

Exploration on the Information Construction of Electric Power Marketing under the Big Data Platform

Hai Yu

Huadian Luntai Thermal Power Co., Ltd., Urumqi, Xinjiang, 841100, China

Abstract

For power enterprises, power marketing is of great significance to their development, will have a direct impact on the operation of enterprises, and is also closely related to social development. The traditional power marketing model can not meet the current needs. Based on this, we need to pay attention to the information construction of power marketing under the big data platform to create a good environment for power marketing.

Keywords

big data; power marketing; information construction

大数据平台下的电力营销信息化建设探究

于海

华电轮台热电有限公司, 中国·新疆 乌鲁木齐 841100

摘要

对电力企业来说, 电力营销对其发展意义重大, 会对企业的运营产生直接影响, 还与社会发展密切相关, 传统的电力营销模式已经无法满足当前需求。基于此, 需要重视大数据平台下电力营销信息化建设, 为电力营销创造良好环境。

关键词

大数据; 电力营销; 信息化建设

1 引言

随着信息化时代的发展, 提高数据利用率能够促进电力营销的信息化建设, 大数据平台是对计算机技术、物联网、通信技术等的综合利用, 达到数据整理与处理的目标, 便于用户对数据的使用与操作。此外, 提升人员对数据的主动控制性, 从而优化电力企业部门相关工作流程, 为电力企业的经济运营与营销活动创造更好条件, 提升利润空间。对于电力企业来说, 电力营销大数据平台的建立就是以智能化为背景, 针对数据信息的内容进行有效地控制与管理, 进而提升营销平台的整体质量, 做到服务提供的专业化。

2. 电力营销大数据平台的特点

2.1 容量大

随着互联网技术的不断发展, 数据、信息等有了更快的传播速度, 呈现出指数型的增长趋势。对于电力企业来说, 这既是机遇又是挑战, 他们在对数据进行收集与处理时需要

面对更大的工作量。基于这一现状, 电力营销大数据平台就出现了容量大的特点, 与传统模式的数据库相比, 信息时代需要更强承载能力的数据库才能满足成指数增长的数据量要求, 通过物联网特性的应用, 数据也逐渐由过去的结构化向着现今非结构化的方向发展, 所呈现的数据形式规模更加巨大, 内容更加丰富^[1]。而大数据营销平台需要处理的资料文件更多呈现出 GB、TB 级, 因此作为电力企业为了实现有效的信息管理, 需要重视大数据平台的完善, 以此来应对大数据海量与多样的特点。

2.2 实时性强

大数据背景下电力营销部门的信息流动性较强, 技术人员为了保障在合理时间范围内对不断增长的数据进行妥善处理, 需要实时对其进行监管, 这样才能够保障电力营销部门的正常运转。信息技术的融合使得电力营销部门运维手段发生了改变, 大数据平台下的营销过程具有较强的实时性。在竞争激烈的当下, 为了更好地开展电力营销工作, 技术人员需具备较强的专业能力, 不但需要针对现存的技术问题进行及时改善, 还需要以更加快速的方式处理各种数据信息, 提高电力营销工作效率。这使得整个电力营销部门在供

【作者简介】于海(1988-), 男, 中国山东威海人, 本科, 中级经济师, 从事电力市场营销研究。

配电、售电等环节需要各个部门技术人员具有一定的协同工作能力,进而能够更好地提升企业内部管控能力。此外,工作人员还需具备一定的信息化技术手段。面对错综复杂的数据,工作人员不能只依靠大数据平台进行数据处理,还需要根据实际情况作出一定的判断。因此,电力营销部门基于大数据平台开展营销工作需要技术人员具备较强的专业能力和信息技术能力。

3 基于大数据平台的电力营销信息化建设

3.1 强调资源整合,提高营销针对性

在数据处理工作中,数据整合是非常重要的内容之一,是电力营销信息化建设需要完善的核心点。对于电力企业来说,需要重视人员的专业化培训,提升人员的专业知识储备,强化其数据分析处理能力,并在工作中逐渐养成良好的职业道德修养。在当前社会中,工作人员不仅需要强大的技能与知识储备,还需要有良好的精神与态度,能够用饱满的情绪面对每天的工作。以监管电力营销部门各大用电客户近期用电需求活动为例,技术人员不能只通过大数据平台的数据处理报表作为考量,每位用电客户不同周期的用电需求不一致,电力营销工作要想更好地开展,首先需要对该用电客户近些年整体用电需求以及用电情况进行综合判断,考量该客户在未来时间周期内是否能够为本公司带来一定的经济价值。在对信息进行传播时,应当重视多元化渠道的开拓,保证数据传输的准确性,对于电事管理而言,要重视企业与客户之间沟通关系的建立,为电力营销工作的开展提供保障。此外,电力企业还需要重视集团内部的监督控制,发挥出应有的监督与检查作用,对数据整合工作中存在的不足及时指出并予以完善,提升后续工作的准确率。因此,在电力信息管理中只有不断强化大数据的管理力度,才能更好地发挥出电力营销的作用。

3.2 注重数据分析,合理避免业务风险

创新创造是当前企业发展的重要动力。电力企业重视数据分析能够帮助企业合理避免业务风险,探索业务开展新思路。电力营销中售电是非常重要的工作环节,借助大数据平台能够实现更有效的数据分析,数据呈现更为客观直接,便于营销人员的数据使用。此外,通过数据还能对用电客户市场做出详细分析,划分用电高峰区域,进而准确了解地区的电力需求情况,做到电力营销工作选定客户的精准化,避免业务风险的出现,让不同客户的用电需求得到最大程度满足。借助大数据还能对输变电情况进行规划与预测,及时发现供电问题,促进电力营销平台信息化建设的进一步推进。

3.3 重视安全建设,提升行业竞争力

电力营销大数据平台是以数据为基础所构建的,其安全性能会直接影响到使用情况,只有具有较高的安全水平才

能保证后续工作的有序开展,避免出现数据、信息丢失等现象,为企业的良性发展保驾护航,提升企业在行业中的竞争力。通过营销平台的构建能够在数据库管理中应用安全技术手段,更有效地预测与防范风险,对于信息化建设中潜在的漏洞进行发掘与补充。此外,完善供电系统的应急措施能够减少因意外停电造成的损失,做到故障的有效预测,提升故障处理能力,并在事故发生后做好数据分析与数据保留工作,用最短时间恢复正常供电,提升平台的安全性,实现平台的稳定运行,为企业营造良好的社会形象^[2]。

3.4 重视系统推广,提升企业影响力

大数据平台在积极地推广下能够实现更快速的发展,促进电力营销信息化建设,在企业内营造良好的工作氛围,并逐渐提升电力企业的社会影响力。电力企业在服务中,需要重视营销人员技能培训,通过专业化服务培训提升其个性化服务能力,让客户的需求得到满足,还能通过信息化平台提升客户服务质量,实现业务的有效宣传,为客户提供详细且专业的推广讲解,提升电力营销的有效性。当出现某些突发事件时,借助大数据平台能够更快速找出最适宜的解决方式,在用户中树立起可信用度高、执行能力强的企业形象,吸引更多的优质客户,为企业创造更加丰厚的经济效益。由此可知,重视系统推广对信息化平台的建设有着重要意义,对企业的长远发展同样有着巨大影响。

3.5 优化配网停电管理

限电、临时停电、故障停电等是生活中常见的配网停电。借助大数据平台能够对停电区域进行全面分析,找出停电原因。对于故障停电可以做出初步的故障排查,最大限度地降低因停电造成的经济损失,通过对电网运行情况及设备检修情况进行系统化分析,能够更好地统计出本次停电所造成的损失以及停电的影响范围,进而选择出最优化的电网综合停电方案。通过对比筛选出最佳的停电解决措施能够实现资源的合理配置,促进电网综合停电精细化管理的落实。除此之外,对停电情况进行全面分析还可以实现多元化的电网管理目标,以充分的数据作为依据能够提高决策的合理性,均衡工作量设置合理的目标参数,做到供电的可视化管理。

3.6 加强技术人员管控意识

大数据平台下的电力营销方式较传统营销方式虽具有较强的便捷性,但由于信息数据的实时性特点,因此企业技术人员在日常工作中应着重强调数据的实时管控措施^[3]。实时管控主要分为两个方面,一是对于用电客户发生数据故障时技术人员是否及时发现并修复,二是针对现有的电力营销数据,技术人员是否能够保障其真实可靠性和安全性。

因此,企业管理人员需要为技术人员提供一定的业务培训,并建立电力营销数据监督部门。例如,针对某地区近

一年来的电力营销数据,倘若管理人员需要进行查看,那么该数据上传工作不但需要工作人员进行操作,还需要监管人员通过大数据平台进行实时监管,防止工作人员进行暗箱操作,或由于工作人员操作失误导致部分信息没有被正确上传。同时,监管人员需要在大数据平台中建立监管功能区,对于未来所有的营销数据,监管功能区都会通过预留备份的方式保留其重要信息。不但能够防止电力营销企业出现监管漏洞,还能够优化营销工作,为企业提高经济效益。

4 结语

综上所述,在大数据的时代背景下,数据、信息增长达到了巅峰时期,电力是保证居民正常生活的基本要素,因

此强化电力营销信息化建设变得尤为重要,通过优化营销提升用户体验,为电力企业发展提供保障。基于大数据平台的基本特征,可以为企业提供充足的数据整合依据,提升企业数据分析能力,为平台应用与推广创造条件,最终服务于企业发展。

参考文献

- [1] 丰雪.大数据环境下的电力营销信息化发展探究[J].低碳世界,2021(7):2.
- [2] 姚岱松.互联网大数据的电力营销服务探究[J].低碳世界,2019(11):2.
- [3] 邹立威.大数据环境下的电力营销信息化建设研究[J].中国新通信,2020(22):1.