

新常态下成品油直销市场控制力的相关思考

高杰荣

(中国石油天然气股份有限公司内蒙古巴彦淖尔销售分公司,内蒙古 巴彦淖尔 015000)

摘要: 本文主要立足于新常态经济发展背景,重点针对我国成品油直销市场发展情况以及控制力提升措施等问题进行研究与分析,以期可以给相关人员提供一定的借鉴价值。

关键词: 新常态;成品油直销市场;控制力

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2020.27.122

1 前言

新常态背景下,国内市场经济竞争逐渐迈入全球化以及信息化发展进程当中。在这样的发展趋势下,传统营销模式已经无法适应于当前社会经济发展进程。为进一步提高直销市场的控制力,市场方面应该积极转变传统营销模式,最好可以充分立足于当前市场经济发展态势,选择科学合理的社会化营销模式稳定提高直销市场控制力。其中,对于成品油直销市场控制力而言,应该在原有硬件水平的基础条件下,实现对企业内部流程的再造处理以及市场经济的精准把控,确保成品油直销市场控制力得以全方位提高。

2 打造专业素质强的直销运行团队,加强直销水平

企业的可持续发展往往与人才资源脱离不开。甚至可以说,企业的竞争本质上就是人才的竞争。对于成品油销售市场而言,相关企业方面应该在批发与直销环节配备优秀的人才资源,尤其是油品销售人才资源,也就是我们常说的客户经理。在此基础上,企业方面应该根据成品油直销市场的人才需求,建立科学合理的客户经理人事管理制度。主要通过畅通职业发展与晋升渠道,确保客户经理资质能力水平得以全方位提高^[1]。其中,在客户经理管理方面,企业方面应该立足于公司油品销售业务发展趋势,可适当拓宽晋升通道。如可以选拔一般业务管理人员,对于资质能力过强且工作能力表现良好的一般业务管理人员,可以优先考虑让其竞聘客户经理。如此一来,不仅促使客户经理晋升渠道畅通发展,同时也确保管理人员懂基层业务,为成品油直销市场控制力的有效提升提供良好保障。

3 全方位加强市场信息的支持力度,实现信息资源的共享互动

从提高售前运行效率角度上来考虑,通过全方位加强市场信息支持力度,基本上可以实现信息资源的共享互动。举例而言,通过加强市场信息支持力度,可以进一步强化对直销客户经理商情信息等决策支持。与此同时,从公司经营角度上来考虑,安全可靠的信息内容可以进一步加强成品油直销市场对国际以及国内市场等预测分析。

可以及时明确市场供需情况以及竞争对手报价情况等,为企业客户开发维护方案的制定与实施提供有效支持。一般来说,客户经理在开展日常工作过程中,需要针对所负责的辖区市场信息情况进行合理整合与反馈。通过及时明确客户需求以及客户意见反馈,提出针对性销售策略,实现上下信息互通的目标要求。

4 高度重视客户开发工作,努力提高服务质量

为进一步拓宽成品油直销市场,建议企业方面应该高度重视客户管理工作内容。最好可以按照客户经理分片负责制度,重点针对所管辖区域的客户需求以及关键信息等内容进行统筹规划与合理部署。根据信息资源反馈情况,构建科学合理的直销客户基础信息数据库体系。并在此基础上对各个客户进行分类建档,按照一户一档的构建方式,定期进行梳理与更新。与此同时,结合开发维护层级以及维护阶段的标准进行明确划分,确保辖区客户的实际需求得以满足。

除此之外,管理人员应该根据客户维护标准对不同类型的客户以及不同维护阶段进行研究与分析,以确保客户维稳高效目标得以顺利达成。需要注意的是,日常管理工作应该围绕细分客户营销方

案等内容进行科学开展。并重点针对客户经理执行落实情况进行全方位评价与分析,通过不断提高客户服务质量,确保服务效率得以稳定提升。

5 加速推进客户管理信息系统建设进程,实现全周期管理

加速推进客户管理信息系统建设进程,基本上可以进一步拓宽成品油直销市场发展内容。究其原因,主要是因为所构建的客户管理系统架构可以针对直销业务成交前的市场信息内容进行整合与分析。并在此基础上,针对付款开单以及出库用油等问题进行合理处理,促使直销业务实现全周期信息化与电子化管理。根据实际作用反馈情况来看,通过加速推进客户管理信息系统建设,不仅可以大幅度提高信息传递效率,同时也可以实现集成数据的动态分析,真正意义上实现一户一价的目标^[2]。

6 开展多元化直销业务模式,拓展业务工作的融合发展

合理开展多元化直销业务模式,俨然成为推动我国成品油直销市场稳定发展的重要途径。针对于此,建议企业方面应该积极主动与重要客户之间建立良好的合作关系。一般来说,合作伙伴多是以大型制造业以及建筑业等客户为主。这些客户在成品油需求量方面表现较大,基本上可以视为高价值客户。对于这一部分的客户,企业方面可以从服务与策划等方面满足客户需求。并按照客户转介以及合资经营的标准,促使双方业务不断渗透以及融合发展。

7 利用互联网思维与技术手段,建立基于直销业务的电商平台

利用互联网思维与相关技术手段已经成为当前各行业生产工作必不可少的发展要素。结合当前发展背景来看,在当前信息化发展背景下,企业方面主张通过利用互联网以及移动互联网等管理方式,对公司销售信息以及客户需求信息进行整合分析。通过筛选出最有价值的信息,大幅度降低经营风险。

目前,为进一步提高成品油直销业务开展水平,相关企业方面主张建立基于直销业务的电商平台。要通过利用互联网思维与相关技术手段,构建面向客户购油的在线交易平台。在交易模式上主要与淘宝等终端平台类似,用户可以根据自身的需求,时刻关注价格信息,实现在线交易^[3]。

8 结束语

总而言之,我国成品油直销市场应该立足于当前时代发展背景,努力开拓市场全新发展方向,为成品油直销市场控制力的稳定提升提供良好保障。结合当前发展情况来看,在信息化与数据化背景的支持作用下,我国成品油直销市场得到了前所未有的发展机遇。针对于此,建议相关企业应该牢牢把握时代机遇,从多个方面针对内部直销经营管理工作内容进行统筹规划与合理部署,以期可以从根本上推动我国成品油直销市场的稳定发展。

参考文献

- [1]李敏隆.成品油直销经营现状及市场开拓方向[J].石油化工管理干部学院学报,2017,12(2):53-55,59.
- [2]陈小文.A公司成品油直销市场策略研究[D].广东:广东工业大学,2018.
- [3]栾庆.当前市场形势下成品油销售管理模式探究[J].现代经济信息,2019,(14):36.