

新形势下我国石油市场营销策略探析

梁洪涛,曾晓康

(中国石油天然气股份有限公司辽宁销售分公司,辽宁 沈阳 110031)

摘要:新形势下,国际石油市场发生了巨大改变,对我国石油市场产生了深远影响,在这种背景下石油企业必须调整营销策略,从而符合新的需求。本文对我国石油市场的现状进行了探讨,总结了存在的问题,并指出了相应的解决对策,希望能够推动我国石油市场获得更大的进步。

关键词:新形势;石油市场;营销策略;现状

目前,由于我国经济的日益繁荣,对于石油等化石能源的消耗逐年增加,但随着环保观念在社会中的普及,再加上石油资源的不断减少,使我国的石油市场面临新的挑战和问题。新形势下,石油企业要想取得更好的利润,必须对营销策略做出相应的调整 and 改变,从而适应新的变化,并使我国石油市场取得更大的进步。

1 我国石油市场目前的现状

1.1 受外部环境影响比较大,石油价格和产量不稳定

当前,在外部环境的影响下,石油价格的波动比较大,而且存在很多不确定的因素。目前国内石油供不应求,石油资源比较紧张,导致价格比较高。因此石油企业要提高石油产量,但当前我国石油资源的产量不足,主要依靠国外进口原油,并且逐年增加,对于我国的石油市场营销和价格有极大影响。因为我国石油资源的不稳定性,对石油企业进一步的运营和更好的发展造成了制约,也影响了石油市场的正常秩序。

1.2 石油市场营销机制不健全,没有完整的体系

当前,我国的石油生产和销售都在政府的调控下进行,两个最大的石油企业分别是中石油和中石化,它们都是国企。国企的特点是预先确定生产和销售计划,体制非常僵化,经营过程中强调领导负责,因此任何事情都需要进行层层审批。而且国企对于石油生产重视程度高,但却忽视了石油的市场营销。国企的领导只要求关注石油产量,而不用关注石油营销,这种营销模式对于石油市场的灵活性产生了制约,使我国石油市场系统不完善,也不能很好的开展营销,对未来发展造成限制。

1.3 石油企业市场营销人员专业素养和专业知识的不足,有待提升

很多国企没有把绩效考核结果和员工的工资进行挂钩,因此大部分石油市场营销人员都做不到主动提升自身的专业素养,也没有积极学习相关的营销知识,不能有效回答客户提出的疑问,也不能有效的推广自己的产品,这导致大部分客户对于石油企业的产品都不熟悉,对于产品的销售产生了严重影响,导致利润的下降。另外,受国有石油企业内部制度的影响,很多市场营销人员都缺少比较强的竞争观念,不能很好的开发客户资源,在市场竞争中处于不利地位,对于我国石油市场的持续发展和国际竞争力都造成不同程度的影响。

2 新形势下我国石油市场的营销策略分析

2.1 对营销管理做好规范,开展网络营销

要想提高石油企业的市场营销水平,除了采取线下的营销外,还可以运用目前比较普遍的网络营销。随着互联网技术的发展,网络营销技术在各行各业中都有广泛的应用。对于石油企业来说,开展网络营销不光减少了成本投入,节省了人员的工作量,还能更好的起到营销作用,消除了距离造成了限制,对销售市场起到了拓展。网络营销中能够做到以人为本,也就是以客户为本,目的是让客户获得最好的产品和服务,在这个过程中,石油企业可以对顾客的需求做到深入了解,营销过程能够具有针对性。同时,网络营销不受到地域和时间限制,除了能够有效的开发客户外,还能推动全球化的市场营销。在石油企业开展网络营销的过程中,要完善相应的营销

机制,必须做好售后服务,了解客户的消费需求,从而推动石油市场更好的发展。

2.2 打造优秀的石油品牌,提高顾客的忠诚度

在市场营销中,客户对于企业产品的选择有一定的要求,不光需要质量符合使用要求,而且服务态度和售后都满足相应的要求。因此,石油企业必须积极打造自己的品牌,而且对于自己的产品要做好长期的营销战略计划,只有做好长期计划,才能避免市场营销环节投入大量的资金,还能培养客户的信任度,对于提升我国石油企业的国际竞争力具有重要意义。目前,国际上有很多外国石油知名品牌,具有强大的市场竞争力,例如美孚石油、壳牌石油等,与之相比,我国的石油品牌在国际上的竞争力却比较薄弱。在这种形势下,我国石油企业必须重视打造国际知名品牌,不断研发新的石油加工技术,最终开发出具有竞争力的石油品牌,通过品牌带来的市场效应提高销量,从而促进国内石油市场的进步。

2.3 积极培养石油市场营销人才

要想真正提升石油企业的市场营销能力,离不开专业的市场营销人才,这就要求石油企业必须加强对于市场营销人才的培养。当前,大部分石油企业的销售人员都缺少专业化培训,营销知识积累不足,在市场竞争中处于下风。同时,由于国外石油企业大量吸收高技术人才,这导致我国比较缺乏优秀的石油市场营销人才。在这种背景下,我国的石油企业需要定期组织人员开展职业培训,不断增强营销人员的专业水平。同时,石油企业还要同高校展开合作,对于石油专业的学生毕业后可以直接安排就业,从而吸引到专业的营销人才,最终使石油企业取得最大的经济效益。

3 结束语

综上所述,在国际和国内石油市场瞬息万变的形势下,我国石油企业要想取得最好的经济效益,并获得进一步的发展,要及时把目前营销方面存在的问题加以解决,并采取有效的改进对策。只有不断提高石油企业的市场营销水平,丰富营销策略,增强市场营销人员的专业能力,开展相关的培训活动,才能促进石油企业市场竞争力的提升,并加快我国石油行业更好的发展。

参考文献

- [1]曹峰.新形势下我国石油市场营销策略探究[J].经济,2016(11):187-187.
- [2]任丽娟.我国新市场形势下的成品油市场营销战略[J].中国化工贸易,2014(9):125-126.
- [3]曾冬梅.当下石油成品油零售市场营销现状[J].中国市场,2014(17):72-73.