

基于大数据平台的电力营销信息化建设

王怡然

(国网隆尧县供电公司 河北 邢台 055350)

[摘要] 互联网技术的兴起,使各行各业走上了信息化发展的道路。今天是信息时代。数据对于企业的发展非常重要。为了在市场上占据竞争优势,必须建立大数据平台,借助大数据技术实现企业信息化管理。对于电力企业来说,传统的电力营销模式已经不能满足现代企业发展的需要。借助大数据平台,深入挖掘分析营销过程中的各种数据,提升电力营销水平。本文主要分析了大数据平台下电力营销的信息化建设。

[关键词] 大数据; 电力营销; 信息化建设

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.1169

在电力企业的发展过程中,电力营销起着重要的作用。这一环节不仅会影响企业未来的经营,而且与国家和社会的稳定发展密切相关。从以往的电力营销模式来看,存在一些问题和不足,在很大程度上阻碍了电力企业的发展和进步。有鉴于此,为了进一步提高电力营销的服务质量和信息化水平,有必要加强对大数据平台的分析,进而加强信息化建设,为促进电力营销更稳定、持续的发展打下基础。

1 电力营销的内涵分析

电力营销的内涵是电力企业在复杂多变的市场环境中,通过一系列与市场相关的经营活动,达到满足人们用电需求的目的,为消费者提供所需的电力产品和服务,从而达到电力企业盈利的目的。电力营销的实质是协调电力市场与消费者之间的供需关系,引导消费者养成良好的用电习惯,提高用电效率,从而提高电力企业的经济效益。

2 电力营销信息数据存在的问题

电力营销一般可以满足消费者的正常需求,但在现阶段,由于电力供应紧张,电力企业作为运营商,很容易自满,忽视消费者的深层次用户需求,但他们不知道危险正在悄然发生。

2.1 信息数据平台建立缺乏合理性

随着网络智能技术的飞速发展,信息技术在人们日常工作中的应用随处可见,各个行业在开展工作时也逐渐走向信息化。因此,电力企业逐步加强了信息化建设。虽然信息化给企业带来了极大的便利,但也存在一些问题和不足。信息化通过数据在互联网上工作,可以给大多数群体带来便利,但对老年人来说非常不便,未经培训的员工在投入工作后无法跟上正常的工作速度,这在一定程度上影响了工作效率,甚至可能出现数据丢失的问题,阻碍了电力企业的发展。

2.2 营销管理缺乏创新

市场经济体制的不断改革促进了市场需求的不断转化。在这种背景下,电力企业如果不能充分把握客户的精准需求,很快就会被市场淘汰,阻碍自身企业的发展和进步。有鉴于此,为了充分适应社会发展的要求,电力企业需要充分了解市场动态,不断优化自身的管理模式。例如,一些电力企业开展了相应的用电活动。如果企业不开展活动,就会引起客户不满,进而可能发生客户流失。因此,在此背景下,企业需要制定相同的优惠活动,并在其他方面给予客户优惠待遇,以便更好地留住客户,吸引新客户,提高企业的整体经济效益。

2.3 服务质量有待提升

目前,在消费过程中,大多数顾客不仅需要满意的服务,还需要消费的快乐和喜悦。鉴于此,电力企业需要更加重视服务质量,不断提高自身的服务质量,从多方面满足客户的服务要求,使客户充分感受到电力企业员工的尊重和热情,从而进一步提高自身的竞争优势。由于客户群是固定的,但业务不是固定的,电力企业需要更加关注客户,做好电力资源的售前售后服务,充分满足客户的需求,从而帮助企业获得更多的经济效益,促进电力企业的稳定发展。

3 大数据平台下进行电力营销信息化建设的应用策略

3.1 贯彻落实系统及数据的安全管理

电力营销信息平台的建设应具有高度的安全性。只有这样

才能保证平台中电力营销数据的安全。因此,电力营销信息平台主要由三部分组成:应用层、网络层和用户层。电力企业应在三个层次上进行科学的安全管理,并将其纳入电力安全体系建设。平台的建设和使用离不开计算机技术。在网络环境下,我们还应该注意网络病毒和黑客攻击等安全风险。企业要做好防范工作,通过安装杀毒软件和建立防火墙抵御恶意攻击,进一步保证数据的完整性和安全性。并对相关作业人员进行安全教育培训,不断强化作业人员的安全意识,培养基本的安全操作和安全管理知识。

3.2 高效整合信息资源

信息技术与电力营销数据的结合,可以使电力企业及时了解电力市场的发展趋势,获取有价值的信息。网络的普及降低了企业获取价值信息的成本,并借助信息技术完成数据分析和处理。在加工过程准确高效的同时,降低了加工成本,可以进一步提高企业的经济效益。因此,有必要有效地整合大量的信息资源。一方面,电力企业应加大基础设施建设,为信息资源整合打下良好基础;另一方面,要尽快建立网络体系,借助信息技术,完成数据信息的高效集成。

3.3 科学评估回收电费的风险

在大数据技术的支持下,当前电费回收的风险评估可以从定性和定量两个方面进行。借助大数据平台,企业可以访问用户的用电信息和服务记录,充分了解用户的支付能力和信用状况,客观评价用户信用。在大数据平台下,通过对电费回收风险的科学评估,可以准确识别电力营销过程中的风险,避免坏账,帮助企业实现资本回报。

3.4 普及掌上APP的应用

传统的电费支付方式要求用户在营业厅排队。这种方法不仅给用户带来不便,也给工作人员带来工作压力。如今,几乎每个人都在使用智能手机。随着在线支付功能的普及,手持掌上电力app的推广可以缩短与用户的距离。用户可以在应用程序的支付页面直接支付电费,进一步提高支付效率。在方便用户的同时,减轻了人工的压力,有效避免了员工操作失误造成的损失。同时,也为企业节省了更多的人力成本,改善了利益空间,进一步推动了企业电力营销信息化的发展,使电力营销信息化的建设卓有成效。

结束语:

综上所述,人们的生产和生活离不开电能的支持。电力企业要实现长远发展,必须与时俱进,借助信息技术提高供电质量和安全,搞好电力营销服务,提高客户满意度。基于大数据平台建立电力营销信息化数据平台,可以充分利用大数据技术的集成、分析、处理、存储等技术优势,实现电力营销信息化的发展。当然,在平台建设过程中,也要充分做好相应的安全管理工作,有效保障数据安全。

参考文献:

- [1] 缪崇云. 大数据平台下的电力营销信息化建设研究[J]. 信息周刊, 2020, 000(004): P.1-1.
- [1] 王慧慧, 李陈程. 大数据平台下的电力营销信息化建设研究[J]. 通讯世界, 2019, v.26; No.347(04): 204-205.