

基于大数据技术的电力营销策略分析研究

宋琳

(国网河北省电力有限公司赵县供电分公司, 河北 石家庄 051530)

摘要 大数据技术的应用与发展为人们的生活带来了便利,并为各行各业生产经营活动提供了技术上的支持。现如今,大数据技术已成为当前时代的主流发展趋势,对于电力企业而言,要想稳固发展就离不开科技手段的支持,有利于提高营销效益。而在大数据技术背景下,电力营销不仅仅是自身快速发展的手段,也是保证各项经营活动能平稳进行的关键。因此,本文基于大数据技术对电力营销展开分析,并提出有针对性的对策,以期对保障电力营销工作有效开展有所裨益。

关键词 大数据技术; 电力营销; 云计算技术; 物联网技术

中图分类号: F426

文献标志码: A

文章编号: 2097-3365(2024)10-0067-03

随着数字化时代的到来,数字技术在各行各业的应用范围越来越广,其中电力企业依靠大数据有助于降低能源损耗,提高资源使用效率。具体来说,电力行业是我国国民经济发展的重要支柱产业,同时在生活中也有着举足轻重的地位,为更好地满足广大电力用户现实需求,企业应注重电力营销,借助大数据技术手段实现各个环节经济化发展的目的。大数据技术应用是行业未来发展的必然趋势,对企业今后营销具有深远影响,为此,企业必须充分重视大数据技术的应用。

1 大数据技术的概念

大数据技术源于 19 世纪末,在美国被提出并发展至今,到目前为止的发展足以证明其价值是深远的,该技术主要表现为“4V”的显著特点,体现在大量、高速、多样、价值。其中价值是指能为社会和各行各业带来的经济价值,大量则是指其具有大量的储存,各数据被高效地处理可降低故障发生的概率。大数据又被称为巨量资料,可在合理时间内为企业经营决策带来更精准的数据支持,同时也有一定的特点。如,数据量巨大,因为来源渠道比较多,同时数据类型是多样性的,获取数据的速度非常快。大数据技术的运用也见证了国家科技发展之迅速,随着时代的变迁,使得电力企业运营也发生了革命性改变,企业要充分了解何为大数据技术并加以有效利用,可为自身带来巨大的经济效益。

2 大数据技术对电力营销的价值

2.1 推动电力企业精细化发展

现阶段大数据被人们熟知,也被应用到社会和各行各业中,其重要性是不言而喻的。而随着人们生活

水平不断提高,对电力营销工作要求越来越高,对于电力企业而言,在电力营销中仍会遇到困难,如何更好地为人们提供电力服务要求企业基于大数据技术对营销进行创新,要充分认识到大数据技术在电力营销中的价值并加以利用。在传统电力营销模式中存在着一些弊端。如,营销信息分析不全面、不到位影响电力企业营销工作进一步落实。随着大数据技术的迅猛发展,在电力企业工作中的应用越来越广泛,也正是此技术的出现,为营销人员工作提供了很大的便利,在具体工作中可以借助大数据技术将复杂的营销工作拆分成细小的分块,利于实现精细化工作的目的^[1]。同时,在工作期间营销人员也要更新理念,要深刻认识到大数据技术发展已经成为企业今后工作的必然趋势,在具体电力营销数据采集、分析、整理、保存等工作时可使用大数据技术高效完成。另外,大数据技术的应用还可为后期营销提供技术上的支持,工作人员应深入并加大对大数据技术应用的分析,切实实现电力营销精细化工作目标。

2.2 提高电力营销效率

电力企业现阶段发展速度越来越快,其业务已经渗透到各行业领域中,影响力非常大,不容小觑。同时,大数据技术的出现对企业电力营销带来了挑战,以往营销中会因技术手段落后无法提高工作效率,其根本原因是由于工作人员所采取的营销方法滞后,加之缺少对员工的有效激励,不利于激发和调动员工工作积极性,间接影响了电力营销工作的进一步落实。因此,为了弥补传统营销上的短板,电力企业应在大数据环境下巧妙地运用现代科技手段优化营销方法,营销是企业发展的重要环节之一,落实到位与否关乎

企业生死存亡，因此，企业要注重对工作人员的激励，根据工作情况采取有效奖罚，做到奖赏分明是激励员工上进最好的手段，通过齐心协力推动营销更加科学化、完善化。当然，营销人员也应对现有营销模式创新，摒弃落后手段，可使用大数据技术、云技术等为营销工作带来技术上的支持，切实提高营销效率。

2.3 帮助企业了解市场需要

面对日益激烈的市场竞争环境，电力企业要想得到一丝喘息，就应制定科学的营销战略，以期更好地立足市场经济环境下^[2]。电力营销在自身经营中占据重要的地位，现阶段随着社会主义市场经济体制的不断完善，大数据技术的应用也掀起热浪，为各行各业发展带来一定的支持，保证经营朝着更智能化的方向发展。而要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，电力企业可借助大数据技术及时掌握市场需求，并根据需求对现有营销方案进行优化，对于工作上的不足应充分重视起来并加以整改。同时，借助大数据技术可实现实时跟踪和分析市场情况的目的。在传统电力营销工作中，因缺少对市场需求的把控，在具体工作过程中存在数据信息缺乏真实性的现象，所以企业应对营销模式进行改革和创新，通过应用大数据技术确保数据信息真实性，降低营销难度。另外，在对市场需求分析过程中，可借助大数据技术实现数据资源实时共享的目的，有利于提高数据信息利用效率。

3 大数据技术的电力营销策略

3.1 大数据技术

就大多数电力企业而言，传统营销工作上存在着问题，因技术短板而无法达到理想的营销目的，而且如今大数据技术被广泛应用于企业中，科技的引入更有利于工作高质量开展。在具体电力营销中应利用大数据实现高质量工作的目的，大数据技术应用能准确传递数据信息，为电力营销决策工作带来理论数据支持。而营销人员要更新理念，树立大数据技术应用意识，对用户用电行为和用电规律进行分析。大数据技术更有利于营销工作数据信息收集，并根据这些信息制定更科学合理的营销方案。电力企业在国民经济中占据一席之地，如何拉近与用户之间的关系？可借助大数据技术加强用户管理，是降低成本、提高经济效益的关键技术。同时，大数据技术可让领导层人员及时掌握全面且真实的营销信息，对于客户反馈的问题要及时处理，通过发挥大数据技术的专业优势和精准优势提高客户满意程度。电力营销工作人员做好数据分析，以便更好地掌握营销业务工作开展的实际情况，

同时对新型业务等工作质量指标也同样需要监督。如，营销时企业可进行有针对性的产品和服务推广，借助大数据支持将服务范围扩大，常见应用领域包括智能家居、智能电表等服务，极大地满足了不同用户的需要，而大数据技术在分析用户耗能上效果显著。譬如，对于耗能大的用户提出节能方案，进一步提升服务水平及客户满意度，切实为电力企业电网安全可靠高效运转提供保障^[3]。

3.2 云计算技术

大数据的发展可促使我国电力企业快速发展，人们的生活质量提高，对电力企业的要求也提高，如何更好地服务于人民群众要求电力企业做好电力营销工作。以往在营销过程中缺少现代科技支持致使工作不完善，现有信息系统不全面，在大数据背景下很难为自身进一步发展夯实基础。现阶段时代的快速发展，电力企业开始认识到大数据技术应用的重要性，其对电力营销工作所带来的促进作用不容忽视，为进一步落实营销工作，营销工作人员应利用云计算技术处理数据，是保障数据高效处理的关键。电力企业发展规模的扩大使所需要数据量变大，若使用传统方式去处理数据并不能做到快速高效，而利用云计算技术可将数据储存在客户端，换言之，它是指将硬件、软件、网络等资源融合在一起的一个技术支出，引入营销有利于实现数据的精准计算、储存、处理和共享目的^[4]。电力营销作为电力企业发展中不可忽视的重要一环，营销人员要改变以往工作模式，利用云计算技术做好营销各项工作。云计算技术的应用成为企业营销的重要支撑，不同于传统模式，其可通过宽带、网络以储存虚拟化等系统快速分析电力数据，对于营销人员来讲，还要利用云技术实现营销服务一体化的目的，这是电力企业今后发展的必然选择。在营销工作中，针对潜在数据问题要及时处理，利用云计算技术对风险进行有效识别，而营销人员可借助云技术更好地掌握市场动态和客户需求。

3.3 物联网技术

电力企业在市场中的地位不言而喻，但随着大数据技术的快速发展，为人们的生活带来了极大的便利，与此同时，企业所面临的挑战也越来越大。在现代科技的冲击下，营销潜在的弊端也逐渐暴露出来，为进一步推动我国电力企业可持续发展，营销人员应注重物联网技术的应用，其起源于传媒领域，主要是通过信息传感器实现信息交换和通信的目的，现阶段被广泛应用于行业生产经营中。借助互联网技术可获得更精准全面的数据，也可实现实时对现有电力设备运行

情况进行监测的目的。而电力企业的发展离不开电力设备的支持,但很多设备在长时间运行下可能会出现问题导致生产运作停止,为了保证生产,运营人员应更新意识,充分认识到物联网技术应用的重要性,必要时利用物联网技术对现有电力设备进行全方位的监测,针对潜在问题设备要第一时间处理,同时针对营销工作不够科学细致化的问题要及时处理。如,在电力设备中安装感应器,当运作设备出现故障时会及时发出警告,让工作人员及时发现,通过处理保障各电力系统恢复正常。同时,电力企业可借助互联网技术打造微商营销平台,为人们的生活学习和工作带来更大便利,人们的生活离不开电力资源,各行各业的发展也需要电力,而构建微商营销平台是电力企业未来发展的趋势,工作人员通过将物联网技术应用到电力营销中,可突破以往营销的局限性。另外,要充分借助微商营销平台向广大消费者提供全面线上服务,实现对客户消费行为精准分析统计的目的。营销期间,营销人员只需借助微商营销平台,即可快速掌握每一个用户实际用电情况,针对营销中的不足也能提出有针对性的整改策略。可见,物联网技术为电力企业营销所带来的巨大影响,有助于提高电力营销工作的质量,促进电力行业更为长远的发展和进步。

3.4 优化电力营销平台

大数据时代的到来对传统电力营销带来了冲击,为此,电力企业要想在市场竞争中始终保持优势,需要注重技术应用。随着市场大环境的变化导致电力企业市场也发生变化,以往在电力营销中因技术短板、平台缺失导致营销不当,未能始终与市场发展保持一致,为改变现状,企业应对现有营销平台进行优化。因此,需要完善电力营销信息化建设体系,为营销平台的运转提供支持,进一步实现对数据有效优化配置。同时,应强化人员大数据技术的培训和考核,打造一支专业的技术人才队伍,有利于营销平台的稳固运行。电力营销平台内部数据较多,需借助大数据整合数据资源,而且领导层人员更要加强对营销平台运营的把控,对于潜在风险应有效识别,切实为用户提供专业化服务并满足客户需求^[5]。借助电力营销平台,进一步实现对内部电源装置有效控制的目的,实现高效节能目标。电力企业的长久发展需要电力营销平台的支持,营销人员应立足于企业对营销平台实施系统化工作,同时为了使各项营销工作变得更加轻松,营销人员可借助平台判断客户现金流是否符合照常缴费的标准。而且为顺应大数据时代发展趋势,领导者要做到与时俱进,不断转变传统营销模式,使用电力营销平

台实现优化营销工作。平台作为企业与用户之间沟通的桥梁,其作用非常之大,需提出合理的改进措施对营销进行优化,以便更好地服务客户和应对激烈的市场竞争局面。如,营销人员日常可通过手机 app 实现对电力配电图进行实时查看,还可通过手机连接实现对电力参数查询、视频监控目的。另外,在营销期间,电力企业还需要注重对个性化产品的推广,这也是有效营销的一种手段,这就要立足于用户实际需要,对现有营销渠道进行拓宽,除了传统意义上的线上营销渠道外,还可以通过抖音、短视频、快手、多媒体等互联网平台增强与用户互动;必要前提下还可以通过举办线上活动让更多的用户参与到自身营销中。同时还应完善售后服务体系,为营销提供后盾支持。比如,可通过建立快速响应机制和优化投诉流程提高用户满意程度,要保障整个电力营销平台售后服务到位,以期为广大用户提供更多服务。因为在用户用电期间难免会出现问题引发投诉,此时应确保服务体系的完善性,为电力用户提供快捷专业服务。同时,对现有的产品也要不断优化,只有让用户满意,企业才能获得更大的利润空间。

4 结束语

大数据的飞速发展,为各行各业生产经营带来机遇的同时,也面临着挑战。对于电力企业而言,为将自身在市场中的优势凸显出来,应将大数据技术应用在各个经营环节中,深入分析电力用户的用电行为,借助大数据技术掌握客户用电行为及用电需求等数据,并且要在了解客户用电基础之上对现有的营销方案进行优化调整,对于潜在的风险应做好及时把控,利用大数据技术进行实时监督和分析,从而规避风险,实现资源优化使用的目的。大数据技术的引入可让营销策略变得更加智能化,为企业今后的健康发展奠定基石。

参考文献:

- [1] 唐洁, 郭岱琦. 基于大数据的电力营销技术应用 [J]. 集成电路应用, 2024, 41(05): 413-415.
- [2] 许晶. 基于大数据环境的电力企业营销管理创新策略 [J]. 现代企业文化, 2024(13): 28-30.
- [3] 孙小雯, 李均家. 基于大数据的电力营销创新策略 [J]. 电子技术, 2023, 52(09): 184-185.
- [4] 孙艺珍, 杨帆, 杨静文, 等. 基于大数据的电力营销管理创新研究 [J]. 集成电路应用, 2019, 36(12): 74-75.
- [5] 左明松, 龙作. 大数据环境下电力营销管理创新研究 [J]. 计算机产品与流通, 2018(10): 77.