

# 基于现代化市场环境下油气田化工产品的营销技巧

刘 焘 (西安长庆化工集团有限公司, 陕西 西安 710000)

**摘要:** 文章简单说明了对油气田化工产品营销产生影响的主要因素, 分析了现代化市场环境下油气田化工产品营销的主要特征, 包括个性化特征、网络化特征以及知识化特征。在此基础上, 结合笔者在西安长庆化工集团有限公司的工作实践经验, 提出了将营销全程管理融入营销、将文化营销策略纳入产品营销、将网络营销策略引入产品营销、积极拓展产品的市场营销渠道、主动为客户提供产品匹配方案等一系列现代化市场环境下油气田化工产品的营销策略。

**关键词:** 现代化市场环境; 油气田化工产品; 市场营销

## 1 对油气田化工产品营销产生影响的主要因素分析

### 1.1 政策因素

油气田化工产品与国计民生之间有着极为紧密地联系, 由于其相比于一般产品而言具有一定的特殊性, 所以其市场营销会受到政策因素的影响。

### 1.2 市场因素

油气田化工企业之间的市场竞争激烈程度相对较高, 在市场变动情况较为明显的条件下, 油气田化工产品的营销也会受到一定程度的影响。例如, 在技术更新后, 油气田化工产品的功能会有所变动, 促使产品的市场营销领域产生变革。

### 1.3 经济因素

主要包括平均经济收入、消费能力指数等等, 这些经济因素指标均会对油气田化工产品的营销效果造成影响。具体而言, 当前油气田化工产品更为多样化, 但是受到经济因素的限制, 相应产品的需求量难以始终保持在持续增长的趋势, 从而提升油气田化工产品市场营销工作的难度。

## 2 现代化市场环境下油气田化工产品营销的主要特征分析

### 2.1 个性化特征

当前, 我国市场经济保持在较高水平, 对于油气田化工企业而言, 必须要重点把握市场化发展趋势, 在实际的油气田化工产品营销过程中以市场为导向, 尽可能满足更多企业客户、消费者油气田化工产品的现实需要。基于这样的情况, 更多企业在展开现代化市场环境下的油气田化工产品营销活动, 更多将目光聚焦于个性化营销服务的提供方面, 提升所有客户对油气田化工产品的满意程度, 促使企业在愈加激烈的市场竞争中占据领先地位。

### 2.2 网络化特征

互联网时代发展背景下, 不同行业营销活动的展开纷纷引入信息化技术、互联网理念, 油气田化工产品的市场营销也不例外。就当前的发展情况来看, 多数油气田化工企业在实际的产品营销工作中均开设了互联网营销渠道, 或是使用新媒体平台展开油气田化工产品的宣传推广、或是搭建起电子营销平台吸引更多客户在线上

获取营销服务。相比于传统的油气田化工产品营销手段来说, 这种基于“互联网+”的营销活动在成本方面处于较低水平, 且成效更为理想。

### 2.3 知识化特征

知识经济促使企业在实际的经营生产活动中更加关注知识的积累, 而站在当前的油气田化工产品营销工作方面来看, 其也具有较为明显的知识化特征。在实际的油气田化工产品市场营销过程中, 相关人员更加重视自我提升, 为油气田化工产品营销活动的升级提供更好支持。

## 3 现代化市场环境下油气田化工产品的营销策略探究

### 3.1 将营销全程管理融入营销

为了确保客户可以在营销服务中获得更好地体验, 促使新客户发展为老客户, 并由老客户带动新客户, 在展开油气田化工产品的市场营销过程中, 应当切实关注对营销活动的全过程管理。具体而言, 在市场营销前期, 做好信息采集, 树立以客户为中心的决策机制, 准确描绘“客户画像”; 在市场营销中期, 合理利用现有资源, 制定相应的策略, 将可能发生的问题前置, 做好有效的保障机制; 在市场营销后期, 做好与客户之间的业务维系, 对客户的诉求进行倒推, 发现可能存在的风险问题, 做好后期业务保障。依托这样的营销服务手段, 能够为客户提供更为全面的营销服务, 也实现精准营销, 推动油气田化工产品营销工作的升级。

### 3.2 将文化营销策略纳入产品营销

打造良好的企业文化与品牌是现代化市场环境下展开油气田化工产品营销的重要路径, 具体而言, 依托企业文化与品牌建设获取更多的社会、市场认同, 形成更好的口碑, 并以此为基础进行油气田化工产品营销, 这样的市场营销方式为文化营销。实践中, 要求在企业内树立起统一的价值理念, 以此强化企业市场竞争力, 维护并提升油气田化工产品的市场占有率, 并在保证预期收益获取的同时收获超额收益。在构建企业文化的过程中, 要求在持续强化油气田化工产品营销宣传力度的同时, 组织、落实多样性的产品营销宣传活动, 由此树立起更好的产品口碑。现阶段, 人们对环境保护的关注度

大幅提升，因此在展开油气田化工产品的文化营销过程中，应当深入融合价值营销理念以及绿色营销理念。对于油气田化工产品而言，其在实际的生产过程中所产生的所有终端产品具备一定共性，这就要求着市场营销工作要切实围绕这一共性展开，在社会环境中树立起更为良好的企业形象，促使社会群众、客户对企业以及油气田化工产品的认可程度提升。而价值营销理念与绿色营销理念在油气田化工产品市场营销中的应用就能够达到上述效果，促使公众认可企业的绿色发展、可持续发展文化，由此增强消费者对企业油气田化工产品的青睐程度。基于这样的情况，企业要重视油气田化工产品价值的提升，推动产品市场营销效率增高；结合绿色发展文化理念的融入，促使企业的油气田化工产品可以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

### 3.3 将网络营销策略引入产品营销

“互联网+”背景下，信息技术、互联网技术在多个领域得到深入性应用，基于这样的情况，网络营销迅速发展，且在当前已然成为主流营销手段。网络营销的优势主要集中于以下几方面：第一，相比于其他油气田化工产品营销方法来说，网络营销所需要的成本支持更低，且回报相对较高。第二，由于网络营销借助于互联网展开，所以相应信息的传播范围更广泛，营销活动中的客户源也更加广阔。在互联网、相关电商平台的支持下，客户在获取油气田化工产品信息、购买产品与反馈使用体验时不会受到时间与空间的限制。通过在油气田化工产品的市场营销中引入网络营销策略，能够更迅速、全面获取客户反馈信息，深化与客户之间的交流深入程度，强化与客户的互动，促使客户对企业营销服务的满意程度大幅提升。同时，在网络营销的支持下，可以及时掌握市场变化以及客户对油气田化工产品需求的变化，以此为基础展开对油气田化工产品生产、营销活动的优化调整。打造专业的、一流的、便捷的油气田化工产品电商平台，是相关企业落实国家“互联网+”战略的重要举措，是深化“以客户为中心”理念、提高客户体验和满意度的重要举措，也是增强企业综合竞争实力、促进油气田化工产品营销升级的重要举措。油气田化工产品电商平台业务范围包括集中销售、企业自销以及炼油销售、润滑油、燃料油、催化剂等除成品油以外的全部炼油、化工产品，是展示企业形象，拓宽销售渠道，集成多个系统功能，为客户提供一站式服务的重要平台。

### 3.4 积极拓展产品的市场营销渠道

市场营销渠道的拓展是现代化市场背景下油气田化工产品营销的必然选择。实践中，应当积极参与多样性的产品展销会活动，如中国国际化工展览会等等。在相应展销会中开设展区，突出展示企业品牌形象、油气田化工产业及相关化工产品。同时，围绕油气田化工产品的推广营销组织企业展区活动，组织油气田化工产品经销公司旗下各大区化工品销售公司业务代表参加展会，并向参观者介绍推广相关产品，重点推广企业高品质油

气田化工产品的技术品质优势，推介结合市场需求推出的新型号产品，顺势与目标客户进行业务洽谈。参与展销会是现代化市场背景下进行油气田化工产品营销的重要渠道，可以向更多有一定合作、消费意向的客户推广油气田化工产品，提升营销活动的效率与精准程度，扩充营销渠道的同时，实现油气田化工产品市场营销工作的升级。在此基础上，应当积极将微博、微信等新媒体平台发展成为油气田化工产品营销渠道，依托社交媒体在快速、广泛传播信息的优势达到油气田化工产品推广的效果。相比于传统的产品推广模式而言，这种基于新媒体平台的油气田化工产品营销与宣传推广成效更为理想。

### 3.5 主动为客户提供产品匹配方案

针对大客户，应当依托个性化营销理念主动为其提供产品匹配方案，保证所提供的油气田化工产品可以切实满足其生产运营需要。而这一产品营销与服务手段也切实满足中国工业4.0升级的要求，为广大工业企业（客户企业）提供最优的油气田化工产品解决方案和技术服务，根据客户企业的真实工况开展油气田化工产品定制方案的研发和营销，以此获取更多客户的认可，并提升客户的忠诚度。

为了实现上述目标，在展开油气田化工产品的市场营销过程中，就需要相关工作人员深入解读、分析不同客户的现实需要，积极与目标客户进行交流沟通，依托现场考察、线上沟通交流等方式完成“一对一”的沟通，并结合客户所提供的资料与产品需求实施油气田化工产品的研发。在现代化市场背景下，个性化营销对于客户的差异性更为关注，即结合客户的价值水平、现实需求提供营销服务。而这这就要求着营销人员必须要提前全面了解客户资料、客户价值，实现对客户之间差别的精准区分，同时提供与客户综合情况更为匹配的油气田化工产品方案以及营销服务。通过利用客户的差异性展开对油气田化工产品的个性化营销，主要有以下几项优势：第一，确保油气田化工产品营销“个性化”工作有的放矢，对企业的有限资源进行汇总与集中，并在具有更高价值的客户方获取更高的经济收益。第二，参考现有的客户信息资料，对油气田化工产品的生产行为实施重新性设计，以此达到及时响应不同客户的价值需求。第三，依托对企业内现有“顾客数据库”的差异化处理，能够帮助企业在特定生产经营环境下迅速制定出更为合理的油气田化工产品营销战略。

综上所述，现代化市场背景下，油气田化工产品市场营销具备着明显的个性化、网络化以及知识化特征，相应营销策略也有待进一步更新优化，以此实现与时俱进。通过将营销全程管理融入营销、将文化营销策略纳入产品营销、将网络营销策略引入产品营销、积极拓展产品的市场营销渠道、主动为客户提供产品匹配方案等策略的落实，推动了油气田化工产品市场营销工作的升级，为油气田化工企业带来了更为理想的经济收益。