

浅析大数据背景下的电力营销管理创新对策

王晓阳

(内蒙古电力(集团)鄂尔多斯电业局乌审供电分局 内蒙古 鄂尔多斯 017300)

[摘要]随着现代社会的不断发展,大数据技术已经在各个行业之中得到了广泛的应用。对于我国电力企业而言,需要跟随时代发展的步伐,不断的进行改革创新。在当今社会中,城市用电的规模变得越来越大,以往所使用的电力营销方法已经不适应当今时代发展的实际需求。所以电力企业应当充分的利用现代化的大数据技术,改变以往的电力营销管理模式,跟随时代发展的步伐进行改革创新。因此,本文对大数据与电力营销管理的相关内涵进行了初步分析,从而也进一步的探究了电力营销管理中的主要问题,寻求在大数据背景下进行电力营销管理创新的有效策略。

[关键词]大数据背景下; 电力营销管理; 创新对策

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.179

前言

近年来,我国经济得到了飞速的发展,经济市场的规模变得越来越大,带动了我国各个行业的整体发展,但同时也给各个行业带来了非常大的挑战。大部分行业的市场竞争都变得越来越激烈,而电力企业为了在激烈的市场竞争中增强自身的市场竞争力,需要提高自身的电力营销水平。目前我国的电力营销管理水平普遍较低,存在着理论较多而实践性较差,电力企业的综合营销绩效较差等一系列的问题。为了推动电力企业的发展,需要充分的应用大数据理念和技术,将电力营销管理模式进行改革创新,推动电力企业的持续性发展。

一、大数据与电力营销管理相关内涵分析

(一) 大数据

大数据主要指的就是数据量非常的大,并且数据类型较为繁杂的数据集合体,如果使用的传统数据库来对这种类型的数据进行管理和处理,具有较大的难度。而使用现代化的大数据技术,就能够对庞大而复杂的数据进行有效的分析,并且对整个流程进行合理的优化。将大数据进行有效的应用,能够对捕捉到的各种信息进行加工而获取到增值信息。也就是说,通过对现在拥有的一些基本数据进行分析,而对未来部分行业的发展趋势进行科学的预测。建立起科学数据模型,通过输入新获取到的一些数据,就可以得到新的结论,能够给企业的发展提供科学的参考。大数据可以对体量大,并且类别繁多的数据进行快速的处理,将其应用到企业的营销创新之中,能够有效推动企业业务转型的发展。

(二) 电力营销管理理论

在电力企业运行过程中,电力营销是其中的一项主要业务。而电力营销主要指的就是企业根据外部市场环境变化状况给用户推荐企业的各种商品和服务,从而构建起质量高且时间长的供应关系。相对于一般的行业,传统市场营销而言,电力企业的市场营销具有自身独特的特点。第一,电力企业处于行业支柱性地位,所以具有较强的服务性。第二,在电力营销中具有较强的整体性。第三,电力营销管理中电网和电力供应具有较高的复杂性,因此就需要较强的电力营销管理的专业性和技术性。

(三) 大数据与电力营销管理的发展

大数据技术的发展给我国的电力营销带来了较大的发展机遇,同时也带来了一系列的挑战。将大数据技术进行灵活的运用,使得电力企业的整体经营管理水平得到了有效的提升,同时也推动了企业内部的机制体制改革,让企业服务有了新的发展思路,但同样的大数据技术的发展也对电力企业的智能化战略发展以及企业的运营方面有了更高的要求。数据技术的快速发展,给电力企业挖掘更多的市场有效信息,提供了大力的支持。

二、大数据背景下的电力营销管理创新对策探究

(一) 利用现代大数据技术,提升电力抢修的可视化程度

在电力营销管理创新过程中,需要把握住电力营销管理中的主要内容。电力抢修就是其中的重要组成部分,而构建起标准化运行抢修体系,是提升电力抢修可视化程度的基础。如果突然出现了配电网抢修的状况,那么通常所进行的流程就

是:供电企业先接到相关的报告电话,然后再给抢修中心安排相关的任务。平台就会根据具体的故障状况的具体描述,初步判断故障的类型,以及产生故障的原因。先派遣第一小队去到故障产生的现场,对具体情况初步的核查。然后就会出现两种状况:一种是如果是较为简单的故障,那么第一小队的工作人员就可以及时的进行故障排查处理,然后将具体的状况进行汇报。第二种是如果故障是比较复杂的,那么指挥中心就会安排第二小队工作人员到现场进行排查,并且进行初步的故障处理,将处理记录进行科学的汇报。而如果将数据进行可视化管理,那么就能够帮助电力营销人员对数据进行更加充分的认识,对社会用电进行科学合理的管理。

(二) 利用大数据建立模型,对线损状况进行精细化管理

在大数据背景下,为了适应时代发展的需要,电力企业需要将企业的电力营销管理模式进行创新,可以将大数据技术进行科学合理的利用。在线损管理方面,就可以合理的利用大数据技术,建立起全面的线损模型,通过模型就能够对整个企业的具体现存状况进行全面的观察。在日常工作开展中,相关的工作人员就可以将线损模型建立所需要的各种具体数据进行及时的更新,录入实时的数据,就能够对模型进行实时的修正。将构建起的线损模型使用到分析各个部分的电量计量管理方面,能够有效的提高线损精益化管理的整体水平,对整个电量计量进行全面而系统的管理,客观而具体的观察到各个电量计量状况。而对线损进行精细化管理,能够有效地提高电力企业管理的整体水平。

(三) 构建内部的数据库,进行系统化的电力营销管理

在将大数据技术实际的应用到营销管理之中,可以将营销中的各项数据以及资产寿命相关的数据、配电协调方面的数据进行有效的融合,从而构建起现代化的大数据营销系统。比如说,可以通过利用GIS技术构建起整个城市的配电数据库,然后将这些数据进行分析整理转化,成为具体的矢量图形,有利于保障数据的完整性以及精确性。在数据库之中,可以对用户以及接户线资产进行全面而系统的管理,能够有效地提高营销的效率。在整个电力数据系统之中进行电网操作以及运行管理,能够让电力营销管理变得更加的方便快捷。

结束语

总的来说,现代社会在不断的发展进步,各项科技也根据企业的实际需求,在进行完善与发展。相信在未来社会发展过程中,大数据技术将会变得更加的完善。而面临着越发激烈的市场竞争以及社会发展实际需求的改变,电力企业需要紧跟时代发展的步伐,将大数据的管理理念和技术充分的应用到实际的营销管理中,推动电力营销管理的创新发展。这样才能够有效的改变电力营销工作中存在的一些问题,不断的探索新的营销管理方法,为电力企业的长远发展奠定良好的基础。

参考文献

- [1]徐磊,侯秀双.如何构建电力企业营销管理创新[J].黑龙江科学,2018,5(6):141.
- [2]刘珊,供电企业电力营销管理创新对策探讨[J].中国新技术新产品,2018(17):144-145.