注意用户权限和加密设置的设计质量,不断提高电力营销管理信息系统的安全效果。

2.2 电力营销管理信息系统设计开发过程的研究

2.2.1 系统的功能划分

通过对电力营销管理信息系统核心业务的分析,该系统的功能可分为以下几个方面:一是客户用电及相关账户的管理;二是系统维护和用电检查管理;此外,还必须管理电表和电费。此外,电力营销管理信息系统的接口可分为多种类型,如银行用电联网接口、会计系统接口、用户查询系统接口、用电统计系统接口等。

2.2.2 电力营销管理信息系统的设计

系统的主要组成部分主要包括物资管理、用电管理、用电管理和数据管理。在这个过程中,需要利用计算机技术和通信技术来实现对相关数据的高效管理。同时,要提高数据的共享程度,提高电力企业的工作效率。

2.2.3 系统的功能要求

通过电力营销管理信息系统的应用,电力企业可以提高相关数据的整理、收集和存储质量,保证数据的最大共享。此外,管理信息系统的应用可以从根本上保证数据的可恢复性和真实性,提高数据的完整性、可操作性和安全性。

2.3 电力营销管理信息系统的层次结构分析

该系统可分为四个层次。第一个是用户服务层次结构。分层结构可以为大多数电力用户提供更好的服务。同时,也可以帮助相关电力企业树立良好的企业形象和声誉,对提升电力企业竞争力,提高经济效益和社会效益具有重要意义。第二个是营销业务层次。对于电力企业的营销工作,我们应该从用户的角度思考相关问题,尽量为客户的业务处理过程提供便利。三是电力企业营销质量管理的层次结构。对于这种层级结构,主要是制定和监督营销业务的处理时限。同时,也有必要调查用户的满意度。这样可以帮助电力企业及时发现电力营销中的相关问题,并根据实际情况采取有针对性的解决方案。四是营销辅助决策支持的层次结构。对于这种层级结构,主要是帮助电力企业的营销活动制定合理可行的营销计划。同时,还需要对用户的相关数据进行综合分析,并在此基础上对企业效益进行评价。

结束语:

随着经济的快速发展,利用软件系统进行电力营销管理是最快捷、最方便、准确率最高的方法。仅建立、优化和适当。电力营销管理信息系统可以实现初期销售、后期服务、企业管理、包括用户使用等方面的流畅性和稳定性。

参考文献:

- [1]时孟豪. 电力营销管理信息系统建设思路探讨[J]. 大众投资指南, 2019, No. 321 (01): 102-102.
- [2]谢伯瑜. 基于电力营销管理信息系统方案研究[J]. 科技风, 2019, No. 404 (36): 80-80.