

大数据视域下电网营销管理的实践举措

冯乃海

上海佰宁智能科技有限公司

DOI:10.12238/ej.v8i1.2241

[摘要] 大数据视域下,电网营销管理开展期间应充分利用大数据等信息技术手段对现有的营销管理内容、方法进行创新优化,这样才能帮助企业精准预测市场需求,更好地为客户提供全面的服务项目,提高电能供应质量。所以现阶段还需分析电网营销管理存在的问题,意识到电网营销管理的重要性,进而根据管理要求及发展需求,基于大数据背景,制定有效的管理创新措施,切实提高电网营销管理实效性,促进电力企业可持续发展。本文基于大数据视域,就电网营销管理作出分析,提出几点建议,以供参考。

[关键词] 大数据视域; 电网营销管理; 措施

中图分类号: U665.12 **文献标识码:** A

Practical measures of power grid marketing management under the big data perspective

Naihai Feng

Shanghai Baining Intelligent Technology Co., LTD.

[Abstract] from the perspective of big data, during the development of power network marketing management, we should make full use of big data and other information technology means to innovate and optimize the existing marketing management contents and methods, this can help enterprises accurately predict market demand, better for customers to provide comprehensive services, improve the quality of power supply. Therefore, it is necessary to analyze the existing problems of power grid marketing management, realize the importance of power grid marketing management, and then according to the management requirements and development needs, based on the background of big data, formulate effective management innovation measures, we will effectively improve the effectiveness of power grid marketing management and promote the sustainable development of power enterprises. Based on the vision of big data, this paper analyzes the marketing management of power grid and puts forward some suggestions for reference.

[Key words] Big Data Vision; power grid marketing management; measures

随信息技术的快速发展,大数据技术在电网营销管理中的应用开辟了新思路,为精准营销、服务优化等提供更多可能,同时基于大数据背景,创新电网营销管理可为电力企业适应数字经济发展,提高市场竞争力提供更多推力^[1]。所以电力企业应加大对电网营销管理的重视度,分析大数据视域下电网营销管理现状,并结合企业发展需求、电网营销管理要求等,进一步利用大数据资源等先进技术对电网营销管理进行优化创新,不断提高电网营销效能,发挥其作用价值,为电力企业长效发展提供推力。

1 大数据视域下电网营销管理的重要性

首先,运用大数据技术,企业能够更精准地采集和分析用户数据,深入了解用户的多样化需求和实际偏好,进而为不同用户提供不同的项目,实现个性化服务,且相比传统服务来说,还进一步开展能源管理咨询等增值服务^[2]。在优质多样的服务管理

下,用户整体体验感受得到改善,对企业的营销项目也产生更多兴趣,满意度、认可度也随之增强,这种情况下也更利于企业树立良好的品牌形象,为企业带来更大的市场份额。其次,减少能耗,提高节能减排效果是电力企业运营发展期间需重点关注的问题,而运用大数据技术,可对能源消耗进行实时监控,还可对大量数据信息进行处理分析,找出浪费能源的环节,提出更多有效的建议措施,促进能源得到最优配置,提高利用率,不仅节约成本,还可保护环境。而电网营销管理则起到了桥梁和纽带的作用,既可促进电力行业的绿色低碳转型,又可为用户提供实现绿色生活的方式^[3]。最后,智能电网建设发展过程中,营销模式得到改进,但我国大多采取传统的电网布局,使得智能电网使用面积较小,而在此基础上积极运用大数据等先进技术,可进一步高效采集各项信息、精准分析用户需求、有效预测市场趋势,对电网营销管理措施进行针对性创新完善,以提高管理质量与服务

水平,为电力系统的稳定安全运行提供保障,也为电力行业实现长期发展目标提供推力。

2 电网营销管理现状分析

为充分运用大数据等技术手段,实现电网营销管理的创新,还需要全面分析和了解电网营销管理现状,进而制定针对性优化措施。首先,数据整合不足。对于电网营销管理工作来说,在开展期间会产生大量多样的数据信息,涉及用户个人隐私、用电数据、市场运营数据等,而数据分散在不同的系统和平台,目前未能建设统一的平台将所有数据进行集中整合,不仅使得数据分析效果下降,还导致数据难以实现互联互通,进而制定的电网营销策略缺少全面性和针对性。同时,无法整合数据和精准分析数据,则难以深入了解用户的实际需求,所提供的服务项目单一,使得用户的用电体验和满意认可度较差。其次,客户分析失准。很多企业在处理海量数据时存在数据来源单一、数据处理技术落后、数据分析方法不成熟等问题,使得企业无法获得全面精准的客户信息。这种情况下企业难以评估客户的真实需求,也无法从海量数据中分析提取更有价值的信息,进而无法为客户提供个性化服务。最后,风险控制不足。互联网环境存在不稳定性,同时大数据等技术应用期间,很多数据信息可能存在安全风险,如丢失、窃取、滥用等,这些不仅会让用户的个人隐私受到侵犯,还会对企业的声誉、经济利益等造成负面影响。企业若缺少风险防控机制,则无法及时调整优化营销策略,不仅容易错失市场机会,还会造成经济损失,同时一些技术故障风险,也会影响电网营销管理工作的顺利开展,不利于企业整体长效发展。另外,电网营销管理工作开展过程中涉及的内容较多,所需处理的数据信息也较多,如用电情况、服务咨询、市场变化信息等。但目前很多企业并未配备性能较强的软硬件设施,使得信息处理速度较慢,服务响应迟缓,这样不仅会降低客户的满意度和认可度,还会使得资源配置效率下降,利用率不足,阻碍电网营销管理的高效开展。

3 大数据视域下电网营销管理的有效措施

3.1 加强数据融合效果,提升信息处理效率

电网营销管理中涉及用电数据、市场调研数据、经济运行数据等多项数据信息,加强数据融合效果,提高信息处理效率,才能进一步把握市场需求,分析用户行为,进而调整营销策略,提升管理水平。企业可借助计算机、云计算、大数据等技术设备搭建统一的数据平台,可通过该系统平台实时采集、更新、处理各类数据信息。为提高数据分析处理效率,还需进一步引入人工智能等技术,如采取机器学习算法,可自动对用户的用电行为模式进行识别、分析,根据分析结果预测用户未来的用电趋势等,进而帮助企业制定更具针对性的电网营销策略。或者应用自然语言处理技术,可对海量数据信息进行分析,提取有价值的信息,为电网营销管理策略的制定提供有力参考。在深入分析数据,了解用户及市场需求时,还应建立多维度的数据分析模型,综合考虑用户行为、市场变化等多项因素。

3.2 注重风险预警控制,保证数据信息安全

电网营销管理期间涉及大量的数据信息,企业应注重风险预警控制,保证各项数据信息的安全可靠,这样才能确保用户个人隐私不被泄露,企业品牌形象得到有力维护,也能进一步提高用户对企业的满意度和信任感,推动电网营销管理的高效开展。首先,企业应借助大数据、人工智能等技术,对各类数据信息进行实时监测、分析及控制,包括用户信息、交易信息、网络日志等,配备完善的风险预警系统,针对不同数据信息设置不同的风险指标和阈值,一旦超出安全值,则会自动发出预警告知工作人员,这样有利于工作人员第一时间对风险进行控制处理,减少损失,保护数据信息的安全。其次,企业还需根据电网营销管理内容及安全要求,制定完善的风险管理机制,包括风险识别、风险评估、风险控制及风险监测等多个环节内容。成立风险管理小组,安排专人进行风险防控管理相关工作和活动,以提高风险管控效果。由于互联网环境存在不稳定性,大数据背景下电网营销管理开展过程中还要采取先进技术对各类数据信息及系统进行防护,如采取访问控制、通过密钥等方式进行数据加密、运行入侵检测系统、安装杀毒软件等,其中像访问控制来说,可根据职责和权限设置不同的访问权限,只有拥有权限的工作人员还能查看和操作相关数据信息;像入侵检测系统来说,可对网络流量进行实时监控,及时发现DDoS攻击、恶意软件感染等网络攻击,并采取应对处理措施。最后,其次,根据电网营销管理内容、安全防控要求等,制定完善的培训计划,组织工作人员参与培训,了解更多新知识,学习更多新技能,提高综合能力,增强安全意识和风险防控能力,进一步保护各类数据信息的安全,以构建更可靠全面的安全防护体系,避免风险问题的发生,提高电网营销管理水平。

3.3 完善信息系统功能,研发升级技术设备

为提高电网营销管理信息化水平,还需完善信息系统功能。如在用户用电信息采集方面,可采取物联网设备、智能电表等技术手段,自动采集用户用电信息,再利用机器学习、人工智能算法等,对用户用电行为进行全面分析。或者借助云计算平台提供弹性计算资源,支持大数据处理和存储,使用区块链技术提高数据信息的安全与透明性,利用API接口促进系统间的数据交换和集成,让电网营销管理整体流程得到简化和创新。另外,企业还要加大资金及技术投入,配备更完善多样的软硬件设施,提高技术设备的应用的有效性和针对性,为电网营销管理信息化建设提供推力,实现电网营销管理的优化创新。

3.4 精准分析客户信息,提高客户服务体验

对客户的各方面信息进行高效采集分析,构建精细客户画像,了解客户的多样化需求,才能更好地制定电网营销策略,为客户提供个性化服务项目,以提高客户的服务体验,提升电网营销管理水平。所以在此情况下,精准定位客户需求,实现精准电网营销,企业需要借助大数据、物联网、云计算等技术手段,合理应用以更好地细分客户,了解客户满意度以及分析客户行为倾向。

客户细分:首先,利用大数据等技术对客户行为进行分析,

对客户个人信息、用电基础情况等进行了解。其次,利用深度学习技术等对客户价值进行细分,将每个数据点划分到最近的类别中,使得评价聚类性能的准则函数达到最优,从而使同一个类中的对象相似度较高,而不同类之间对象的相似度较低。

客户满意度:首先,在线上平台及线下营业厅开展满意度评价调查,客户可对人员的服务及业务进行评价打分,进而了解客户的满意度和实际需求。其次,客户也可通过文字、语音或视频表达自身的想法需求,由此分析客户的情感体验,了解客户存在的问题和不满之处,进而作出调整优化,为客户提供更优质的服务项目。

客户行为倾向分析:想要提高客户的服务体验,提升电网营销管理水平,还需要分析客户行为倾向,主要包括渠道偏好、投诉、流失三类行为。首先,渠道偏好主要分析客户日常使用的渠道种类和活跃度,进而了解客户的偏好,以便于针对性服务客户。其次,投诉对工作人员及整体企业运营发展都有重要影响,需要全面细致分析客户的投诉,把握客户的痛点和不满意之处,进而作出改进,提高服务质量。最后,也要对客户流失倾向进行分析,把握流失特性,以此制定更具针对性的措施。

在此情况下,为实现电网精准营销,提高电网营销管理实效性,还需采取更多智能多样的营销措施。首先,营业厅需有效选址,考虑潜在客户数量、当地居民的用电情况等,在营销服务过程中多关注客户的需求,以提供精准服务项目。线上渠道也要积极利用,开设更多网络服务项目,满足客户的多样化需求。其次,加强产品生命周期分析,通过检索互联网相关数据库,形成产品生命周期地图,了解客户偏好的产品,不断寻找新的销售机会。同时,利用智能电网核算方法,高效核算分析电量数据,了解电量数据异常值等信息,进而实现精准计量。最后,企业还应充分利用社交网络,了解市场中的影响力者和关键意见领袖,与更多优秀人士或企业单位展开合作,进一步提高市场影响力,提升电网营销效果。

3.5 打造优质服务队伍,提升电网营销水平

首先,企业应提高人才准入门槛,招聘更多综合素养高的专

业人才,以提高电力营销管理工作的开展质量。其次,企业应根据电网营销管理目标、营销内容,结合企业自身发展特点及市场环境变化,制定针对性培训计划,组织工作人员进行培训学习,及时更新知识技能,学会运用大数据等先进技术,能够更好地应对大数据背景下所开展的各项营销工作。同时,也应加强思想教育、多开展交流研讨活动、开设线上培训课程等,让工作人员在多样学习过程中提高工作能力与服务质量,学会与客户进行有效沟通,及时解决客户的问题,能够根据客户的实际情况和个体需求提供更适合客户的服务项目,进一步提高客户满意度,增强客户粘性。最后,为打造优质服务队伍,保障电网营销管理质量,还需定期对工作人员进行考核评分,并将结果与绩效挂钩,以实现工作人员的激励与约束,促进其规范高效开展工作服务。

4 结语

综上所述,大数据视域下,电网营销管理应进一步优化创新,借助大数据等技术手段提高电网营销管理的信息化水平,这样才能充分发挥电网营销管理的作用价值。所以现阶段应加强重视电网营销管理,分析电网营销管理现状,通过加强数据融合、注重风险预警控制、完善信息系统功能、精准分析客户信息、打造优质服务队伍等方式优化电网营销管理,搭建完善的信息系统平台,提高电网营销管理实效性,为电力企业的长效发展提供推力。

[参考文献]

- [1]王潇笑.大数据视域下电网营销管理的研究[J].自动化应用,2024,65(z1):403-405.
- [2]李泽民,杨冬梅,吴忠军,等.蒙西电网电力大数据应用发展探讨[J].电气技术与经济,2024(6):78-80.
- [3]刘锋.智能电网环境下电力营销信息管理平台[J].建筑工程技术与设计,2020(11):2759.

作者简介:

冯乃海(1975--),男,汉族,河南固始人,本科,研究方向:智慧营销专家—电力智能营销领域。