

新时期石油化工企业销售策略创新

张 洁

(中国石油天然气股份有限公司陕西延安销售分公司, 陕西 延安, 716000)

一、引言

近几年,我国社会经济的发展速度较快,局部市场出现供大于求的现象,因此石油化工企业为了更好地适应经济发展趋势,开始针对供应结构作出相应调整。同时,石油化工企业还结合自身的实际情况对销售策略进行创新,以助力自身更好地融入新时期的经济发展中,促进企业的长远发展。

石油化工企业在国民经济中占据着重要位置,也是石油化工产品的供应主体。在当前经济竞争尤为激烈的环境中,石油化工企业如果想保持稳定的发展态势,就必须对以往的销售策略进行合理改进。在创新改进过程中,石油化工企业需要对市场消费信息进行全面收集以及分析,然后结合分析结果,发挥自身优势,参考科学的销售模式来制定出完善的销售策略。本文先分析新时期石油化工企业销售所面临的挑战与机遇,再提出新时期石油化工企业销售策略创新的有效手段,给相关企业以参考。

二、新时期石油化工企业销售所面临的挑战与机遇

在新的经济形势下,石油化工企业在激烈的市场竞争中面临着较大的压力。石油化工企业如果想在经济市场中占据一席之地,获得广大客户的认可,实现长远、稳定的发展,就必须对传统的销售策略进行创新改进。以往,石油化工企业在市场上属于一种垄断性行业,因此该行业的竞争压力往往较小,时间一长,一些石油化工企业缺乏正确的竞争意识,再加上其本身的销售体系不够完善,销售团队中的工作人员专业素质参差不齐,所以石油化工企业面对新时期的市场经济环境时,便显得手足无措,不知如何处理。基于此,石油化工企业应全面了解经济市场,正视市场环境带来的挑战与压力,然后在迎接挑战、面对压力的过程中结合实际情况对传统的销售策略进行创新,从而打开市场,获得客户的认可,实现稳定发展。

石油化工企业如果想改善自身的销售现状,则应当对目前的销售形势进行深入分析,树立正确且

先进的销售理念,然后以此为基础,对自身的销售战略进行合理调整,跟上经济市场及社会时代的发展脚步,推动企业战略目标的实现。同时,石油化工企业还需意识到新时期也会带来相应的发展机遇,只有抓住机遇,才能实现更好的发展。就企业传统的经营方式来看,其对于环境、节能等方面的关注度较低,所以,在经营发展过程中,往往会产生大量的环保成本。而新时期下,我国提出了绿色环保可持续发展理念,对此,石油化工企业可立足这一理念,走经济转型的新道路。在制定相关销售策略时,企业也应当认识到绿色环保理念的重要性,并将其融入策略中,推进基础石油化工产品销售模式的创新转变,进一步升级高附加值的服务,提高企业的销售质量与效率,促进企业健康发展。另外,在石油化工行业发展过程中,销售策略的创新也有助于解决价格竞争等方面的问题。

三、新时期石油化工企业销售策略创新的有效手段

(一)建立健全的石油化工销售服务体系

新时期下,石油化工企业在针对自身的销售策略进行创新实践时,需要构建完善的销售服务体系,以此为企业的销售工作提供指导,保证销售活动的有序开展。就销售服务体系而言,其本身就是销售与服务的有机结合,通过该体系的有效构建,能够更好地转变传统的销售模式,使其不再是以往单纯的以提升销售量与营业额为目标的销售工作。就传统销售模式来看,石油化工企业对销售量过于重视,而忽视销售服务过程及质量,因此,在具体的销售过程中,往往难以获得较高的客户满意度,进而对客户的忠诚度的保持造成消极影响。同时,单纯利用销售宣传来吸引客户,也无法保证销售基础的稳定性,还会使销售成本增多,与销售产出不成正比,最终影响到石油化工企业的经济效益。

由此,在完善石油化工企业的销售服务体系时,需要对其销售服务的覆盖范围进行扩大,将相关产品的生产、市场调研、销售与售后等多个方面都纳入其中。同时,在具体的生产环节中,石油化

工企业还需要注重提升产品本身的质量,以赢得更好的口碑,保障销售效果。通过开展有效的市场调研,能够对消费者的实际购买需求、价格接受范围等信息予以全面了解,然后以此为基础,对产品售价予以科学调整,进而增强企业的市场竞争力。另外,石油化工企业还应加大销售与售后服务的结合力度,及时获取消费者的反馈信息,从而帮助自身在第一时间掌握产品的应用情况,然后针对性调整石油化工产品的生产方案,使生产出来的产品更符合市场消费需求,以此获得更多客户。

(二) 加强对新媒体网络营销的重视

在信息化时代下,网络信息技术的应用愈发广泛,同时,互联网经济也正飞速发展,各种新媒体不断涌现。基于该情况,网络营销也逐渐被应用到各行各业中,与以往的营销方式相比,网络营销本身具备较大的优势,例如:营销成本较低,却能够获得较高的回报;营销不限制时间与地点,范围能够覆盖全球;网络营销吸引的客户群通常分布在各个地区,客户可以通过网络平台,对石油化工产品进行全面了解,并随时随地购买,然后将相关使用体验反馈到该平台上。由此,石油化工企业在创新销售策略时,应结合自身的实际情况,制定出科学合理的网络营销策略。同时,石油化工企业还可以利用网络媒体建立一个专门的企业官网,在这一网络平台上发布产品的相关信息,并借助其他媒体平台对自己的产品进行宣传,扩大宣传范围,吸引更多的客户。依托官网,客户在与企业互动交流的过程中,能更加全面地了解产品,并将自己的实际需求反馈给服务人员,以帮助企业提升自己的销售水平。另外,企业也可以结合客户的反馈意见,在全面了解市场需求后,对新产品的研发计划进行科学调整,契合客户的购买意愿和潜在需求,优化后续的产品营销策略,以进一步提高企业的销售效果。

(三) 实行关联性营销策略

传统的营销方式较为单一,在对其进行改进创新时,需要引进先进的营销理念与策略。与以往的营销策略相比,关联性营销策略的先进性在于,其不仅仅重视售前、售中这两个环节,重视销售过程中企业与消费者之间的沟通交流。关联性营销策略

既能够帮助消费者了解石油化工企业的产品,也能够帮助石油化工企业掌握消费者的实际需求,根据消费者提出的多种建议,对产品进行合理优化。另外,石油化工企业还要注重与客户建立平等、尊重的互动关系,对客户提出的建议应予以及时反馈,其中,可行性高的建议可以针对性采纳,以此巩固客户对企业的信任度,使其自发主动地为企业推荐新客户,进而增加企业的客户量,助力企业更好发展。

(四) 为不同的客户提供差异化服务

在开展精细化营销工作时,石油化工企业应对差异化服务予以高度重视。在实际销售过程中,石油化工企业可建立信息化服务平台,针对不同客户的不同需求,为其提供个性化、差异化服务,以此提高客户的满意度,增强客户的忠诚度。基于此,石油化工企业的销售部门需要对不同客户的数据信息进行收集,再深入分析不同客户的实际需求,以此为不同客户提供合适的服务,使客户能够感受到企业的重视和关注,实现稳固客户群的目的。另外,企业还可以立足客户的差异化需求,将客户作为服务中心,实行相应的竞争机制,以激发销售人员的工作积极性。

四、结语

新时期下,石油化工企业的传统销售模式已经不适应新时期的经济市场发展需求,同时也会影响到其自身的生产经营,所以,石油化工企业需要正视自身以往采取的销售策略中存在的问题。对此,石油化工企业可通过健全石油化工销售服务体系、加强对新媒体网络营销的重视、实行关联性营销以及为不同的客户提供差异化服务等手段,更好地适应新的经济发展形势,最终实现可持续发展。

【作者简介】张洁(1982.07—),女,汉族,陕西延安人,西安财经学院,中级职称,中国石油天然气股份有限公司陕西延安销售分公司,业务运作部科员。