

提高精细化工企业销售质量的思考 and 探索

陆惠仙（浙江伟博化工科技有限公司，浙江 海盐 314305）

摘要：随着社会经济的快速发展，对精细化工企业销售质量提出了更高的要求。对此，精细化工企业必须对自身企业销售工作有一个正确的认识，并在原有基础上不断地创新和完善，从根本上提高销售质量。本文从精细化工企业的概念、企业销售质量的服务要求和地位作用、精细化工企业销售质量的现状以及提高精细化工企业销售质量的思考和探索等方面进行分析，望对相关人员有所帮助。

关键词：精细化工企业；销售质量；企业销售

0 引言

如今处于新时期新形势背景下，精细化工企业销售工作必须要紧跟时代发展的步伐，使其能够更加符合市场变化，在市场中占据一席之地。对此，精细化工企业需要改变传统销售理念和方式，并不断学习现代化销售思想，利用信息技术等工具打开销售新思路，这样才能确保精细化工企业的进一步发展。

1 精细化工企业的概念

精细化工企业：以基础化学工业生产的初级或次级化学品、生物质材料等为起始原料，进行深加工而制取具有特定功能、特定用途、小批量、多品种、附加值高和技术密集的精细化工产品的工厂。从定义上看，生产精细化工产品的工厂（企业），是精细化工企业的上位概念。

精细化工企业是生产精细化工产品的企业中，具有以下特征的那部分：即：

- ①品种多，更新换代快；
- ②产量小，大多以间歇方式生产；
- ③具有功能性或最终使用性；
- ④许多为复配性产品，配方等技术决定产品性能；
- ⑤产品质量要求高；
- ⑥商品性强，多数以商品名销售；
- ⑦技术密集高，要求不断进行新产品的技术开发和应用技术的研究，重视技术服务；
- ⑧设备投资较小；
- ⑨附加价值率高等。

2 精细化工企业销售质量的现状

2.1 销售管理模式传统陈旧

社会随时随地都在改变，市场环境也是各不相同，这也导致精细化工企业在发展的同时难免会遇到一些问题。在这一背景下，想要确保企业的可持续性发展，则需要保障企业每项业务都能与时代接轨，并具有先

进性^[1]。但是根据实际情况来看，部分精细化工企业在销售过程中，无论是思维方式还是管理模式都过于陈旧，许多现代化理念和方式都未曾普及，导致精细化工企业销售质量停滞不前，也不能将项目工作和企业发展相连接，若是长期处于这一思想，必定会影响销售质量，甚至不利于企业更好发展。

2.2 合作客户管理力度不强

精细化工企业产品和销售项目主要是面向客户，当客户有意向后则需要将相关规定落实到合同中。因此，在精细化工企业管理过程中，客户管理和合同都占据着十分重要的位置，如果这一步骤出现了问题，不仅会影响销售计划的正常实施，也会引起利益经济受损等问题。在实际操作过程中，部分精细化工企业销售管理阶段的客户和合同管理均存在针对性较弱、前瞻性不强等问题，这也是为什么客户和合同追踪会出现问题的主要原因之一。

2.3 缺乏强有力的销售管理队伍

精细化工企业销售人员是销售团队的主体，而确保销售人员能够按时完成规定任务、保障销售部门和其他部门之间的沟通、促进销售队伍的成长则是销售管理人员首先要落实的工作之一。在日常实践中，经常会出现销售人员内部恶意抢单、对外独自谈合作等情况，这些情况不仅不能有效完成销售规划，也会影响企业销售内部环境。而且，精细化工企业销售队伍管理欠缺，也会将企业的不足之处暴露出来，进而出现销售人员自身能力不足、服务水平低下等情况，这也会对企业的可持续发展造成较大的损失^[2]。

2.4 企业市场开发能力偏弱

随着社会经济的快速发展，市场环境处于不断地变化的背景下，不仅对企业发展造成了较大的影响，也对企业销售计划、执行等起到了决定性作用。站在企业的角度，开发市场是保障销售质量的基础，但是

部分企业销售人员、管理者并未重视市场开发管理,对市场信息搜集、开发新客户、维护老客户等方面也没有给予较多的关注,使得企业市场发展水平偏弱,无法进一步提高销售质量和效率。

2.5 应收帐款回收存在难处

应收帐款回收困难可以说是任何企业在销售过程中的难题之一,指的是企业在销售产品时,结款方式为账期形式,合作企业习惯性以赊账形式来交易,进而导致应收账款回收存在难处。造成上述问题的主要原因大致可以分为以下几种:

第一,企业在进行销售工作时,企业没有规范合同管理,也没有严格规定账款付款方式和结款账期,更没有分类管理客户方。在销售人员签订合同前,既没有按照规定审查合作对象的信用资信,也未曾落实评审工作,对部分合作企业没有进行相应的跟踪调查,导致部分合作企业并不具备还款能力,最后企业遭受大量损失。因此,盲目拓展销售途径可能会对企业的运营、资金周转等造成影响。

第二,由于企业内部销售财务人员工作有所欠缺,没有跟合作企业进行及时的应收账款催收,使得企业内部坏账过多,追其根本是因为财务部门,销售部门的信息数据不能共享,各个部门之间没有进行及时地沟通,所以才会影响应收帐款回收。

第三,企业资金回笼工作缺乏强有力地管理,无法与企业的正常运行持平,其主要是因为企业内部工作职责划分不清晰,数据更改混乱,票证丢失等,上述情况也都会导致回笼资金账目混乱等,从而阻碍精细化工企业的长期发展。

2.6 销售内部信息速度较慢

精细化工企业想要使内部销售控制工作顺利开展,首先应当加快内部信息传递速度,这样不仅能够让销售人员对当地市场情况有一个全面的了解,也能随时进行调整,制定合适的销售方案,保障销售工作的顺利实施。但根据当前部分精细化工企业销售情况来看,信息传递速度有所欠缺,同时还缺乏时效性和全面性,不利于提高销售质量^[3]。

第一,企业内部没有制定相对完善的销售信息系统平台,在传递消息时可能会因为企业外部、内部环境等各个方面因素而造成信息丧失真实性和全面性,进而对精细化工企业提高销售质量造成不良影响,致使其无法为后续销售工作提供真实有用的数据。另外,如果出现信息失真问题还可以对企业销售内部控制产

生不可忽视的影响,最终影响企业的经济效益。

第二,部分精细化工企业在提高销售质量过程中,习惯性采取金字塔式内部管控制度,事实上该方式在一定程度上可能会增加企业的销售成本,而且也不会对数据传递产生实质性的效果,甚至还会影响销售质量和效率。

3 提高精细化工企业销售质量的思考和探索

3.1 建立科学合理的销售管理体系

想要提高精细化工企业销售质量,必须要建立科学合理的销售管理体系,才能将其落实到各项工作中,而非表面功夫,具体如下:首先,健全的销售管理制度是十分有必要的,其中包含销售人员的绩效考核等。企业要通过科学合理的绩效考核奖励制度激发销售人员的工作热情和积极性,以此来提高工作效率和质量,同时也通过精细化工企业销售管理标准对销售人员进行相应的管理,从而促进销售工作的进一步发展^[4]。其次,企业管理者自身需要对企业内部情况有一个充分的了解,以自身的实际需求为基础,再结合内部设置相应的组织机构,明确每个部门、每个人员的责任和义务,避免因职责不明而造成企业利润受损的问题,这样便能在最大程度上发挥销售人员的最大作用。

3.2 完善企业销售管理制度

企业销售质量是整个销售工作的核心,也是最终的目的,更是促进后续销售工作的基础。对此,企业应当根据自身的实际情况,制定完善的企业销售管理制度,实现提高精细化工企业销售质量的目的,当然在这个过程中也需要细化整个销售标准,比如企业销售的可行性、经营范围、具体管理内容、定位等等,这些都需要纳入到相关销售规划中。其次,企业管理者在制定销售管理战略时应当着重关注销售形式,尽可能以自身实际情况为基础,选择合适的销售、营销方式,比如品牌效应,随着近些年社会经济的快速发展,人们越来越重视品牌效应,企业可以以营销策略为导向,结合其他的销售方式开展营销管理工作,实现精细化工企业发展。最后,企业也可以根据项目的进度调整营销方式,比如交易营销、管理营销等等,这样一来,不仅能够实现精细化工企业销售的多元化发展,也能提高整个企业的销售质量和效率。

3.3 强化应收账款催收工作的效率

精细化工企业既要保障销售目标,也要获得相应的经济效益,则需要提高企业应收账款的催收效率,确保企业能够及时收回应收账款。首先,精细化工企

业为了避免企业无法偿还应收账款问题,应该在销售工作和签订销售合同之前深入了解合作单位的还债能力和资信情况,并对其进行分类管理,确保合作企业的资信情况能够达到相关标准,之后再行后续合作。其次,在精细化工企业销售管理过程中,先要让销售人员和财务人员尽可能地去搜集赊销项目的应收账款信息,使财务人员能够提供完整的收款信息,确保企业财务人员可以按照合同签订情况对应收账款进行催收,保障企业资金的正常运转,避免给企业带来不好的影响。最后,精细化工企业销售管理者要把控资金回笼管理力度,并根据企业的实际情况,建立合适的资金回流管理制度体系,以此来规范企业的银行存款业务、现金收支业务等,从基础上提高精细化工企业销售质量^[5]。

3.4 加强销售信息传递的有效性

精细化工企业在进行销售管理工作时需要做到信息传递的真实有效性和及时性,这样才能让企业管理者对市场销售情况进行有效的分析和正确的判断,进而帮助企业领导制定适合的销售管理策略。首先,在精细化工企业销售管理内部控制过程中,管理者需要明确销售组织结构、销售目标,并再此基础上建立良好的销售信息传递系统,以此来解决一层一层往下传递消息的形式,尽可能地减少信息传递的流程,避免因为流程过于繁琐而导致企业人力、资金、项目、销售等各个方面受影响的情况。其次,构建网络营销模式,提高销售质量。要重视网络营销模式,强化网络平台的构建。以互联网大数据技术完善互联网销售平台,同时,企业也可以扩大网络平台的销售范围,将企业发展到国内外市场,但是在这个过程中需要加强产品的宣传力度,也要保障产品的质量,把产品宣传融入到网络用户的生活中,以此来吸引更多地客户进行购买。最后,定期分析企业销售管理中的各个环节流程,不断优化、完善销售环节中的内部信息链,减少不必要的流程,提高信息的真实有效性。企业可以根据内部审计、内部控制评价,把信息、沟通等作为内部控制的主要考察点,以重要性分析来判断销售信息的质量^[6]。

3.5 明确销售特色,提高顾客满意度

精细化工企业背景下的销售发展策略不仅仅与现代化营销服务有关,也与自身企业的可持续性发展有关。自从改革开放以来,我国精细化工企业的经济发展呈现了较好的发展形式,为了能够最好程度展现我

国经济社会发展的总体情况,精细化工企业也应当慢慢优化、完善与调整,使其能够走向服务市场营销发展战略。对于我国当前发展情况来看,想要提高精细化工企业销售质量,也需要明确企业特色,才能制定有效的销售战略,促进企业更好发展。比如,加强销售人员的管理质量,培养销售人员的综合素养,按照相关规定落实各项工作体系,最好能够将每个项目落实到个人身上,这样才能增加客户满意度。众所周知,客户的品位和需求与社会发展息息相关,消费群体也会随之发生改变,而这便需要精细化工企业深入了解市场需求和客户需求,在原有基础上提高服务质量。对此,销售人员可以把客户想法、建议及时向领导反馈,领导再对客户的想法和建议进行分析和整理,进而制定针对性的解决措施,以此来满足客户的合理需求。

4 结束语

总而言之,提高精细化工企业销售质量不是一朝一夕能够完成的,再加上如今市场竞争越来越激烈,精细化工企业想要在这个市场下生存并发展,必须要改革销售方式,学习现代化销售理念,建立符合自身企业发展的企业文化,同时还要制定多样化的营销管理方案,树立可持续发展的目标,这样才能真正提高精细化工企业销售质量,为客户提供高质量的服务。

参考文献:

- [1] 张安伟.企业销售管理的现状与对策探究[J].营销界,2020(52):140-141.
- [2] 左子翔.如何提升企业后勤管理水平和服务质量的思考[J].经济学,2022,5(4):16-18.
- [3] 卢博文.精细化工专业实验教学改革探索与实践——评《精细化工专业实验教程》[J].塑料工业,2022,50(4):195-196.
- [4] 廖侠.以调研强作风提高管理质量的思考与探索[J].福建轻纺,2021(6):16-19.
- [5] 陆承棣.浅谈精细化工企业的安全管理措施[J].中文科技期刊数据库(引文版)工程技术,2022(7):346-349.
- [6] 王冠利,王露阳,王介峰.化工企业人才培养模式的探索与思考[J].东西南北,2019,000(006):174-174.

作者简介:

陆惠仙(1974-),女,汉族,籍贯:浙江省嘉兴市海宁市,大专,工程师,研究方向:精细化工产品生产企业的企业管理。