

浅谈互联网下化工商贸企业的服务体系设计和转型策略

黄书蕾 (青岛理工大学商学院, 山东 青岛 430000)

摘要:近年来中国社会经济发展迅速,中国化工商贸公司也随之蓬勃发展。建设创新性化工商贸公司服务体系,将有助于提高服务水平、服务能力和服务观念,从而推动我国化工商贸公司的可持续发展。随着5G时代的到来,万物互联对化工贸易公司的冲击也逐渐显现出来,化工商贸公司要把握好5G时代的发展机遇,加速网络服务体系建设,以实现企业转型发展。本文从服务体系的内涵和建设流程两个角度对我国化工商贸公司转型进行研究,并针对性提供参考建议。

关键词:互联网;企业转型;化工商贸企业

构建高品质的化工商贸服务体系,能够有效的将客服沟通机制与生产运营工作有机地结合起来,实现专业服务指导、内部支持、廉洁监督等作用。对公司而言,一方面可以用高质量的服务树立品牌形象,相较于同行业企业,实施转型的化工商贸企业可以建立“比较优势”,突出自身特点,为获取额外利润提供保障。^[1]另一方面,可以引导公司对经营进行梳理与优化,为公司的发展指明方向,进而掌握市场,为企业优化产品结构,提供优质产品提供参考。从一定意义上讲,高质量的服务将成为公司的一笔无形的资产。

1 问题背景

近几年,随着全球化工市场竞争的加剧,化工商贸企业在市场上的所面临环境也日趋激烈,有些产品或行业已处于生存期,如何在市场竞争中站稳脚跟,提高企业的经营效益,成了化工商贸企业管理人员所要思考的问题。随着化工产品的市场化运作,行业间的竞争越来越激烈,“顾客至上”已经是业界的共识。

^[2]一方面,顾客想要得到更好的商品和更好的服务;另一方面,公司要从顾客身上获取合理的利益,才能维持健康的发展。在“价格战”和“服务战”日益激烈的今天,如何有效地实现顾客的需求管理与均衡,已成为当前各大公司所面对的重要现实问题。中国“5G+”的发展战略,旨在鼓励传统企业充分利用互联网进行资源的优化和整合,走“5G+传统制造、5G+服务、5G+研发”的转型之路,未来将通过技术创新和服务实现价值增值,目前化工商贸企业依然以传统经营商品为主,未来必将借助5G平台,将企业业务服务范围逐步从产品、技术、物流延伸到资金、信息、管理以及国际贸易领域,并增强为整体解决顾客需求方案提供能力。^[3]从我国传统的本土企业向跨国企业转型过程的经验,我们可以看出,企业要实现跨国转型只

有一条道路可以选择,即从经营商品到提供增值服务。化工产业的竞争日趋激烈,产品的价格日益透明,利润空间受到极大的挤压的背景下,企业除了不断发展高端产品,在某些领域保持优势,坚持差别化的产品定价,争取高溢价之外,更要关注到产品所附加的服务价值,实现服务增值,通过服务创造价值。要构建新的服务系统,需要进一步细化其服务内涵、对服务进行新的设计与定价、确定其模式与收益方式,使之能够与新的服务体系和组织结构之相适应。同时,要明确指出,不同的发展阶段的顾客和不同的类型顾客,对服务需求也是不同的。^[4]当提供服务时企业要明确不同客户服务的优先级是什么,哪些服务可以溢价定价,哪些服务普遍需要提供?

2 服务体系架构论述

从顾客的需要出发,利用网络5G,化工企业提供的服务已不仅仅是产品的供给,还有一系列围绕产品的附加服务,具体包括商业,物流,信息,技术,结算,金融,贸易和管理。针对不同类型的服务,企业还可以推出具有特色的服务内容,具体内容如下:

作为一家化工企业,产品供应依然是公司的核心业务,目前,产品供应主要是以生产线为单位,从顾客的观点出发,产品供应具体包括供应量、价格、渠道、品种、质量等。物流是产品供给的基本途径,包括产品的发货、运输和仓储等。物流服务的目标是以低成本、安全、高效的方式向顾客提供商品的价值传递。商业服务与产品供给彼此之间有直接的联系,但与产品线无关的一种服务。包括推广和沟通服务、法律服务等。^[5]信息服务是支撑企业核心业务的基础服务,它要求企业为用户提供产品信息、订单、发货、发票和结算等基础信息。另外,为使顾客作出购买决定,必须为顾客提供市场动态、价格等相关信息。同

时为了满足更高层次的需求,必须为部分具有一定社会需求的顾客提供社区服务。技术服务是一种基础服务,按销售过程可划分为售前服务与售后服务两大类。售前服务主要有:商品陈列和售前技术咨询。售后服务主要有:定期回访和加工技术等。结算与金融服务是指在结算服务、赊销服务以及由此而来的供应链金融服务中所产生的不断增长的需求。管理与贸易服务是一种从供应链的视角来看的较高层次的服务,它涵盖了管理咨询服务、综合贸易解决方案等^[6]。

3 服务体系构建

为了构建一个完整的化工企业的顾客服务体系,企业必须在服务内容、服务质量、服务组织等方面进行更细致的规划。在设计服务系统时,需要做的主要工作有如下几个方面:

3.1 细化服务的内容和质量

服务内容的细化是基于对顾客的需要进行深入的分析与研究,并对服务的内涵进一步的明确和细化。本工作的原则是:以客户的需要为基础,通过调查、访谈等形式了解客户需求,为客户提供更好的服务。其中,企业商品宣传方面,客户需要进一步了解企业产品内容,比如市场行业产品行情等;

要优化服务的品质,就像产品的品质也要求一系列的指标,建立相对指标体系,比如服务的频率、精确度和其他的指标。另外,由于顾客的服务种类繁多,其评价指标也不尽相同,因此,也要建立评价体系,例如配送服务,其最直观的品质指标有:配送时限、运费和运输车辆要求等。

3.2 设计服务流程

在确定了各项服务的内容和指标之后,还需要对业务流程进行进一步的界定,从而确定业务的各个环节的相关工作和各环节的投入与产出比。

3.3 确定业务赢利方式

在服务体系设计与开发中,服务赢利模式是一个无法回避的问题,也是今后继续提供服务的基础。大多数化工企业所能提供的服务,都是通过商品价值的增值而实现的,但是也有一些是间接的,也有一些是独立的都产品的。比如增值物流服务,物流服务的收益体现在物流服物流服务的各个环节收取的价格,而物流服务的费用则体现在物流服务的各个环节所支付的陈本。在获取物流服务上,大型化工厂相对于一般顾客而言,在集中采购上有其独特的优越性,而通过集中采购所获取的廉价物流服务以及由顾客个人购买

所产生的物流费用,形成了一个价值增长点,为顾客提供增值服务时,可以通过设计利润模型来实现与顾客的共同利益。同时,物流企业还能获得长期稳定的物流服务,实现三方共赢。

3.4 设立服务组织

服务系统的设计是为了提高服务的规范化和效率,而服务组织则显得尤为重要。服务组织是以服务标准运作服务过程的机构,目的是为顾客提供不同的服务,以满足顾客的需要。服务机构的建设,需要企业加强人力资源管理,加强专业服务,培训专业服务人才。化工商贸公司的组织结构,最早是针对产品的销售而设计的,即以提供核心产品为目的的机构。组织结构的设计并非以服务功能为中心,服务性功能并未得到落实。在企业服务功能日趋复杂化、专业化的当下,需要对化工商贸公司现有的组织结构进行重新规划与设计。在技术、物流、金融、贸易、资讯等方面,必须对原有的机构结构进行重组,设立服务导向的部门和职位、完善服务规范、建立服务价值评估体系,对于建立服务性组织而已,这将是一项不可忽略的挑战。

3.5 建设服务品牌化

建设服务品牌化是服务发展的一个必经阶段,它是在服务内容标准化、组织完备化和服务流程标准化的前提下,与品牌策划相结合的服务组织形态。服务品牌的引入对于提升企业的市场意识和经营管理创新有着重大的作用。

4 实现转型战略建议

建设健全服务体系,为企业的转型与发展提供了新的路径,也是今后化工商贸企业发展的必然选择。服务型企业与产品型企业在理念、组织和流程等方面存在较大差异,这就要求企业积极进行创新,对现有的管理系统进行梳理与扬弃。但是构建服务系统并不是一朝一夕的事情,这必将是一个漫长的过程。要想实现这一转变,就需要做好一下方面的工作:

4.1 转变服务观念,加强宣传

为适应公司的转型,公司应进一步明确企业的发展方向,并进行一系列的内外培训与宣传,例如加强企业内部人员服务观念培训、加强对顾客企业的服务理念宣传,让企业的经营理念在赢得了广泛的认同。

4.2 深化服务系统设计

服务体系的建设需要完善的制度体系。企业应该对企业活动进一步的梳理与设计,并在必要时雇用一家

专门的顾问公司,根据自身实际情况建立一套完整的服务管理制度流程,以保证企业服务管理的制度化和规范化。

4.3 建立统一互联网服务支撑平台

在构建服务体系的基础上,运用网络技术与理念,对公司现有的业务平台进行整合和更新,以支持面向服务性的业务,使公司的服务平台成为支撑整个企业发展的新动力。化工商贸企业应该从两个方面加强服务平台建设:一方面,优化企业内部平台建设,强化企业内部信息沟通交流,让行政后勤部门能够对生产制造部门服务,提高企业经营管理的效率,另一方面,建设企业外部的服务平台,加强与外部客户、供应商等利益相关者的联系,为企业获取外部信息,优化产品和服务提供数字数据。

4.4 开展客户需求调研

在激烈的市场竞争和新技术的运用下,化工行业正在发生着深刻的变革。在服务体系建设前,要以服务为中心,进行顾客的需求调研,以了解顾客的需要与想法,并把顾客的需求与想法运用于企业的服务体系建设中,以达到顾客满意的目的。

4.5 加强服务队伍建设,提高员工的整体素质

随着我国化工贸易企业的服务水平的不断提高,对人才队伍的素质要求也越来越高。所以,加强对人才的培养是十分必要的。在实施过程中,要从提升领导的素质入手,要培养领导的职业道德、个人品德等,强化培养领导的创新能力和专业技能。在完善领导培养的过程中,更应重视培养复合型的人才,建立一支专业能力强、纪律严明、作风优良的人才队伍,使每位员工都能主动地为顾客提供高质量的服务。

4.6 营造良好的服务氛围

营造温馨的服务环境,能将服务的特点以直观的方式传递给顾客,提高顾客对服务品质的预期与评估,进而提高顾客满意度,具体建设需要注重有形展示、标准化管理、便民服务提供和互联网渠道应用等。

4.7 建立客户服务部

建立客户服务部,应注重服务的顶层设计,建立和完善服务指标、服务标准和运行机制,并在此基础上,积极寻求各级政府的支持。对服务中的重要服务事项要高度重视,并将有关的服务投诉与困难相结合,以保证提高优质服务品质。

4.8 加强对服务流程的管理

具体可以从服务协同体系的应用、全过程监控、

重要服务领域的监控、智能化服务指挥平台的构建等方面来强化服务过程的监控。服务协作系统的实施,需要根据人力资源的实际状况,摒弃传统的管理模式,进行更有效的质量控制,并能约束服务时间,及时纠正不符合要求的行为;在服务全流程监控中,要注重售后服务等方面的问题,以提高服务品质和顾客满意度,并根据反馈进行跟踪,提高服务水平,防止类似问题的再次出现。

4.9 政府要加强对化工商贸企业的支持,优化化工商贸企业的营商环境

一方面可以制定优惠的数字化服务变革的税收政策,鼓励相关产业和行业积极主动的进行数字化变革,另一方面可以加大对化工商贸企业进行数字化变革的政策宣传,培训相关人员,为发展和转型提供人才保障,同时要转变相关企业进行数字化服务改革的思想观念,树立新型服务企业的思想,让企业从单一的产品型发展道路逐步走向“产品+服务”的经营模式发展。

5 结论

随着社会的发展,网络在人类的生产、生活中扮演了越来越重要的角色,“5G+”已经成为我国经济转型的一个重要举措。在社会经济转型的大背景下,化工商贸企业应加强服务,建立新型客户关系,构建新的客户服务机制和体系,建立新的服务功能和模式,创新与改善客户服务,让企业的目标和战略价值得到实现。

参考文献:

- [1] 蒋陶,侯冬梅.化工贸易企业经营战略研究[J].企业技术开发,2013(1):66-67.
- [2] 周志坚,马绍杰.国内化工贸易企业的经营分析及战略选择[J].企业改革与管理,2018(15):77-78.
- [3] 吴丽.浅谈中小企业应收账款管理——以乙化工贸易公司为例[J].商讯,2020(14):18-19.
- [4] 张国强.化工贸易企业存货内部控制体系优化研究——以A公司为例[D].浙江:宁波大学,2020(06).
- [5] 贺韵霏.化工贸易公司的当前经营形势及未来展望分析[D].北京:对外经济贸易大学,2016.
- [6] 于福东.浅议当前化工贸易企业的经营发展[J].经营者,2018(009):8.

作者简介:

黄书蕾(2002-),女,汉族,山东青岛人,青岛理工大学商学院在读,研究方向:经济学。