

天然气销售特点与营销策略思索

伏鑫(中国石油天然气股份有限公司天然气销售辽宁分公司, 辽宁 沈阳 110014)

摘要:近年来,我国大力推行绿色发展,人们的绿色环保意识也逐渐增强,越来越重视绿色能源的开发与应用。而天然气作为重要的绿色清洁能源之一,其能够有效减少环境污染问题。但目前,天然气能源的应用还需进一步强化,其市场销售与营销还存在部分问题与缺陷,制约了天然气产业的发展。因此,为进一步提高天然气能源的应用,强化天然气的销售与营销,本文的主要内容是分析与研究天然气销售的特点与营销策略,以此为相关工作人员提供参考与借鉴。

关键词:天然气;销售特点;营销策略

0 引言

随着我国生态环境污染问题的日益加剧,天然气清洁能源的推广与应用越来越受到人们的重视。但现阶段,我国天然气能源的市场销售主要是以公共性产业为主,相关企业所应用的销售理念与营销方式较为落后,已经不能充分适用于现代市场发展需求。因此,为了进一步推广天然气能源,强化其的市场营销,本文的主要内容是通过分析天然气的销售特点,进而讨论与研究天然气营销的具体策略。

1 天然气销售的特点分析

1.1 天然气能源产品的主要内涵要点

现阶段,天然气能源的销售普遍是以天然气为主制定的一系列产品,其产品类型主要涵盖丁烷、乙烷等。不仅如此,众所周知,天然气属于绿色清洁能源,其来源于煤层内部,因此天然气在燃烧后所造成的环境污染与不良影响十分小,燃烧后也不会留有废弃物,能够在保障安全的同时,减少传统能源使用后所造成的环境污染。所以,天然气能源相关的产品具有较为不错的发展前景,被广泛应用于各个领域,深受人们的喜爱^[1]。

1.2 天然气销售性质具有较为明显的差异特点

天然气销售性质的差异是当前天然气产品销售过程中较为普遍存在的问题。实际上,天然气产品的销售群体十分庞大,涵盖众多行业、企业以及工厂等,客户群体的多样性使得天然气销售服务与管理较为复杂与困难,销售服务的差异性使得回收天然气费用较难统一标准^[2]。不仅如此,由于天然气产品自身性质的特征,其产品生产以及运输要求与标准较为严格,这使得其产品销售性质也愈为明显,需要相关企业制定高标准的销售服务与管理,才能进一步拓展天然气销售市场。

1.3 天然气销售具有较为明显的地域性和系统性特点

对于天然气的销售工作而言,其具备较强的地域性特点,虽然天然气在实际运输过程中仅通过管道便可完成运输工作,但此种运输方式对运输范围造成了较大的局限性,只能运输至管道覆盖区域,而在对此类管道进行构建与施工时,有基本只能按指定管道路线进行施工,因此天然气销售在实际销售过程中缺乏较强的流动性。除此之外,天然气在销售过程中具备较强的系统性,无论是天然气的上属企业还是天然气的下属企业其本身在销售过程中的成本均会提高,而企业对管道质量的要求在成本提高的幅度中占比较大,另外,企业在对天然气管道进行日常维护与保养时也会无形中增加销售成本,但其经济效益周期却很难进行精准计算。

1.4 天然气销售具有较为明显的公益性与战略性特点

现阶段,我国天然气在实际使用过程中具备较强的公用性,天然气销售可以在一定程度上提高居民生活与工作的便利性并降低居民生活开销,但天然气在营销市场中并未形成可靠的营销链。同时,天然气作为国家十分重要的战略资源之一,其在实际销售过程中会受到多方面因素的干扰,例如国家政策等,所以在销售过程中需要根据实际情况制定符合当前形势的销售模式与销售方向,而此种形式会无形中增加其销售难度。

1.5 天然气销售具有较为明显的应季特点

天然气销售具备极强的季节性特点,不同季节会对天然气销售带来较大的影响,用户在使用天然气的量与频率上会随着季节的不同出现明显的差异性。例如,天然气在实际销售过程中可能会因销售环境不同、销售地区不同而出现明显的淡季与旺季特点,所以,在销售天然气时需要做到因地制宜,根据实际情况、

各地区环境特点、季节特点以及用户实际需求特点制定科学合理的营销方案,以此保证天然气营销企业所获得的经济效益完全达到预期^[3]。

2 天然气能源市场营销策略研究

2.1 优化与创新新时代、新发展营销理念

通过对我国天然气销售特点进行充分分析,在构建天然气营销策略时,必须要结合实际情况为相关企业树立与时代发展相契合的营销观念,明确天然气的特点,开展具备针对性的销售模式,虽然天然气在实际销售过程中会因自身特殊性在一定程度上阻碍销售,但通过全面分析市场规律与各个时期天然气需求量,并在制定销售方案时将对市场全面调研的数据信息作为基础,而后对天然气销售人员进行全方位的规范管理,以此可以有效降低天然气销售难度。

在开展天然气销售工作时需要结合市场变化趋势建立全面的销售策略,以此保证制定的销售策略具备较强的专业性、灵活性以及全面性,可以根据市场变化灵活进行调整,从而使销售模式始终符合当前市场形势与需求,以此提高天然气企业在市场中的核心竞争力^[4]。

在建立销售方案时,需要将用户作为主体,将服务质量与产品质量放在首位,在实际销售工作中,相关销售人员要时刻秉承以人为本的工作理念,为用户提供稳定且可靠的天然气销售工作的评判途径,通过收集用户对天然气销售工作的意见与建议,对天然气销售工作进行优化,并结合用户实际需求积极探索并开发新型天然气产品,以此有效满足用户对天然气产品的多样化需求,切实增加用户对天然气产品的满意度。若想有效发挥出销售方案的效果,则需要专业性强、综合素质高的销售团队开展相关业务。

实际上,企业内部所制定的天然气营销方案的最终执行效果与营销团队的执行力、专业程度以及和团队配合度密切相关。对于企业管理人员而言,必须结合企业实际管理与市场规划方案积极引进匹配度高的专业技术人才,同时通过系统性的人才培养机制与方案,强化人才的工作素养,进而快速搭建专业营销团队,稳步提高天然气销售的市场份额,增加天然气的经济效益。

2.2 灵活制定天然气能源销售价格,科学开发天然气销售市场

通过上述对天然气销售特点进行的分析可以发现,天然气销售具备地域性、应季性等特点,因此,

相关企业需要根据天然气销售的各个特点灵活制定天然气能源销售的价格,进而减少各个销售特点给天然气营销所带来的不良影响。例如,针对天然气销售的应季特点而言,企业可以根据实际的销售量制定差异化的营销策略,在天然气销售旺季的定价可以以市场结果为导向进行实时的收费,对超出基本标准用量的天然气进行高标准收费。而在天然气销售淡季的定价可以以惠民为导向进行优惠收费,提高大批量购买天然气用量的优惠力度,进而有效平衡天然气销售与营销在不同季节时的差异^[5]。

2.3 强化天然气销售管理,提高企业的核心竞争力

若想确保天然气销售在实际销售过程中避免可能存在的各类因素对其销售过程产生影响,则需要相关工作人员结合实际情况规范天然气市场的销售管理制度。天然气企业在营销过程中,需要提高对市场中国外天然气企业的重视。

通过结合实际情况对天然气行业的营销方式与营销方向进行精化和拓宽,则可以保证在实际竞争过程中稳定国有天然气企业在市场中的地位与市场份额,从而达到以降低煤炭、石油等能源市场空间,提高天然气在市场中的地位。天然气企业需要积极探索并挖掘可能存在的潜在用户,以此提高天然气在能源市场中的竞争力^[6]。另外,也需要结合实际情况制定科学合理的天然气销售价格,对于任何物品而言,其价格是左右该物品在市场中是否具备竞争力的重要因素之一,因为消费者十分看重价格。因此,天然气企业在制定天然气价格时需要对市场进行全面的调查与分析,并结合不同类型天然气的特点与优势,尽可能使价格更加亲民,从而确保天然气在市场中占据较大优势。

2.4 提高天然气能源的品牌效益

对于现阶段的市场销售而言,搭建优异的品牌效益可以提高市场销售渠道与广度,进而有效增加天然气相关产品的市场份额^[7]。所以,相关企业所应用的传统的天然气营销理念与策略已经不再适用于现代化的市场营销模式,相关营销工作人员需要结合天然气产品与企业自身的管理和发展情况,有针对性的搭建良好的天然气品牌,进而通过全面的专属营销方案去提高天然气产品的市场品牌知名度与满意度,最终充分发挥天然气产品的品牌效益。因此,相关企业应树立正确、现代化的营销理念,基于发挥品牌效益、提高品牌知名度的视角去制定系统化的天然气产品营销

策略。不仅如此,相关营销工作人员在实施营销策略的过程中,要及时获取与汇总天然气市场以及政府政策的动态变化,并根据具体的动态变化及时调整市场营销手段与策略,确保天然气产品的营销策略具备优异的及时性。

除此之外,相关企业还需要持续强化销售与营销团队的用户服务质量,根据天然气销售市场的特点与普遍性规律,按照阶段性营销目标去做好天然气销售市场的实地调研,结合实地调研报告去进一步详细分析天然气销售与营销策略的不足之处,进而逐步完善天然气的销售与营销策略,为企业后续制定长期的天然气营销策略提供详细、全面的参考数据,并帮助企业进一步获取用户的消费心理,解决用户消费与天然气产品营销之间的矛盾与问题,最终有效扩大天然气产品的品牌效益。

另外,若想保证天然气行业在新时代中具备一席之地,拥有较强的核心竞争力,则需要结合实际市场情况,充分分析当前社会实际需求构建因地制宜的营销策略,保证其策略具备全面性、时效性等特点。除此之外,天然气销售人员也需提高自身服务质量,增强对新市场策略研究与销售市场调研等相关工作的力度,通过对销售区域进行划分,根据不同区域的实际特点制定具备针对性的营销策略,同时对各个地区中可能存在营销阻碍的因素进行全面的调查与分析,根据不同类型的营销阻碍制定针对性的对策,以此有效降低此类因素对天然气营销工作的影响^[8]。在任何销售过程中出现的问题,天然气企业都需要进行换位思考,站在消费者角度对所出现的问题进行全面的分析与综合的考量,从而保证快速解决消费者在实际消费过程中所存在的困扰与矛盾,进而为天然气企业构建良好的品牌效益打下夯实的基础。

加强对天然气自身所具备的优势的宣传力度,例如耐存储性、运输速度快等特点,在销售过程中加强对天然气优势的宣传。现阶段,多数消费者并未充分认识到天然气所具备的优势,而部分天然气企业也并未有效意识到消费者未充分认识天然气,天然气企业仅仅是单纯的认为消费者已经足够了解天然气的特点,但在实际生活中,多数消费者缺乏对天然气的客观认识,此种矛盾现象导致天然气企业在无形之中丧失了部分潜在客户。因此,天然气企业需要结合实际情况,利用现阶段较为主流的宣传方式,如新媒体宣传方式等,对天然气优势与特点进行大力宣传,以此

切实有效地达到引导大众全面且正确的了解天然气的优势与特点。

在宣传过程中,天然气企业要充分利用宣传氛围为天然气构建良好的形象与品牌效应,以此确保充分获取到用户对天然气的信任度,而后结合市场中用户对天然气的实际态度,制定具备针对性的广告宣传方案,在该方案中要将不同天然气类型与具体使用用途清晰表明,以此有效满足不同需求类型的消费者。充分利用网络营销特点为天然气企业树立良好的形象,不仅可以切实有效地推进天然气市场的良性竞争,同时也利于企业自身的知名度提升。

3 结束语

综上所述,随着时代的不断发展,天然气能源的销售与营销方式方法需要进一步优化与创新,相关企业要紧跟时代与市场发展需求,树立科学的天然气销售与营销理念,根据市场的动态变化,灵活进行天然气能源销售定价,并进一步强化天然气能源的销售管理,进而逐步提高新时代下天然气企业的核心竞争力,充分发挥天然气能源的品牌效益,推动天然气行业的长期可持续发展,践行我国绿色环保理念。

参考文献:

- [1] 陈伟峰. 建筑工程管理的现状分析及控制策略探究[J]. 江西建材, 2021(5):163-164.
- [2] 李红平. 天然气销售特点及营销策略研究[J]. 中国化工贸易, 2020(33):6-7.
- [3] 杜奇平, 袁灿, 杨雅雯, 等. 关于对天然气客户实施全生命周期管理的几点建议[J]. 天然气技术与经济, 2021,15(6):58-62.
- [4] 焦健. 天然气销售企业营销策略研究[J]. 中国集体经济, 2021(16):71-72.
- [5] 黄维和, 张曦, 张晗, 等. 天然气销售企业人工智能技术应用研究[J]. 油气与新能源, 2022,34(1):1-6.
- [6] 张阳阳. 工作流在天然气销售计划系统中的应用[J]. 化工设计通讯, 2021,47(1):153-154.
- [7] 何畏. 天然气销售特点及营销策略分析[J]. 经济师, 2020(4):289,293.
- [8] 李楠. 新形势下我国天然气营销体系建设的研究[J]. 中国石油和化工标准与质量, 2020,40(15):94-95.

作者简介:

伏鑫(1990-),男,汉族,辽宁盖州人,本科学历,经济师,研究方向:天然气销售。