

煤化工产品销售工作存在的困境与应对建议

刘志玉（中天合创能源有限责任公司，内蒙古 鄂尔多斯 017300）

摘要：随着社会经济的发展，煤化工行业获得了良好的发展机遇，但是同时市场竞争形式日益加剧。基于此，煤化工企业为了占据更多的市场份额，增加市场竞争力，需要结合自身的煤化工产品特点，优化产品销售模式，拓展销售渠道，提高营销服务质量，保障煤化工产品销售水平的提高，增加销售成效，为煤化工企业的长远发展提供强大的推动力量。文章主要对新时代煤化工产品销售工作中的困境进行分析，并提出可行性、合理性的应对措施，从而保障煤化工产品销售水平的提升，为我国煤化工行业的可持续发展奠定良好的基础。

关键词：煤化工产品；销售；困境；应对建议

0 引言

在市场经济背景下，国民经济获得了良好的发展机遇，同时推动了煤化工行业的良好发展。但是由于煤化工企业众多，致使煤化工产品出现同质化问题，致使市场竞争越来越激烈，严重影响煤化工产品的正常销售。基于此，煤化工企业要提高产品质量，且要创新煤化工产品销售渠道，优化良好的市场营销环境，进一步提高煤化工产品销售水平，促进煤化工企业的长远发展。

1 煤化工产品销售工作存在的困境

1.1 市场化程度低

在现代化煤化工企业发展中，产业发展对自然资源、技术、市场、资金的需求量较大，虽然我国煤炭资源储藏量较为丰富，但是水资源不足，且在煤化工生产过程中往往会产生一定的生态环境，对生态环境保护和治理工作带来了很大的挑战和压力，这种情况导致煤化工产品脱离消费市场，加大了煤化工产品营销工作的难度^[1]。

1.2 区域发展不平衡

虽然我国煤炭资源储量较多，但是存在明显的地域性分布特征，且我国经济发展地域分布不平衡，如中西部地区煤炭资源储量较大，但是工业体系不完善，且区域市场容量不足，致使煤化工产品往往处于产销分离状态，严重加大了煤化工产品生产成本、运输成本，不仅存在安全隐患，且不利于煤化工企业稳定发展。

1.3 同质化问题

随着市场经济的发展，煤化工行业竞争形势加剧，煤化工企业的产品生产技术不足，难以对煤化工产品进行深加工，致使煤化工产品数量、类型较少，容易出现产品同质化现象。在此情况下，部分煤化工企业为了占据更多的市场份额，往往会打价格战，倾向利

用低价获得更多客户，严重危害整个煤化工行业的可持续发展。此外部分煤化工企业的核心技术不足，缺乏技术创新和研发，难以突破精尖端技术，难以生产出差异化的产品，致使大部分企业纷纷效仿，加大了企业产品价格竞争力^[2]。

1.4 市场价格波动影响

市场经济发展背景下，市场宏观因素对煤化工产品销售产生了一定的影响，致使产品价格波动较大，以往传统的煤化工产品销售模式已经不适用，与新时代市场发展需求不相符，此外还受到国际市场的影响，致使国外价格低于国内价格，致使产品销售竞争形势日益加剧。

2 煤化工产品销售工作创新策略

2.1 提高产品质量

在市场经济发展背景下，市场营销活动的开展就是获得更多的经济效益，而产品质量是提高市场营销成效、增加市场经济效益的重要基础和前提，所有的市场营销策划活动都是围绕产品进行的。所以为了提高市场销售水平，占据更多市场份额，需要保障煤化工产品质量，才能确保市场营销策略的贯彻执行和落实。

基于此，为凸显煤化工产品质量优势，需要对产品包装、组合、标签等因素进行综合性衡量，并结合新时代发展趋势，积极创新和优化自身的经营理念，对现代化新型技术进行持续性引进和融合应用，提升先进生产技术的价值作用，全面推动煤化工产品质量的提高；此外还需要综合考量自身品牌定位等，以便增加煤化工产品技术含量，增加产品附加值，满足消费者的个性化、多样化需求，为煤化工产品质量的提升创建良好条件，同时保障高质量市场营销对策的贯彻执行^[3]。

2.2 优化市场布局

当前,我国煤化工行业高速发展,同类型企业越来越多,且发展规模呈现增长趋势,加大了市场竞争形势;再加上新型煤化工产能逐渐增加,促进市场供应格局的多元化发展。在此背景下,煤化工企业需要结合市场需求,对煤化工产品进行针对性、精准化生产,为客户提供更多的产品选择。为了占据更多市场份额,需要煤化工企业展开全方位、多角度的市场调查和分析工作,以便结合实际情况,合理划分市场区域,并安排专业人员对市场经济变化、原油价格波动等进行动态关注,一旦发现较大的价格波动,需要分析原因,并做好市场预判工作,进而持续性优化市场布局,精准自身的市场定位,实现产品生产、投放的精准性和针对性,保障产品市场布局的规范性开展,为客户提供更多价值较高的产品^[4]。

2.3 强化营销服务

为了提高煤化工产品销售效果,需要加大产品宣传和营销服务水平。在具体实施中,要做好线上线下融合宣传模式,进一步提高煤化工产品推广力度。此外由于煤化工产品的市场需求并不强烈,且专业性较强,因此市场定位较为精准,市场需求较少,需要优化和创新营销策略,才能确保客户更多地了解产品信息。所以在宣传推广工作中,需要结合自身情况、市场发展趋势,制定针对性的宣传计划,如可以利用线上宣传途径,如专业网站、行业会议、技术论坛等,组织开展全方位宣传工作,提高宣传推广有效性。此外还需要做好产品服务工作,加大煤化工企业对产品服务和售后服务工作的重视程度,将其作为营销宣传相同的位置,进一步强化客户的体验感,进而提高市场营销效果,并满足客户的个性化、多样化需求,确保客户能够获得精准化、优质化的产品服务,提高客户的产品年度。可以利用大数据技术展开调查和预测,详细了解用户实际需求,进而制定针对性、个性化的服务方案,进而提高产品质量^[5]。

2.4 拓展营销渠道

在煤化工产品销售环节中,需要结合企业属性、产品特征的差异性,采取针对性的线下销售渠道,进而保障销售效果。如针对单一型的煤化工企业可以通过直销、代理销售等混合方式进行销售,进而提高企业市场份额,并进一步拓展企业销售渠道;针对集团型煤化工企业,需要采用统一、代理相混合的模式进行营销,其中可以通过代理商的多样化销售渠道快速

打开市场,还能够通过统一型销售模式,对各类销售资源进行快速集中,进而提高产品市场竞争力,进一步提高销售渠道,拓展煤化工企业的发展前景^[6]。此外,要积极探索新的市场机会,详细调查客户的实际需求,进而积极开发新市场,拓展市场份额,进一步提高企业销售增长潜力。

此外要对各个国家的市场资源优势进行分析,明确其市场空白,进而构建长期的合作企业,也可以通过直接投资方式,挖掘潜在市场,满足客户群体的实际需求。此外要结合市场多元化发展需求,构建多元化的产品线,以便减少单一产品的市场风险,实现企业销售额的稳定性,且能够对多变的市场需求进行良好适应。

2.5 开展线上销售

新时期,互联网技术、计算机技术高速发展,实现了传统销售模式的创新和优化,进一步提高销售效果和水平。在煤化工产品销售过程中,要对线上销售渠道进行优化应用,从而减少销售成本支出,并提高销售效率,减少人为因素的干扰,保障煤化工企业市场竞争力的提高。在具体实施中,企业要结合自身实际情况,优化设计企业官网,将其作为主要的线上销售渠道,凸显煤化工产品特色,确保用户能够直接了解产品特性和优势,进而保障企业营销策略的贯彻执行,强化营销效果的提升^[7]。结合线上营销数据分析,科学评估企业营销策略的实施效果,进而持续性优化和调整营销模式,满足用户的个性化、多样化需求,进一步提高客户粘性;同时还需要结合信息化系统,构建集采购、物流、贸易于一体的重要平台,并利用视频、图片等形式对产品功能进行呈现,进一步强化客户的购买体验。

2.6 优化配送服务

煤化工产品的特征较为特殊,要求煤化工企业进行科学合理的市场调查工作,详细了解客户实际需求,进而制定针对性的销售策略,进而强化客户的认可度和信任度,与客户构建良好的合作关系,持续性优化煤化工产业的良性发展。此外,为了进一步提高煤化工产品销售效果,需要优化产品配送机制,对煤化工仓储、运输形式进行优化,构建更加完善的物流管控体系,对各种运输方式进行相互协调,如汽运、铁运等,既要增加运输量,同时还需要提高运输速度,把物流成本控制在合理范围内;要做好异地仓库布局工作,实现物流体系的精准化管控,实现销售模式的前

沿化发展,进一步提高煤化工产品交付率,减少物流成本,促进煤化工产品市场价值的提高^[8]。同时煤化工企业还需要结合市场需求的动态变化,持续性拓展生产规模,进而增加产品销售渠道,形成更加系统化的异地仓库布局格局,进一步提高异地仓库的利用率,提高煤化工产品销售率,有效增加煤化工企业的市场竞争力。此外还需要优化物流管理,增加共享托盘、铁路发运、吨包等绿色物流形式,对现代化、智能化、数字化物流模式进行优化,进一步提高产品配送服务质量和水平。

2.7 提高销售能力

销售人员的销售能力与煤化工产品销售效果息息相关。所以,要提高煤化工企业实际需求,提高销售人员的销售能力,强化专业素养培养,构建高素质销售团队,保障煤化工产品销售工作的高质量进行,有效突破产品销售困境。在实际工作中,要优化人才招聘环节的把关工作,聘请高素质、能力较强的复合型销售人才,且确保具备较为丰富的销售经验,保障销售能效的提高。

煤化工企业要定期组织开展销售人员的专业培训工作,引进最新的销售理论、销售技巧和方法,并结合煤化工企业实际情况,对销售人员进行针对性的指导,全面提高销售人员的综合能力;要加大锻炼对销售人员的沟通能力,使其能够与客户进行良好的沟通交流,才有真正提高销售人员的业务能力水平;要着重培养销售人员对销售市场的敏感度,且要加大企业文化建设,营造良好的文化氛围,强化员工对企业的认同感和归属感,强化销售团队的稳定性,减少人员流失,提高销售人才队伍建设效果,保障销售工作的高效性进行。

此外,还需要完善销售激励机制和绩效考核机制,把个人成长与企业长远发展紧密结合,深度挖掘销售团队的活力,增加销售效果,实现销售业绩的持续性增长^[9]。此外要完善绩效考核体系,明确考核指标,如销售额、客户满意度、市场占有率等,保障考核结果的透明度、公正性,实现销售策略的贯彻执行,强化企业战略目标的实现。

2.8 强化环保意识

在煤化工产品生产过程中,要强化企业的环保意识,才能提高企业市场形象,且更加适应市场发展需求,生产出更加满足客户需求的清洁化产品。在具体生产过程中,要注重引进清洁煤技术,并对煤化工产

品生产流程进行优化,既可以提高资源利用率,且有效控制污染物的排放,促进经济发展与环境保护的协调性和和谐性^[10]。此外要注重企业与公众的沟通,强化企业品牌建设,只有这样才能贯彻落实企业的环保措施,获得更多客户的认可度和信任度,减少环境影响,提高企业市场份额,强化市场竞争力。

3 结语

综上所述,随着社会经济的发展,煤化工市场竞争形势加剧,煤化工企业为了获得更多的市场份额,保障企业竞争能力的提高,需要对煤化工产品销售模式进行创新和优化,尤其要提高市场需求变化趋势,进一步提高煤化工产品质量,积极创新和升级煤化工产品,同时要强化宣传和推广力度,强化线上、线下销售渠道的融合发展,同时要优化产品市场布局,保障煤化工产品销售效果的提高,完善运输配送机制,提高销售人员的综合能力,真正提高煤化工产品的销售成效,保障煤化工企业的长远发展。

参考文献:

- [1] 刘星.K煤化工公司发展战略研究[D].内蒙古财经大学,2024.
- [2] 张洁,杜清源.煤化工企业内部市场三级成本管控体系的构建探讨[J].河南化工,2023,40(05):68-70.
- [3] 舟丹.现代煤化工行业市场前景影响因素[J].中外能源,2023,28(04):46.
- [4] 刘建龙.煤化工产品的销售模式探索[J].活力,2022(15):91-93.
- [5] 薛亮.C公司市场营销策略案例研究[D].大连理工大学,2021.
- [6] 王海帅.销售计划与销售统计在企业销售中的作用研究——以煤炭与煤化工企业为例[J].内蒙古煤炭经济,2021(16):78-79.
- [7] 张俊亮.浅谈新型煤化工产品高质量市场营销对策[J].商业观察,2021(23):55-57.
- [8] 赵斌锋.新时代下煤化工销售服务营销战略分析[J].化工设计通讯,2020,46(11):126-127.
- [9] 马东旭.煤制油化工销售计量接口技术的设计与实施[J].神华科技,2018,16(09):67-71.
- [10] 孙敏.神华煤制油化工有限公司成品油销售终端网络建设研究[D].西安建筑科技大学,2017.

作者简介:

刘志玉(1988-),女,汉,湖南邵阳人,中级经济师,本科,研究方向:营销管理。