

基于大数据环境下的电力营销信息化建设的探讨

何腾达

国网湖南望城区供电公司

DOI:10.32629/hwr.v2i11.1654

[摘要] 电力营销工作质量的好坏会直接影响到电力企业未来的发展。目前,在大数据的环境下,电力企业更需要加强电力营销的相关工作,所以就要提高对相关数据的分析和挖掘的能力,而加强这种能力首先就要建立基于大数据的信息化平台,这样才能提高电力营销的服务质量。本文探讨了建设大数据平台的结构规划,并分析了电力营销信息化建设的方法,以供参考。

[关键词] 大数据环境; 电力营销; 信息化建设

1 建设大数据平台的结构规划

1.1 分析科学结构给电力营销带来的优势

电力营销工作要步入信息化的阶段,科学的大数据平台构建是不可或缺的。大数据平台整体框架是由传统数据的仓库、调度大数据系统、访问大数据的系统、备份和恢复、商业智能应用、网络层、数据管理、操作系统等功能模块构成。具体框架如图1所示。



图1 电力营销大数据平台整体框架

第一,大数据的储存模块和处理模块一般都是在服务器、虚拟机或操作系统上建立的,通过将收集而来的用户信息进行储存并在后期加以处理和分析,寻找出目前用户的用电需求,突出其个性化的特点,从而因地制宜、因人而异地开展信息化营销工作以及有关的推广工作。第二,互联网作为已经覆盖世界的全球化网络,它存在着大量的用户信息,所以是研究调查数据的一大重要来源之一,能够为营销方研究用户的消费心理提供了可观的分析资料。因此,储存和处理的数据来自于网络层。第三,将搜集而来的大量数据进行科学合理的划分层次,提高了分析效率,加快了结果的产生。针对所得到的结果,能有目的地改善传统企业服务意识弱的缺陷。大数据的调度模块的主要功能是对大数据进行调度和组

织,是进行大数据分析的前提条件。第四,分析、统计和查询等功能来源于大数据的调度上部,即是企业要使用的智能应用层。统计、查询功能的运用让营销方及时了解用户的用电信息,挖掘用户的用电深度,这成为了电力营销信息化优于传统市场营销的一大亮点。

1.2 大数据的应用平台

(1)对用电负荷进行预测。以往对用电负荷进行预测是根据用电负荷相关的历史数据进行的,但由于每个地区的气温差是不同的,以及每个行业之间的负荷特性也是不同的,这些原因都会影响用电负荷的精确预测。利用大数据对企业短时间的用电负荷进行预测,同时与传统的方法协调使用,可以更好的提高用电负荷预测的准确性。

(2)对电费的回收风险进行评估。电费回收风险主要是用户对缴纳电费的相关意愿及能力等综合表现,目前,主要通过定量和定性两部分对电费回收风险进行评估。在大数据系统中,把客户的服务记录、客户相关的档案信息等数据提取出来,分析一下用户的偿债的意愿、历史信用数据、偿债的能力等方面,然后对用户的信用进行公正、客观的评估。

(3)对用电信息进行采集。在大数据平台的基础上,将电力营销系统中相关的数据或是外部其他数据一起进行分析,然后对设备故障、停电等问题进行预测,然后工作人员可以根据分析的结果,做好预防工作和应对措施,以减少出现电量浪费和安全的问题。大数据平台关于用电的数据有异常事项的处理、报文数据的分析、防窃电的分析等。

(4)分析客户服务。在大数据中对客户的服务记录、相关档案、客服中心、客户投诉信息、来电的录音记录等进行分析,总结客户的话务习惯、渠道偏好、敏感标签、投诉意见、来电满意度等。在对客户的服务进行分析时,可以得出客户的行为诉求有关的规律、特征、共性等信息,进而准确的了解客户的诉求,对其进行针对性的服务,以提高客户的服务满意度和用电体验等,这样也有利于客户进行新的营销和服务模式构建。

2 研究大数据环境下的电力营销信息化建设的重要方法

2.1 加强电力大数据平台的安全性

如果要针对电力营销系统建立完整的大数据平台,电力

企业应当要确保大数据平台足够的安全和平稳,注重对电力数据的管理工作。为了确保大数据平台自身的安全性,企业需要抓好信息安全,并且维护内部数据环境及平台安全,从根本上提升大数据平台总体的安全系数,将建立电力大数据平台当作电力企业眼前的首要工作,排除病毒隐,设计网络防火墙。此外,电力营销人员应当培养和树立足够的安全意识,并不断健全信息化体系。

2.2 增加技术的创新性

由于科学技术发展相当快速,呈现出日新月异的特点,因此以信息为依托的一些企业发展方式也需要与时俱进,使电力营销信息化建设不与时代脱轨,不断发展壮大,甚至实现产业的拓展与延伸,扩大产业链,实现产业的增值服务,实现电力营销信息化建设效益的最大化,例如可以进行相关app的创造与应用,通过后台的运行,根据客户的需求和历史应用痕迹提供较为合理的应用方法,有时可以进行线上缴费等方法,满足人们的需求,更加高效的完成整个电力营销信息化建设的流程,实现技术创新性,同时还可以借助大数据技术手段,推动电力营销数据信息的自动化录入,以更好地提高信息的全面性、准确性和系统性,并构建多平台信息查询与业务办理功能,以有效提高数据信息的利用效率。

2.3 及时进行预测、评估与反馈

电力营销信息化建设是一个完整的过程,数据化的广泛利用使数据的录入更加有效和准确,通过分析客户以前的用电负荷、用电习惯等的记录,为客户提供更为合理与科学的电力营销信息建设系统,让客户更加放心的应用。与此同时,在大数据的背景下,能够根据客户以前的经验和历史方法,对客户的需要进行一定的预测,通过联网的大背景,使地域之间也能有所交流,有所合作,有所竞争。

2.4 构建电力营销信息化平台的数据评估体系

电费回收风险评估指的是根据用户上缴电费的水平和意

愿,来判断他们的回收风险,使电费得到精准、按时地回收,提升了企业对经营风险的抵抗能力。回收风险评估的内容涵盖了客户的信用记录、偿债意愿或是能力等。通过对该类内容进行调整与改进,防止了电费坏账的滋生,进而减小和规避了企业在经营中承担的风险,以确保资金得到正常地回流。

3 结束语

总之,我国电力营销信息化建设存在着与数据联系不够密切、描述性不强、地域化偏差大等问题,而数据化背景下的电力营销信息建设能够对电力营销进行合理的预测,可以提高电力营销信息建设的服务水平以及管理能力。可以通过完善电力营销信息化建设的框架结构、及时进行预测和评价与反馈等来加强电力营销信息化建设,为我国电力营销信息化建设提供典范和经验。

[参考文献]

- [1]王志坚.基于大数据平台的电力营销信息化建设分析[J].内蒙古电力技术,2016,(4):17-22.
- [2]林舒静.基于大数据平台的电力营销信息化建设[J].科技尚品,2016,(12):151.
- [3]邓亚伟.基于 MapInfo 的电力营销报装系统的研究与建立[D].太原:太原理工大学,2010,(03):94.
- [4]曾锦明,刘云志,麦聪.停电信息池在电力营销的建设和应用[J].工程技术研究 2016,(7):87+90.
- [5]孟文璐.论低碳经济下供电企业的电力营销策略[J].工程技术研究 2016,(7):236.
- [6]张钧.电力营销大数据平台建设及数据挖掘分析[D].天津大学 2016,(11):91.

作者简介:

何腾达(1986--),男,湖北崇阳人,硕士研究生学历,工程师,研究方向:营销信息化专责,电力系统及其自动化。