

论大数据背景下电力企业营销管理创新

胡慧敏,朱玲强

(国网宁夏电力有限公司石嘴山供电公司,宁夏 石嘴山 753000)

摘要:本文主要分析论大数据背景下电力企业营销管理所存在的问题,并给出解决问题的方式,为电力企业奠定良好的发展环境。

关键词:大数据背景;电力企业;营销管理;创新措施

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.08.101

1 引言

随着大数据时代来临的背景下,电力企业营销方式也应跟随时代的脚步,不断完善并创新,目前,我国的电力企业营销管理方面还存在着不足之处,导致了电力企业无法得到顺利发展,想要解决这个问题,就要充分利用大数据技术,为电力企业的营销理念进行科学化的管理,努力实现以创新营销管理为主要任务,确保电力企业能在经济市场占据重要地位。

2 大数据背景下电力企业营销管理创新的意义

从目前我国电力企业发展现状而言,大数据的处理工作仍处于基础阶段,这项技术的运用可以在各个环节中得到充分的运用,例如,发电运电、变电等环节。在我国社会主义建设的新时期,我国电力企业的业务覆盖占比上显现出了逐渐提升的特征,电力信息的大量增长,导致电力企业对现代化统计技术的所需有了明显提升。大数据技术在电力企业的合理运用,可以在创新电力营销管理的同时,进一步提升企业的管理效能,也可以在各项数据之间进行对比,对电力营销机制的可见性进行有效强化^[1]。

3 大数据背景下电力企业营销管理所产生的问题

3.1 信息存在风险隐患

在目前大数据前提下,电力企业在日常开展营销管理中,信息存在着一定的风险隐患,严重影响了企业营销管理。首先,在电力企业中,由于部分技术人员专业水平较差,导致在信息管理的过程中,极易出现差错,进而在信息管理的过程中,发生系统运行不稳定的现象,无法保证电力企业顺利运行。其次,部分技术人员在日常电力营销管理过程中,滥用职务的权利,将系统中的储存的数据进行篡改,严重影响了信息的准确性以及系统的稳定性。除此之外,由于信息设计人员的经验不足,在设计系统时,极其容易出现操作失误,直接导致系统本身存在着较大的风险隐患。

3.2 营销意识较差

由于部分龙头电力企业在行业中一直处于垄断地位,缺少相应的竞争力,直接导致部分电力企业出现了供电质量较差、服务不全面等状况,无法满足广大人民群众对于用电的需求。其次,由于人民群众的生活质量在不断提升,部分电力企业没有适应现状,间接导致部分电力企业在市场竞争中无法获得较为明显的优势,进一步影响了电力企业发展^[2]。除此之外,在部分电力企业的发展过程中,并没有以客户所需为首要目标,导致无法满足用户的用电所需。

3.3 营销管理方式较为不合理

在社会经济不断发展的前提下,部分电力企业在实施以大数据技术为管理核心时,确保管理能够实现更加科学化,但是,由于电力企业的业务较为复杂,部分电力企业的营销管理方式较为不合理,没有进一步完善用户资料,严重导致了部分业务无法顺利运转。除此之外,由于部分电力企业的营销管理方式较为不科学,从而影响了电力企业的运作过程中,无法实现信息传递,进一步影响了电力企业的发展。

4 大数据背景下电力企业营销管理创新措施

4.1 优化信息系统的构成

想要优化信息系统,就要通过以下方法,首先,减少系统运行的风险,从而保证提升营销管理的业务水平,相关企业领导可以针对系

统设计人员进行专业技能培训,聘请高素质高水平人才来对相关技术人员进行业务技能培训,将系统设计教学,从简到难,进行科学合理拆分,逐渐的深入到较为复杂的设计教学,确保相关设计人员能够适应专业技能知识的学习。同时,不仅仅涉及到系统的构建的学习,还要将正在使用的系统进行有效总结,带领相关的设计人员进行对信息系统的改善,进一步提升技术人员对于技能培训的重视程度。其次,培训过后应对相关技术人员进行业务水平考核,并将考核成绩于薪资待遇积极联合,这种方式不仅能促使员工提升业务水平,还一定程度上减少系统运行时所产生的风险^[3]。最后,想要确保信息系统的合理运作,就要对信息系统进行科学合理的管理。在建立相应的系统管理团队时,应对系统的运行状况做到实施监管,当发现系统出现故障时,应及时与相关技术人员进行沟通,做到实时解决。同时也应搭建信息系统运行的管理表,以此保障在每次监管系统时,实时记录,通过这样的方式,进一步提升管理人员的管理意识。

4.2 增强宣传力度,扩展宣传方式

想要实现对于电力企业营销管理的创新,就要增强宣传力度,扩产宣传方式,由于电力企业是影响人们生活的重要组成部分,也是满足人们的所需,并在市场中有着较大的占比,相关电力企业管理人员应适当增强宣传力度,通过为客户提供高供电质量、高服务的方式,来提升客户对电力企业的认可度,电力企业想要正确树立优秀的企业形象,可建立24h用电维修部门,通过这种方式,赢得广大人民群众的青睐。此外,电力企业应扩展宣传方式,通过各种多媒体产品来开展用电安全的活动,例如,电视、微信公众号等多媒体产品,确保用户对于用电安全有着进一步认知,同时也为电力企业后续发展奠定了良好的基础。

4.3 创新营销机制

要想实现电力企业的顺利开展,就要建立科学合理的营销机制,目前,我国的科技水平在不断提升,促使我国广大人民群众的网络消费占比有了明显的提升,电力企业可以利用这一优势,建立相应的网络营销平台,由于用户具有较强的多样性,在运行的过程中,需建立售前、售中、售后等多方面服务,并且要求相关客服人员应具备电力方面的知识,从而保证为用户进行解答问题,进一步满足人们消费的所需。

5 结束语

综上所述,创新营销管理工作对于电力企业发展有着重大意义,在大数据背景下,想要确保电力企业的顺利运行,就要结合以上几点,不断的优化与创新营销管理的理念,进一步确保为客户带来更优质的电力服务。

参考文献

- [1]叶昌龙.关于大数据的电力营销管理创新研究[J].中国室内装饰装修天地,2020,000(005):395.
- [2]赵艳玲.论大数据时代背景下企业的绩效管理创新——以电力设计企业为例[J].现代营销,2020,000(003):192-193.
- [3]周钰山.大数据背景下企业营销管理创新方法探索[J].价值工程,2020,16(21):24-25.

作者简介:胡慧敏(1993-),女,宁夏固原人,汉族,助理工程师,本科学历,电气工程及其自动化专业,主要从事电力营销工作。