

新时期石油化工企业销售策略创新

孙晓雷

(中国石油广东销售公司, 广东 广州 510665)

摘要: 随着我国经营迎来转型时期, 我国市场也进一步与国际接轨, 这为传统营销模式带来新的发展方向。对于石油化工产品销售来说也出现了新的模式, 这也为化工企业带来更多的销售渠道, 为企业发展带来机遇。要想石油化工企业在市场经济中更好地发展, 就要提升自身石油化工产品质量, 满足更多客户需求, 积极拓展销售渠道, 提升自身企业销售管理能力, 为企业创造更多经济效益, 在激烈的市场竞争中能保持自身发展优势, 促进企业健康长久发展。

关键词: 石油化工; 销售策略; 企业效益; 创新方法

0 引言

新时期石油化工企业销售, 需要结合时代发展中企业所面对的机遇与挑战, 进行全面综合的销售创新分析, 从而能够找到适合石油化工企业更好地参与经济市场, 并在激烈的市场竞争中获得成功的关键路径。石油化工企业当前所面临的经济环境是较为复杂的, 在销售服务策略中, 应当将优质服务作为石油化工销售的重点, 使客户可以获得更好的消费体验, 从而增强企业的市场认可度。

1 石油化工产品营销管理发展趋势

1.1 个性化发展趋势

对于石油化工产品销售来说, 在未来的市场销售模式将以个性化服务为主。未来市场的经营者, 要将大众关注需求变为个性化需求发展。这也是因为消费目标转变的发展趋势, 对于现阶段的市场营销来说, 产品最根本的目的还是要满足消费者的不同需求。所以, 对于石油化工产品销售来说, 通过采取个性化的营销方式, 更能满足不同客户的需求, 能被更多人所接受, 而个性化销售并不是满足消费量, 而是从差异角度为客户提供不同服务^[1]。

1.2 网络化发展趋势

随着我国信息技术的不断发展, 也为市场经济带来了新的发展方向。在此背景下, 企业要想取得更大的经济效益, 就要顺应时代发展趋势, 对企业产品销售进行创新和调整, 及时适应互联网时代的发展。对于石油化工产品来说, 企业要对产品的设计和售后服务进行创新, 积极地探索互联网销售渠道, 提升数字化发展水平, 在保证产品质量的同时, 提升销售管理能力。随着电子商务的不断发展, 给传统销售方式带来一定影响。在销售管理方面上, 市场竞争发展也向数字化发展趋势, 这样也使得营销管理方式向内部拓展, 不能提升营销水平和质量, 让产品销售变得更加便捷, 同时也减少企业人力物力资源, 优化了企业成本, 为企业注入持久发展动力, 让企业在市场经营中能够健康持久发展^[2]。

1.3 知识化发展趋势

随着企业管理能力和管理理念的不断提升, 对于销售管理来说知识型成为市场经济发展趋势。在石油化工营销管理工作中的知识化、持续发展, 要让企业员工有更高的工作能力, 让员工能够积极投身到工作中, 在企业内部形成创新意识, 重视知识技能提升, 让企业内部形成良好工作学习氛围。让企业能够顺应时代发展趋势, 促进石油化工企业的健康发展。

2 当前石油化工企业的特点

石油化工企业是国家石化能源供应的重要基础, 随着时代的发展, 石油化工企业也呈现出新的特点。多数石油化工企业集技术、资金、规模、人才于一体, 因此石化企业的销售行为往往受到外界环境的影响, 这一特点区别于其他行业企业, 也造成了石油化工企业销售方式简单、政策因素影响较大等现象。石油化工企业在新时期, 需要基于销售模式的创新, 积极调整自身资源的合理运用, 力求在多元化的市场环境中探索出一条适合石油化工企业特点的发展路径, 强化市场销售实践能力, 将市场销售主动权握在手中。

基于当前市场经济环境, 石油化工企业要充分认识到经济环境影响因素的复杂性, 如国家经济运行情况、消费者购买力等, 从而可以结合石油化工销售来保持企业稳定发展, 构建石油化工产品供给与需求的和谐关系。能够对石油化工产品生产进行指导, 对销售进行计划和分析, 促使石油化工企业可以在新时期中, 以优质高效的销售服务来树立良好的形象。以当前石油化工企业的特点分析为基础, 构建石油化工企业销售策略, 能够提高石油销售水平^[3]。

3 新时期石油化工企业销售服务营销战略的挑战与机遇

新时期的石油化工企业, 所面临的市场竞争形势更为严峻, 对石油化工企业发展提出了新的挑战。石油化工企业要想更好地占领市场, 获得客户的满意, 就需要改善销售策略, 对销售模式进行创新。石油化工企业过去属于市场垄断性行业, 行业竞争性非常弱, 造成了石油化工企业在竞争意识上没有充分地认识, 销售体系不够健全, 销售团队整体专业素质参差不齐。在石油化工行业参与市场经济后, 面对市场带来的挑战, 很多企业难以应付, 在市场竞争中逐渐被淘汰。石油化工企业要正确认识到市场环境所带来的改变, 在迎接挑战时, 需要积极运用销售策略打开市场, 并提高社会的认可度, 增强客户的黏性和忠实度^[4]。

石油化工企业要积极转变销售形势, 树立正确的销售理念, 能够深度分析市场发展趋势, 并积极调整销售战略, 使石油化工企业可以跟随时代步伐, 更好地实现战略发展, 同时也要认识到, 新时期带来的发展机遇。由于石油化工企业在传统发展方式中, 对环境和节能等方面的关注不足, 造成的环保成本和能耗的增加。在新时期, 国家倡导的可持续发展和循环经济发展目标, 都为石油化工企业转型发展提供了新的思路。石油化工企业在销售策略制定上, 也要遵循这种转变, 从基础性石油化工产品销售层面, 向高新石油化工产品和高附加值的服

务层面进行升级,实现石油化工企业健康有序发展,并解决石油化工行业产能过剩带来恶性价格竞争和缺乏核心竞争力等问题。

4 新时期石油化工企业销售服务营销战略创新策略

4.1 健全石油化工销售服务体系,保障销售顺利进行

新时期,在石油化工企业销售策略创新实践中,需要有一个健全合理的销售服务体系作为支撑,从而可以使销售活动更为有序和顺利地进行。石油化工销售服务体系,是将销售和服务进行有机融合,改变传统销售模式中单纯地以增加销售量、提高营业额为核心的问题。传统的石油化工产品销售,由于将重心放在了销售量方面,忽视了服务过程和质量,使得客户往往难以形成较高的满意度,这就会严重影响到客户黏性。通过销售宣传吸引到的客户,不能形成一个稳定的消费基础,导致销售成本投入与产出不成正比,很多销售成本变为沉没成本,不能为石油化工企业带来长期的经济效益。

在健全石油化工企业销售服务体系时,要扩展销售服务的覆盖面,将石油化工产品生产、市场调研、产品销售和售后等都纳入销售服务体系中。基于石油化工产品的生产环节,可以通过提高产品质量来增强销售的实践效果,在市场上获得良好的口碑。通过市场调研可以更加全面地掌握消费者的真实需求和购买意愿,从而能够科学地指导销售定价等,提高市场竞争力。通过产品销售和售后的结合,使消费者可以及时反馈相关的信息,从而帮助石油化工企业准确及时地掌握产品在消费者中的真实反映。在销售和售后过程中,要强化服务理念,运用高质量、高效率的服务来获得消费者的青睐^[5]。

在现代市场经济中,服务也成了石油化工产品的一项附加价值,当消费者面对两个石油化工产品供应商时,当价格差异不明显时,消费者会第一时间考虑服务质量好的供应商,这也是当前石油化工企业在销售体系完善中应当重点分析的内容。在服务销售体系中,还要做好销售过程和销售人员的销售服务。石油化工企业应当建立一套完整的保障措施,通过在销售部门中设立专门的保障岗位,对销售环节进行整体上的辅助。石油化工企业的销售活动具有持续性,在销售中应当注重模式的优化和改革,这也是销售保障所需要提供的重要支撑。销售保障岗位要结合现代经济环境中的石油化工产品需求特点,在销售中提供关键性的数据、资源等的支持,可以使销售过程更加清晰和准确,避免销售资源的浪费。

4.2 进一步完善员工的惩罚制度,细化员工不同职责

石油化工企业销售策略制定上,要考虑到石油化工企业销售工作执行效果,对销售人员实施全面的奖惩措施,从而避免销售人员在工作过程中出现懈怠或者不负责等现象。石油化工企业要想在激烈的市场竞争中生存和发展,就要提高企业员工的责任意识。由于石油化工销售并不仅仅是销售部门的职责,还涉及整个企业内部的组织协作,因此要细化部门和员工的职责,使每个部门和每个岗位都能够真正发挥出作用,为更

好地实现石油化工企业销售战略目标保驾护航。

石油化工企业要构建科学合理的奖惩机制,对表现优异的员工实施奖励,对工作态度不端正或者工作中存在重大疏漏的人员进行惩处,从而加强石油化工企业所有人员的销售服务责任意识。在奖惩制度制定上,可以基于企业员工的价值认同和个人利益追求等因素,通过绩效激励、晋升激励等来激发出石油化工销售服务热情。由于石油化工销售服务是一个需要多部门协作完成的项目,在细化职责分工时,也要基于制度约束来提高协作效果。石油化工销售服务,需要财务部门能够做好相应的预算,从而可以保证资金方面的有力支持。后勤保障部门也需要做好宣传资料印制、后勤车辆等的支持。销售服务实践的重心,最终仍然要落在销售部门上,销售部门要基于岗位和人员来塑造一个合理的销售组织,通过明确销售责任归属,避免在具体销售环节中出现互相推诿的情况。销售职责的落实,还要有专门的监督部门进行执行。监督部门一般是由化工企业负责人以及各部门委派专人组成,监督工作是对整个销售过程进行全面的信息追踪和反馈,及时发现销售服务中存在的合理之处,并基于销售服务内容和市场需求进行深入分析,总结出有效的应对措施,切实完成石油化工企业的销售服务任务。

4.3 打造专业石油化工营销团队,创新企业不同营销模式

新时期石油化工企业销售策略创新,也需要注重销售团队的构建,通过引入一批素质高、经验丰富的人才,使营销团队的工作效率和质量都得到显著提升。石油化工企业可以与大专院校建立人才合作机制,通过委培和招揽优秀毕业生,来为销售团队补充新鲜的血液。在打造专业石油化工营销团队时,要重视人才的持续性培训教育,使销售人员可以及时有效地了解到最新的石油化工产品营销服务理念和方法,并能够基于我国实际的市场情况进行优化,形成独具特点的石油化工销售模式。石油化工企业要鼓励销售队伍去进行实践探索,通过理论与日常工作的联系,不断创新企业的营销模式。

5 结语

随着国家经济发展节奏的加快,石油化工企业呈现出供应结构调整,局部市场供大于求的新变化,迫使当代石油化工企业必须去调整策略,积极创新。跟随行业变化进行战略部署的同时,更需要重视销售服务的创新和完善,从而可以更好地融入市场经济环境中,树立良好的市场形象,提高市场竞争实力。

参考文献

- [1] 王跃. 石油化工产品销售物流系统的优化思考解析——评《化工物流服务供应链运营研究》[J]. 塑料工业, 2021(03):166.
- [2] 王斌. 新时期石油化工企业销售策略创新[J]. 中国市场, 2021(31):2.
- [3] 陈太广. 石油化工产品销售物流系统的优化研究[J]. 化工管理, 2020(33):17-18.
- [4] 齐峰. 以市场营销角度看石油化工产品的销售管理——评《营销管理》[J]. 塑料工业, 2020(06):182.
- [5] 魏荆平. 新时期石油化工企业销售服务营销战略[J]. 中国化工贸易, 2019(20):6.