

# 大数据背景下的电力营销信息化建设研究

闫 帅, 薛耀冰

(国网宁晋县供电公司, 河北 邢台 055550)

**摘 要** 电力企业运用大数据来开展高效电力管理工作, 改变传统的营销模式。大数据的出现改变了人们获取信息的方式, 使得信息更加准确, 同时也给传统的电力企业营销工作带来巨大挑战。大数据的出现, 给企业提供了很多契机, 也给企业的发展带来了更多可能, 在电力营销信息化建设中更是如此, 在先进计算机系统及软件的支持下, 能够有效提升电力工作者的工作效率, 促进电力企业向现代化、智能化迈进。但是, 由于大数据时代下人们对用电信息需求越来越高, 使得电力企业面临着新的挑战。所以, 本文对大数据背景下电力营销信息化建设重要性和问题进行研究和分析, 在此基础上提出优化策略。

**关键词** 大数据; 电力营销; 信息化建设

中图分类号: F274

文献标识码: A

文章编号: 1007-0745(2023)04-0073-03

近些年来, 信息技术不断成熟和运用, 给我国经济和社会发展生态环境造成了巨大冲击。在此背景下, 信息技术逐渐渗透于各个行业之中, 并发挥出巨大的作用。信息技术的不断融合, 给社会各行业的发展带来了强大的技术保障, 促进我们的社会向信息化方向发展。在这样的背景下, 电力行业也面临着全新的改革和挑战, 只有不断提升自身的技术水平才能满足现代化社会对于电力能源的需求。传统的电力企业已经无法满足社会的需求, 为了实现可持续发展目标, 必须进行改革和升级。基于大数据的发展, 建设信息化电力营销体制, 能够明显提高电力营销服务质量, 给电力行业的发展带来了新鲜的血液, 提供了崭新的发展思路。

## 1 电力营销信息化建设的必要性

现如今, 电力作为公共事业基础支持与保障单位, 若不跟上时代发展步伐, 维护传统的观念与现状, 必然会导致行业 and 用户无法进行有效的衔接, 若无法与用户进行有效衔接, 将严重影响用户使用产品的质量, 对用户工作、生活造成了很大不便, 与此同时, 还会对整个国家科技发展和建设工作产生影响。所以, 在当今信息科技飞速发展的今天, 与使用者自身科技发展相结合, 通过采用更有效的方法, 提高其经营和服务能力, 从本质上讲, 是企业本身得以高效运行与发展的保证, 是当前时期较为高效的业务管理方式之一。通过打造电力基础, 无论是生活环境, 还是工作环境, 都发生了很大的变化与改善, 让大家从日常点滴中看

到我国电力事业发展与进步的轨迹。从某种程度上说, 我国的经济建设离不开电力的支撑, 电力的发展带动了其他行业的进步。在我国电力行业中, 电力营销工作占据着举足轻重的地位, 是确保我国电力行业全面工作质量至关重要的一个环节。随着经济的发展、科技的进步, 人们对电力的需求不断增加, 而电力作为一种特殊商品, 其在使用过程中存在一定风险和不可控性, 所以需要加强电力营销工作管理。电力营销一般是指电力企业根据电力市场实际状况所进行的一系列运营活动, 保证针对消费群体的优良服务和商品。随着经济全球化趋势的发展以及市场经济体制改革的深入进行, 人们对于用电的要求也在不断提高, 而作为供电企业的电力营销工作就显得尤为重要。电力营销的终极目标还是为了给电力企业带来更好的经济效益, 但是, 传统电力营销工作已不能适应社会的需要, 所以, 对电力营销工作进行创新与改革已是社会发展的必然趋势。通过宣传运用电力营销政策, 极大地增强服务企业的准则与能力, 还使电力部门得到广大用户, 给电力企业带来更好的经济效益。

## 2 电力营销信息化建设现状

互联网技术的崛起让各行各业开始走向了信息化发展之路<sup>[1]</sup>, 信息化管理以及大数据平台应用于电力营销中所取得的成效, 充分反映了大数据助力企业经营管理工作的功能, 通过搭建并利用大数据平台, 促进与变革企业经营管理工作, 其重要性不言而喻。随着信息技术的快速发展, 电力企业的管理水平得到了一

定程度上的提高。但是,由于经营理念,信息化发展认识上的原因,造成具体工作时信息化工作发展不够全面等现状。通过全面收集、整理资料、录入工作设立一个基本数据库,才能够使后期的工作进行得平稳、精准、完美。但是,在当前信息化建设的工作当中,由于对于信息化建设的概念理解不到位,引发了大数据平台基础建立时信息搜集不足、搜集错误等问题频发,严重影响了大数据平台的应用成效。在当前时代下,我国社会生产力水平得到很大程度上的提升,为我国国民经济带来巨大推动力,同时也推动着我国电力行业的不断改革和创新。随着社会经济水平的不断上升,人们的生活方式也发生了很大变化,对用电的要求也越来越高,这就导致电力市场的竞争更加激烈。通过对电力营销进行宣传,合作用户增多,使电力企业各方面对信息整理、经营服务等任务压力显著增大,大大降低了工作效率,严重影响用户服务质量,与此同时,还影响电力企业经济效益收入。基于这一环境背景,切实解决并改进工作不力之处,提高电力企业运营能力,同时依托现代化科学技术手段,以适应未来企业经营发展需要的观念驱动,利用现代化信息技术——大数据技术,开展电力营销经营与管理,提升工作效率和用户服务质量,是开展电力营销工作,促进电力行业发展必须开展的有效工作。

### 3 大数据环境下电力营销信息化发展战略

#### 3.1 建立信息化营销的观念,搭建现代化网络信息平台

电力行业的信息化建设不断深入,力求在这场由数据带来的重大变革中寻求发展<sup>[2]</sup>,因此,要从内部建立信息化营销的观念,用理念引领实践,促进企业朝着信息化的方向前进。其次,需要结合企业实际情况进行信息化建设。商家也要清醒地看到,信息化管理的思想不局限于市场营销部门,企业内部的每一个职工都应该认识到,在大数据背景之下,信息化发展对于企业来说具有举足轻重的意义。只有这样才能使企业管理者真正理解信息化对于企业未来生存与发展的重要性和必要性。以市场营销部门为例,强化人员信息化管理,可以确保新的管理模式的顺利实施,进而促进企业营销管理由传统形态向信息化管理形态的过渡。因此,企业管理者必须高度重视信息化管理建设工作,将其作为企业未来发展战略之首。实施信息化管理模式之后,企业应该抓住这一机遇,进一步拓展业务空间,增强自身竞争力。企业要通过提升自身营

销管理水平来促进自身的长远发展,从而实现企业与市场的良性互动。抓住电力企业优势,结合电力客户具体要求,对有关信息系统进行综合详细的设计,适应企业与客户双方的要求。信息系统平台投运以后,信息系统的应急预案应逐步完善,包括信息系统日常使用与维护以及突发事件应急预案,给电力营销信息管理带来更加有效的效率、更加方便优质的服务。

#### 3.2 对相关信息技术进行革新

企业为了更好地适应社会和人民群众的需要,建立以企业整体效益为中心,适应市场需求的电力营销体系对电力行业发挥着巨大的作用<sup>[3]</sup>。企业必须不断地与时俱进,采用合理技术,并且不断地把科技加以革新,才能更加高效地利用信息技术,切实开发电力营销这个行业,使企业经济收益最大化。

目前,我国大多数电力企业都已经实现了信息化管理,但仍存在着一些问题需要解决。可将网上缴费功能添加到相关软件中,这样就有效地节约了人的时间,给人民群众带来了较大方便,这样还可以更高效地对信息建设全过程进行优化。

另外,相关人员还要做好电力营销工作中各项管理工作的落实,加强对于工作人员技能的培训力度,提升员工综合素质水平,进而使他们能够适应信息化时代发展的潮流。由于现代科技发展较为迅速,在当前市场经济条件下,我国的电力行业面临着激烈的竞争环境,所以电力企业开展信息化建设的时候,要按市场要求,推动科技发展。通过对电力营销的管理方式以及管理模式进行创新,提升管理水平,使其符合现代化发展需求,提高供电服务质量和水平。保障电力营销信息化发展,适应时代发展需要,才能实现可持续发展。电力企业在开展信息化建设时要注重与客户之间建立良好的关系。在开展信息化建设的同时,也要扩大已有业务,拓展企业产业链,实现行业增值服务。在进行信息化的过程中,必须注重人才的引进工作,提高工作人员的综合素质,加大对信息技术的研究力度,不断优化企业管理。在开展信息化建设的同时,才能产生最佳经济效益。

随着互联网的不断普及,电力企业能够通过通过对相关软件进行研发与运用,以后台为技术支撑,从顾客实际要求出发,为顾客提供更全方位的服务。在信息化建设过程中,对客户的需求以及自身的情况有充分的了解,这样能够保证信息化建设工作顺利开展。顾客可通过应用软件在线缴费,在缴费上更有效率、更

方便,也能够对信息化建设过程进行优化。在技术的应用中,也可借助大数据技术,使数据信息自动化输入,保证信息数据的使用过程更全面、更精准,推动了其系统性发展,同时也可以提升业务办理效率。

### 3.3 优化用户信息管理模式,完善人才培养计划

营销服务信息化的建设管理是电力企业创新发展的重要支撑和技术手段<sup>[4]</sup>。其中,优质服务作为电力完整产品中的一个重要环节,以用户为中心是电力企业发展战略之一,也是企业提升服务水平,增强市场核心竞争力的必然要求。对用户的需求迅速做出反应,继而增强电力企业竞争力,提升用户满意度,对市场需求进行预测。电力市场营销工作是一个长期且复杂的工程,其最终目的就是为了实现企业经济效益最大化,所以电力营销服务水平直接影响着电力企业的发展速度以及市场竞争能力。电力营销业务是一项复杂而系统的工作,需要不断地提升自身服务水平才能满足客户的要求。运用大数据分析技术,分析电力企业的人才管理的内容,在营销的过程中,试着一边培育人才,一边构建用电客户大数据分析体系,掌握用户的情况和意见,对有关重要的数据内容做出总结。信息化建设的进程,这就要求我们在信息化过程中,要不断提高自己的知识与技巧,不断总结,提高信息基础的水平,让大数据发挥更大的功能,电力营销工作也将得到更完善的发展。通过这样的方式来实现电力企业与客户之间良好的沟通,更好地服务于企业,服务于用户。

### 3.4 增强系统建设科学性,适时评测与反馈

首先是对企业资源进行合理的规划,营销信息管理系统的应用,能够增强企业内部信息的沟通与共享,使企业内各种可用资源得到统一配置。同时通过信息化手段来优化企业生产运营模式,提高企业市场竞争力。同时,对每一个环节的产品质量进行控制与监管。借助互联网技术进行营销信息管理,提高了工作效率,降低了成本投入。优化电力市场营销体系,利用信息技术加强信息交流与共享。重视数据资源整合,增强电力营销的针对性。电力营销信息化建设过程中,大量数据信息的使用是必要的,因此,在这一过程中,要确保信息数据输入准确。在电力企业中应用数据挖掘技术,能够实现对于客户用电特征以及用户需求等方面的分析。记录用户以前的用电负荷和习惯,再根据企业实际,向用户提供更适合的电力营销功能,为

顾客提供便利。通过这样的方式能够让电力企业与客户建立起更为紧密的关系。同时在目前的大数据背景下,也可在总结以往经验的基础上,有效地预测并评判顾客需求,在反馈过程中,更符合顾客要求。通过这种方式,能够将客户与供电公司的关系变得更紧密一些。这样可以有效地加强区域间的连接与沟通。另外,电力营销系统中的电力用户信用管理,对于电力营销人员来说是一个非常重要的问题。对回收电费进行考核,才能够确保电力营销业务能够真正获得电力用户满意。通过对电力用户进行准确的评估,有助于提高电力企业的经营管理水平,为其带来更多的经济收益。在这样的环境之下,电力部门可以准确把握客户用电行为,从而为供电企业制定合理的电费回收策略提供参考依据。

## 4 结语

综上所述,大数据技术分析手段将被大量应用于电力企业的市场营销当中,其主要是运用大数据多元化、海量、快速以及身价高的特点,多方突出大数据对于电力市场营销的特殊性。通过应用大数据分析技术手段可以为电力企业带来更好的经济效益,同时也能够推动电力企业不断向前发展。尽管目前实际施工过程中仍然存在一些问题,比如,数据信息间的关联不够密切,建设机构简单,各地域间存在着很大的差别。由于大数据时代下信息技术应用范围广泛等原因,导致在建设过程中也面临着一些新的挑战。但只要施工过程中切实做到技术改进和创新,建构一个完整信息框架,并且及时反馈处理问题,可以逐步解决其中存在的问题,进一步推动我国电力营销工作的开展与推进。

## 参考文献:

- [1] 宁元.大数据平台下的电力营销信息化建设研究[J].科技风,2020(15):112.
- [2] 葛一统,向锋铭,余桂华,等.大数据背景下的电力营销信息化建设研究[J].综合智慧能源,2021(01):76-82.
- [3] 李芳.内蒙古电力公司电力营销信息化建设升级研究[D].天津:天津大学,2016.
- [4] 臧国栋,李英超,吴燕.浅谈电力营销信息化管理[J].城市建设理论研究(电子版),2021(34):77-78.