

浅谈我国石油机械市场营销策略研究

张雅南（中石化四机石油机械有限公司，湖北 荆州 434020）

摘要：全球一体化进程不断发展，推动市场和环境产生变革这也在一定程度上为我国石油机械企业的崛起与发展提供机遇，在国有企业、合资企业、民营企业并存的竞争市场，上述都在推动石油工业发展方面发挥着重要作用。然而，经济一体化的发展也促使石油机械制造业面临严峻挑战，而在这一市场经济背景下，如何在市场中增强核心竞争力，占据一席之地，已成为各企业首要考虑的问题。

关键词：石油机械；市场营销；营销策略；销售心理学

0 引言

石油机械行业在我国社会主义市场经济高速发展背景下获得迅速发展，同时伴随经济全球化进程不断加快，原有的石油机械销售策略难以满足现阶段经济发展需求，加之石油机械行业竞争日渐严峻，推动石油机械行业进入国际市场，而如何创新销售策略，现已成为企业销售人员所面临的主要问题。因此，企业需以现有资源为依据，探索出一条适合企业发展的经营销售之路。

1 我国石油机械行业发展现状

目前我国石油机械行业发展现状和前景，行业潜力仍有优势，所生产出的石油机械产品，无论是在质量层面或是在技术层面在国际市场已逐步成为领先水平，中国是发展中国家唯一能够生产出成套压裂机组，石油钻机的国家。江汉四机公司、胜利、宝石、兰石成功建设石油机械生产基地。我国江汉，华东，胜利，中原，大庆，川庆等地均为钻井、压裂设备石油机械应用基地，我国湖北、江苏、上海、重庆等地建立石油工具制造基地。我国石油机械产品的设计、研发与石油基地的建立、形成，都充分表明我国石油机械行业在质量与技术层面的良好发展态势。

2 我国石油机械行业市场营销现状

石油机械市场营销现状主要从如下几方面展开分析：

2.1 市场环境

现阶段全球能源供需存在短缺的问题，与以往价格形成机制，目前价格机制已产生显著改变，石油需求重心也处于潜移默化的变化之中，并逐渐向东部地区迁移。与此同时，伴随我国汽车保有量的持续增加，这无疑在一定程度上刺激石油消费产品的高速发展，需求也处于逐年提升的态势之中。现阶段这一背景下，为石油机械设备行业的再发展这种良好条件，同时也

为石油机械设备市场的发展孕育巨大的需求基础。

2.2 竞争力

中石化、中石油、中海油作为国内著名的三大油公司，集团实力深厚，中石化、中石油、中海油主营业务是石油开发与石油勘探，并在国内同行业成为佼佼者，各大工程公司在进行石油机械设备采购时，由于长期合作关系，可能更倾向于集团内部下属公司的产品。

2.3 竞争者

随着中国民营企业的崛起，市场中也涌入大量从事石油机械生产制造的民企，并在国内外市场中占据一席之地，这无疑在一定程度上加剧国有企业竞争压力。另外，虽然很多石油装备目前已经进行了国产化替代，但是部分油田片区对进口产品比较青睐，尤其是对可靠性、安全性以及自动化要求较高的石油机械设备。所以，要想在市场竞争中获得主动权，主要方式便是不断提升自身产品的科技含量水平，提高服务品质，抢占市场，只有如此才能够化被动为主动。

3 我国石油机械市场营销策略

3.1 加强销售细节管理

建立更完善、健全的石油机械行业合作营销机制，注重销售体系的不断完善。伴随石油机械行业竞争日渐激烈，销售主管领导需对产品的销售、生产、交付、发运、现场装配等各个环节予以高度重视，并推行严格管理制度，以此方可有效确保产品长期占据市场。例如，以用户对销售经理、服务人员反馈用户满意度调查结果作为考核员工工作能力的重要依据，并以此作为参考予以个人相应的奖励或惩处，全方位保障石油机械产品销售，深化企业品牌形象理念。

着重于科技研发，推动石油机械产品品质的不断提升，以石油机械行业所具备的自身优势为依据，通过高新技术的引入与充分应用，不断提高石油机械产

品的品质,强调新技术、新工艺、新材料的积极应用,通过这种方式实现用户群体的拓展,提升市场占有率。用户在选择机械产品时,通常将产品的安全性、可靠性、应急方案作为主要考虑因素,石油机械企业通过科技创新产品的方式,能够在提高石油这些企业品质的同时,满足用户日渐增长的需求。

注重先进制造工艺和先进设备的积极引入,确保所使用的加工工艺能够在充分满足相关质量要求还有一定的提升空间。比如,以油田作业中经常使用的重要耗材(高压流体控制元件)高压管汇件为例,作为油田施工作业重要的承压设备,其安全可靠一直是用户关注的重点,在对材料进行升级的同时,还应优化制造工艺,尤其是特殊过程中的质量控制。在向用户做产品推介时,可详细介绍,使用户了解产品的生产过程,从而提高对品牌的认可度。

始终坚持“用户至上,质量第一”的理念和原则,以高度的责任心和精湛的技艺,向顾客提供精良产品和优质服务,树立良好的企业形象并保持良好的企业信誉。应当意识到,影响石油机械行业发展和企业发展的重要因素就是产品质量,所以,以企业实际情况为基础,无论施工条件困难与否,均需最大程度的确保石油机械产品的质量,塑造品牌形象,以客户为先。与此同时,还应充分保障现场服务质量,为用户提供高水平的服务,关注品牌的销售、生产、管理、研发等多个环节,打造良好品牌形象,提高石油机械企业的信誉、声誉。

做好用户工作,产品销售也是在与打交道,销售经理就是产品的代言人。怎么去跟用户做的工作?怎么做的事?每一个销售经理都有自己的个性,每个区域或者站点的具体情况都不一样,各工程公司结算的流程也不一样,接触的用户个性也不同,都有自己的独特的人格魅力,自己的性格,所以说每个人处理事情的方式都不一样。因变化而取胜者之为神,水无常势、兵无常行,能够根据情况的变化而获胜,既要能够出人意料,又要根据对方的优势有地的放势,在做事和竞争时也要善于出奇制胜,打破常规,不走寻常路,善于出新招,奇招,怪招。

3.2 全程坚持市场导向

对于石油机械企业来说,为做好市场营销,把握正确的方向尤为重要。掌握正确营销方向的第一步便是调研市场,透彻、全面地了解市场具体情况,并以长期的工作经验为依据,判定目前石油机械企业在

市场上的今后发展趋势,在以市场形势的改变制定灵活、应变的营销策略。伴随近几年全球石油能源供需格局的变化,石油需求重心也逐渐转移,目前中国石油需求量正逐年增加,国内石油机械设备的需求量也日渐升高,这便是现阶段的石油市场环境,作为石油机械企业则需以真实的市场环境作为依据,评判现阶段真正的市场需求,不仅应评判市场环境,同时还应考虑市场竞争力。

伴随经济开放程度日渐加深,国有企业、合资企业、民营企业、国外各种厂家并存,无疑在一定程度上加大石油机械市场的竞争压力,国有企业在此情况下所受到的压力更为巨大,对于石油机械企业而言,只有掌握了解市场环境并清晰认知的市场竞争力,才能够制定适应当地的营销策略,力求做到因地制宜,以此不断增强企业的核心竞争力。加大产品拓展,在各大展会上亮相建立良好的品牌形象,在激烈的石油机械市场竞争中被更多的客户看见。现阶段,石油天然气作为极端重要的能源,在社会经济发展和人们日常生活中的重要性不言而喻,先进的石油机械产品市场需求量巨大,而国内企业在市场中占据优势,则需全程坚持将市场需求作为主要导向,面向用户,面向市场,面向新产品新技术,在市场中站稳脚跟,并在此基础上不断提高服务质量,获得更多的经济收益。不断磨炼产品技术,增强产品附加值,满足更多客户所提出的多样化需求。

3.3 提高企业服务质量

目前石油机械产品因受市场经济发展的影响,现已呈现明显的同质化趋势,价格也越发透明,因此在市场竞争中,产品价格、产品质量、也不断增强自身产品竞争力,提高服务质量作为重点,建立良好的市场口碑,并以此为基础,在市场中占据优势地位。更为直接的来说,便是在销售服务层面加大竞争力度。在企业产品品质、产品价格、产品质量,提高产品性价比,企业的服务质量才是企业能够在市场中体现竞争力优势的关键因素,因此对于企业来说需注重自身服务营销策略的积极完善,全面地做好产品的售后服务,以此获得客户对于产品,乃至对于企业的信任,而在具体操作过程中,如何才能提高企业服务质量主要可从如下几方面展开:

应立足于市场实际情况,将企业自身所具备的优势充分发挥,专注在大型石油钻采装备技术领域为客户提供一体化装备技术解决方案和设备全生命周期维

保服务。包括设备技术咨询、设备及配件销售、设备维修改造、设备检测、设备租赁服务等,在高效快速解决客户问题的同时获得客户的最大满意度。

应积极灵活的提高服务质量,特别是针对较为特殊的订单,可以通过适当改变服务期限的方式灵活应变,与此同时,还应制定健全的售后制度,定期组织相关技术人员对于产品的售后服务展开调研,从客户群体中了解产品的不足之处与产品的使用体验,为改进产品提供建议,对于客户针对产品所提出的建议需认真、虚心地接受,采纳合理建议,尊重客户,使客户感受到自己对于企业的重要性,满足客户多样化的需求,以此不断提高客户回购率。

在这一过程中还应注意石油机械产品应打破千篇一律的生产方式,比如可以客户所提出的多样化需求为依据,进行个性化的定制,拓展客户的产品选择空间,满足客户需求,只有如此才能帮助客户从根本上解决问题。

应加大工作人员培训力度,提高服务意识,使客户能够体会到专业、高品质的服务,建立健全的薪酬制度,调动服务人员工作积极性,提高服务质量,对于石油机械企业来说,为不断提高市场竞争力,积极探索灵活的营销策略尤为重要,以市场需求及客户需求为依据,并在此基础上不断提高产品质量,形成良好的品牌效应,增强企业竞争优势,推行品牌营销,提供优质个性化的服务,只有企业服务意识不断提高、深化,才能使客户体会到企业的真诚及对于自己的重视程度,吸引更多客户,拓展客户群体,只有客户基础稳定,才能市场中占据一席之地,而忠实的客户是企业长久发展的重要保障,所以企业在提供服务的过程中需秉持客户至上原则,以客户作为制定营销策略的中心,将为客户提供更为完善的售后服务及更优质的产品作为主要工作内容,提高客户对产品的满意程度,同时还应始终将客户利益放置在首位,通过优质的服务增强企业竞争优势,获得客户的信任,与客户达成成长久的合作。

建立完善的售后服务制度,坚持以敬畏之心对待市场,以感恩情怀服务客户,承诺“先修保运转,后理分责任”,当用户设备在作业过程中产生故障,我公司将本着客户利益最大化的原则,技术服务人员应在最短时间内到达现场或进行有效的回复,先行检查维修确保客户设备运转,后续再办理售后相关手续。良好的售后服务已经成为用户选择品牌的重要依据。

3.4 拓展市场营销渠道

新时代背景下的石油机械销售渠道主要分为多个系统,即多渠道营销系统、水平营销系统、垂直营销系统,上述营销系统与传统的营销方式相较而言销售成本更低,产品竞争力更大,大部分石油机械企业也更青睐于这一营销策略。此外在信息时代高速发展的背景下,电子平台营销也成为石油机械企业较为看重的一项销售渠道,与其他销售方式相较而言,这种营销方式成本更低,且不会受到地域与时间的束缚,企业可通过电子平台向世界各地传播服务理念、产品信息,收获大量订单,提高企业经济效益。

除此之外,还可以借助各种媒体进行产品的宣传,新媒体发展也带来更多新型的营销方式,多样化的维护方式给企业提供了丰富的表达空间。比如在自媒体高度发达的今天,微信、微博、短视频等媒介能够将产品信息洒向更多地方,同时降低了运营成本。在移动互联网时代,人们使用互联网和手机的时间越来越多,新媒体传播的内容更能触动使用者。同时新媒体的交互性决定了这一特点,使用者可以直接反馈产品、意见等,企业也能第一时间收集用户信息,提升产品优化,维护用户情绪等,逐步建立起更亲密的消费关系。

4 结束语

综上所述,市场经济高速发展背景下,我国石油机械企业为适应这一变化,需不断调整市场营销策略,引入先进的技术,提高产品质量,提升服务水平,仅有如此才能在激烈的市场竞争中发挥竞争优势,获得更为忠实的客户群体,在市场中获得长足发展,这也是推动企业可持续发展的重要手段,主要可采取如下策略,全程坚持市场导向、提高企业服务质量、拓展市场营销渠道,在满足客户需求的同时,树立良好品牌形象。

参考文献:

- [1] 张科锋.石油机械设备的质量控制[J].化工设计通讯,2021,47(06):31-32.
- [2] 尹倩.石油机械销售问题及解决策略研究[J].知识经济,2020(12):44-45+47.
- [3] 马艳.石油机械销售现状及解决策略分析[J].现代经济信息,2018(09):343.

作者简介:

张雅南(1982-),女,汉族,湖北荆州人,研究方向:销售技巧与策略。