

# 新时期石油化工企业服务营销创新策略

张 聪 (山东上和土地房地产资产评估测绘有限公司东营分公司, 山东 东营 257000)

毛 统 (东营市金安安全教育服务中心, 山东 东营 257000)

**摘要:**石化企业的服务营销战略是以客户为中心, 提高客户的忠诚度和满意度, 在激烈的市场竞争中谋求可持续发展。分析石油化工产品营销的宏观环境, 需要优化组织架构, 建立服务营销文化, 建设一支高素质的营销队伍, 形成服务营销战略体系。提出建立关系营销、为客户提供个性化服务、实施品牌营销、构建物流终端配送系统、信息网络系统、技术支持体系、售后服务体系等有效措施, 提高服务营销水平。

**关键词:** 石油化工; 企业服务; 营销创新

伴随着全球经济一体化。石化企业面临的市场环境日益多元化。目前, 在中东具有成本优势的外国石化企业加强了在我国市场的产品投放, 增强了在国内销售市场的竞争局面。面对激烈的市场服务营销战, 石油化工企业需要全面实施服务营销战略, 从组织架构建设、服务营销文化、人才队伍建设、客户管理等方面入手, 形成系统有效的销售服务营销战略, 以优质的产品销售服务赢得客户的满意和忠诚, 才能积极占领市场, 获得更大的经济效益, 有利于我国石油化工企业的长远发展。

## 1 石油化工产品产品销售环境分析

### 1.1 社会宏观环境分析

在多元化的市场环境中。市场营销活动强调环境和市场分析的重要性, 务实的基础工作是企业生存和发展的基础, 是营销环境的转化。对于现代石油化工企业来说, 营销行为受到自身条件和外部条件的制约和控制。因此, 石油化工企业需要充分调动自身的能动性, 推动企业的企业营销活动适应不断变化的营销环境, 从而形成有效的市场营销效果。同时, 要了解宏观环境的构成, 根据市场环境对市场营销的影响, 分析市场营销策略, 提高市场竞争力, 获得竞争主动权。两者都是重要的。

### 1.2 政治法律环境

现代石油化工企业的经营行为和利益受政治、政治、法律环境变化的影响。一个国家或地区的政治稳定, 是企业有序开展有序营销活动的基础。一个国家或地区的重大事件可能会对企业的经营战略产生间接或直接的影响。在市场竞争日益全球化的背景下, 企业需要做好市场调查、预测、分析、规划和控制, 以获得更大的生产和发展空间。此外, 必须指出, 法律环境的变化可能会对初级商品的生

产和销售造成不同的激励和限制因素。

### 1.3 经济环境

现代石油化工企业在市场营销活动中面临着日益复杂的外部经济环境。企业的市场营销活动受国家社会经济运行状况的影响很大。然而, 经济环境的内部因素是复杂的, 包括经济发展的阶段和条件、消费者收入和消费支出水平、消费者蓄和信贷。从实际情况看, 良好的经济环境环境, 特别是宏观经济环境, 促进了我国石油化工企业的健康发展。首先, 中国经济一直处于持续、持续健康发展的状态。二是内市场较为活跃, 市场需求量增加; 三是国际市场环境进一步优化, 实现了持续高速增长。

## 2 石油化工企业营销面临的机遇和挑战

首先, 石油化工行业子企业开工率差距较为突出。产品与市场细分。因此, 深入调整石油化工业, 加快转变发展方式已成为当务之急。石油化工业面临着节能减排和环境保护的压力。石油化工业开工率差距较大, 部分石油化工业管理水平较低, 开工率差距仍然较大, 重视不够会导致行业集中度低、产能过剩、市场脱节等一系列生产问题, 严重影响石化企业的市场竞争优势。在此基础上, 石油化工企业要立足市场, 进一步研究市场发展规律, 优化企业生产潜力, 向更高的发展水平迈进。

### 2.1 工业产能过剩

经过多年的不懈努力, 我国工业发展水平迅速提高, 石油化工业发展迅速。目前, 石油化工业产能过剩, 石油化工业产品的市场需求有所减少。石油化工业企业要想生存下去, 就必须解决过剩产能的问题, 让行业走上正轨。这些都要求石油化工业正确处理产销关系, 把重心转移到销售上来, 逐

步化解过剩产能。

## 2.2 提高行业服务水平

石油化工产品供过于求，让人们在选择石油化工产品时越来越挑剔，这无疑对石油化工服务水平提出了更高的要求，因此，石油化工企业应积极制定长远营销战略，加大对销售服务人员的投入，不断提高销售人员的专业水平和服务意识，提高客户服务满意度，树立良好的企业形象。

## 2.3 严格的能源和环境要求

石油化工行业是一个污染严重的行业，国家对环境污染的治理力度必然会影响到石油化工企业在生产、运输、销售等环节的节能减排，以及减少环境污染的措施。在可持续发展的大背景下，石油化工产业面临着节能环保的问题，给企业带来了严峻的生产压力。在国家高度重视节能减排的同时，颁布了一系列法规制度，要求企业加大节能减排力度，加大对前沿生产设备和技术的采购投入，全面落实国家政策，推动石油化工行业向更高水平发展。因此，企业需要积极参与产业结构调整，而不是被动等待，比如，纯碱企业需要加大资金投入，优化生产计划，提高重质纯碱的比例，高耗能磷肥企业需要加强水溶性专用肥和缓控释肥的应用。党的“十八大”以来，节能减排工作全面展开，一系列新的节能减排标准相继实施，突出了石油化工行业的“循环经济”模式。在当前激烈的市场竞争中，经济全球化的趋势越来越明显，石油化工企业面临严峻的挑战和机遇。这就要求石油化工企业认清当前发展现状，优化战略部署，更好地适应新时代。

## 3 石油化工企业服务营销战略的战略构成

### 3.1 组织架构

在石油化工企业的服务营销中，面对激烈的市场竞争挑战，如何适应新时代石油化工行业的发展趋势，首先要根据企业的实际情况，分析影响石化企业营销效果的因素，优化和完善现有的组织架构，优化企业自身结构，增强企业的市场竞争优势。首先，深入市场调查。第二，要完善组织架构，要深入开展市场调查，在调研成果的基础上，坚持以客户为中心的营销，促进企业更好地适应宏观环境，提高市场适应力和竞争优势。

### 3.2 人才队伍

近年来，石油化工行业按照科学发展观的要求，逐步形成了以人才选拔、培养和使用为重点的合理的人才培养机制，在拓展成长通道的基础上，实现了人力资源人才队伍建设有效开发和管理。同时，

本着“人才是第一资源”的理念，以人才资本为核心进行管理。逐步形成经营管理管理、技能操作、专业技术三位一体的团队分类管理体系。建立德才兼备、以德为先的科学的人才评价体系。形成突出业务能力考核，重视高技能人才评价的完善体系。同时，人才评价体系可广泛应用于职称评审、绩效考核、人才选拔等领域。对于中高级职称的考核，更加突出基层一线人员的参与率。此外，企业各部门积极完善职称评价体系，突出业务能力、量化评审标准等。不断提高评审的全面性。企业对各部门执行销售任务，加强各部门之间的沟通和交流，尽量减少影响销售服务质量服务质量的问题。现代企业实施销售服务营销战略离不开配套人才的支持，因此，必须把人力资源销售服务的营销目标结合起来，把责任落实到实际情况中，根据员工的实际能力配置人力资源使之与岗位需求和人力资源人才技能相适应。建立分类管理体制，建立完善的选拔制度和人才评估制度，提高人才管理的重要性，建设一支高素质的企业人才队伍，促进石油化工企业健康可持续发展。

### 3.3 营销文化

石油化工企业在长期的发展中逐渐形成企业文化，随着市场变革和发展，现代企业的销售服务方式也发生了不同程度的变化，要想有效提升市场竞争优势，就必须把企业营销文化建设放在重要的位置。从营销文化建设的角度，分析影响企业服务营销的因素，寻求合理的营销服务战略，制定合理的营销方案，提高客户满意度和忠诚度。塑造企业的良好形象，扩大企业的影响力，为企业的进一步发展奠定基础，需要注意营销文化对企业的深远影响，渗透于企业营销的各个方面，强调树立正确的价值观，明确企业的长期发展目标，建设一支高素质的营销队伍。营销文化是一种软实力，有了硬制度和硬体系，营销文化才更有市场。换句话说，营销团队应该将自己视为一个有机的、有生命的实体，而不是冷冰冰的规章制度、监管和服务体系的组合。在营销过程中，制度和体系是死的，只有人情化的服务和真正被客户需要的思想观念才是活的，在日常经营管理中，要注意每个人的感受，实行人情化服务细则，打动客户，让客户对公司忠诚，建立稳定、共赢的合作关系。

## 4 石油化工企业服务营销的有效策略

石油化工企业要充分认识新时代行业环境的变化和面临的挑战，认真总结销售服务经验，制定长

期、合理的营销战略,制定相关措施,确保营销战略的稳步实施,促进企业的稳步发展。

#### 4.1 建立完善的营销组织框架

营销组织框架是石油化工销售服务成功运作的关键,因此,石油化工企业在制定营销战略时,应注意制定合理的营销组织框架,并特别注意以下几个方面的落实:一方面,明确责任。石油化工企业要选派经验丰富的营销人员构建营销组织架构,明确部门负责人和岗位职责,特别是岗位职责分工要合理明确,避免权责重叠,形成相互监督的良好氛围。另一方面,要完善制度。石油化工企业注重完善奖惩制度和晋升制度晋升制度以保证营销组织架构的高效运行。进一步完善奖罚制度,明确奖罚标准和奖罚力度,督促相关责任人履职尽责、做好本职工作。根据相关岗位工作经验水平,工作责任心,定期进行晋升,提高工作积极性。工作中要落实工作责任制,下属人员出错,相关负责人要负连带责任,完善全员参与的营销组织架构,确保工作质量。此外,各部门和员额的人员配置应合理化,以避免人浮于事。

#### 4.2 建立一支高素质的销售人才队伍

石油化工企业在制定营销战略时,应把培养高素质的高素质销售服务人才队伍作为工作重点。众所周知,销售服务人员的专业水平、服务意识、工作责任心会直接影响到企业的影响和客户的满意度,对石油化工产品销售有较大的影响,所以石油化工企业要转变人员用人观,招聘高素质的销售服务人员。石油化工企业要面向社会和有关高校招聘具有服务意识、高素质的销售服务人员,注重对销售服务人员应变能力、销售专业知识和销售责任心的考核,择优录用。其次,做好销售服务的培训。为提高销售服务人员的专业水平和服务意识,石油化工企业应定期组织销售服务人员,邀请经验丰富、权威的业内人士开展销售专业知识培训活动,讲解销售服务技巧和注意事项,并要求销售人员根据自身情况认真学习,弥补销售工作中的不足。最后,建立科学的销售服务评估体系。为及时发现和解决石化销售服务中存在的问题,石油化工企业应制定销售服务评估体系,从客户投诉、销售销售目标完成情况、销售服务人员业绩等方面进行评价,不断优化销售服务的相关环节。

#### 4.3 建立人性化企业营销文化

为增强石油化工销售服务人员的归属感,充分发挥他们的工作潜力和工作积极性,石油化工企

业应着力构建人性化的人性化营销文化。一方面,积极关心销售服务人员。石油化工企业领导要经常深入了解销售服务人员销售服务人员工作环境和工作要求,着力解决销售服务人员最关心的问题,经常慰问生活困难的销售服务人员,为他们提供经济帮助,帮助他们克服困难,使销售服务人员放下思想包袱,认真工作。另一方面组织销售服务人员开展亲子活动。石油化工企业定期组织销售服务人员开展亲子活动,为日常工作添彩,同时拉近了销售服务人员与企业的距离,营造了温馨和谐的工作氛围。还强调改善销售服务人员福利水平。石油化工企业要结合销售服务人员的工作年限、工作态度和工作业绩,提高销售服务人员的福利水平,肯定他们对企业的贡献,提高他们工作的主动性和积极性。

#### 4.4 坚持客户为导向

在石化企业销售服务营销中,要改变传统的传统销售观念,坚持以客户为中心,积极转变服务营销思维,积极组织营销活动,提高客户满意度,促进企业营销活动的有序开展。提高客户的忠诚度和满意度,有助于树立企业的企业形象,带来可观的经济效益。

### 5 结语

在多元化的市场元素下,客户的服务需求呈现出复杂多变的特点,市场竞争日趋激烈,凸显了石油化工企业销售服务营销战略的重要性。在实施销售服务营销战略的过程中,必须建立组织架构,坚持以客户需求为导向。形成服务营销文化,一切为了客户需求;培养人才,加强服务营销战略的有效实施;建立与服务营销战略相适应的服务体系。只有这样,石油化工企业才能积极抢占市场,提高盈利能力,促进企业的长远发展。

#### 参考文献:

- [1] 谢青. 关于中国石化化工销售服务营销策略的分析[J]. 科技创新与应用, 2017(09):281.
- [2] 田伟. 新时代下石油化工销售服务营销战略分析[J]. 当代化工研究, 2017(03):168-169.

#### 作者简介:

张聪(1992-),女,汉族,山东东营人,职务:项目经理,职称:助理工程师,学历:本科,研究方向为化工工程。

毛统(1988-),男,汉族,山东莱州人,职务:项目经理,职称:助理工程师,学历:专科,研究方向为化工工程。