

新媒体时代下石化企业成品油绿色营销策略研究

任 婕 (中国石化燃料油销售有限公司江苏分公司, 江苏 南京 210003)

摘 要: 绿色营销可以促进企业的发展, 为了实现石化企业的可持续发展, 利用新媒体时代的营销优势, 以其下游成品油销售企业为研究对象, 开展成品油绿色营销策略研究。根据国际成品油市场的供需变化趋势, 分析了成品油销售企业开展成品油绿色营销的重要性。在新媒体时代下, 通过加强绿色价值宣传力度、推行清洁生产、应用多媒体完成成品油宣传推广、全面推进异业联盟建设、拓展绿色营销渠道等方式对成品油进行绿色营销, 促进成品油销售企业的可持续发展。

关键词: 新媒体时代; 成品油营销; 绿色营销策略

0 引言

绿色营销就是在市场销售过程中, 要注重对地球资源的保护、对污染的控制、对生态的保护, 以及对可再生资源的合理循环利用。绿色营销是一种以维护生态环境为目标, 实现用户与运营商之间社会需要的有效管理。作为石油化工企业, 应该深刻地意识到这个重大的市场需求和发展的方向, 并在此背景下针对消费者的绿色消费心态以及其自身的特征, 开展一系列绿色营销策略。

1 国际成品油市场的供需变化趋势

国际成品油的供需变化趋势主要受到多种因素影响, 如全球经济增长速度、地缘政治风险、环保规定等。全球经济增长速度的波动对成品油市场的需求产生巨大影响。当经济增长迅速时, 成品油需求通常会增加; 相反, 当经济增长放缓时, 成品油需求通常会减少。

根据 IMF 在《世界经济展望》中的预测, 全球经济正在以 4.3% 的速度增长, 尽管与上年同期的 5.1% 相比有所下降, 但不可否认的是, 全球的经济依然处在快速发展阶段, 由此可以看出, 石化企业在去年的成品油消费增长趋势在今年还会继续。总的来说, 国际成品油市场的供需变化趋势随着不同因素的影响不断变幻, 成品油销售企业需要密切关注全球经济和政治状况以及环保法规变化等, 以更好地制定自己的企业战略和发展方向。

2 开展成品油绿色营销的重要性

2.1 有利于贯彻可持续发展战略

成品油销售企业开展绿色营销有利于贯彻可持续发展战略。一是绿色营销可以提高企业的环保形象, 引导消费者更加重视环保、节能和可持续发展, 这样可以增加消费者对企业的信任 and 好感度, 拓展企业的

品牌影响力和市场份额。其二, 绿色营销可以帮助企业优化产品结构, 推广环保、高效、低碳的成品油产品, 满足消费者对环保、节能的需求, 从而推动企业结构调整和转型升级。第三, 绿色营销可以帮助企业在环保、可持续发展领域发挥社会责任, 并推动社会的环保意识的提升, 形成良性的社会循环。总之, 成品油销售企业如果能够开展绿色营销, 不仅对企业自身发展有益, 同时也对整个社会产生积极的影响, 推动可持续发展战略的贯彻落实。

2.2 可更好地满足消费者需求

成品油销售企业开展绿色营销可以更好地满足消费者的需求。一方面, 随着社会环保意识的逐渐提高, 消费者越来越重视环保和可持续发展问题。因此, 成品油销售企业开展绿色营销, 推广环保、高效、低碳的成品油产品, 可更好地满足消费者对环保、节能的需求。另一方面, 随着经济发展和城市化进程的加速, 消费者对汽车的需求也不断增加。而对于汽车消费者而言, 成品油是必需的消费品之一。因此, 成品油销售企业如果能够提供更加环保、低碳的产品, 就能更好地满足消费者的需求。此外, 成品油销售企业通过开展绿色营销, 还可以推广节油和节能技术, 提高产品质量和附加值, 进而提高消费者的购买信心和忠诚度。总之, 成品油销售企业开展绿色营销可以更好地满足消费者的需求, 提高消费者的环保意识和购买行为, 同时也可以促进企业的可持续发展和社会责任落实。

2.3 有利于增强企业活力

成品油销售企业开展绿色营销有利于增强企业活力。一是开展绿色营销有助于提升企业形象和品牌价值。在社会环保意识逐渐提高的背景下, 企业通过提供绿色环保的成品油产品和服务, 可以树立良好的企

业形象和品牌形象,赢取消费者的信任和好感,进而提高销售额和市场份额。二是绿色营销有利于创新业务模式和拓展新的营销领域。成品油销售企业可以通过绿色营销活动,结合新技术、新服务等组合开发新产品,拓展新市场。三是开展绿色营销还可以提高企业的市场竞争力和抗风险能力。随着环保法规、质量标准等要求愈发严格,绿色成品油产品和服务的竞争优势将越来越明显。而在面对宏观经济波动和市场风险时,企业通过开展绿色营销,可以更好地适应市场需求和调整市场策略,降低市场风险和经营风险。因此,成品油销售企业开展绿色营销有利于提升企业活力,增强企业的竞争力和市场份额,实现可持续发展。

2.4 有利于促进企业文化建设

成品油销售企业开展绿色营销还有利于促进企业文化建设。首先,成品油销售企业通过开展绿色营销可以提高员工环保意识。企业可以通过内部培训、讲座等方式,向员工宣传环保理念,引导员工从个人角度出发,从行动上支持企业环保方针,积极参与社会环保活动,从而不断增强员工的环保意识和环境责任感。第二,绿色营销可以带动企业创新和团队合作意识的提升。为了开展绿色营销活动,企业需要加强内外部合作,通过与环保组织、专业机构等合作,积极推动成品油行业绿色、可持续发展,从而提高企业的责任感和使命感,进而加强企业员工的创新动力和团队合作精神。此外,开展绿色营销也有利于增强企业的社会责任感。通过开展绿色营销活动,企业向社会传达自己对环境保护和可持续发展的积极态度,同时也体现出企业郑重对待社会责任的态度,增强企业的社会形象和社会责任感^[1]。因此,成品油销售企业开展绿色营销有利于促进企业文化建设,提高员工环保意识和团队合作精神,增强企业的社会责任感和形象,为企业可持续发展奠定良好基础。

3 石化企业成品油绿色营销策略

3.1 加强绿色价值宣传力度

在这个充满竞争的市场中,成品油销售企业销售产品的绿色价值,若不与顾客进行良好的交流、推广,则无法为广大消费者或使用用户所认识,进而制约其对成品油的认知,使其具有的环保价值无法得到消费者认可,阻碍成品油销售企业绿色化商品价值顺利达成,制约了成品油销售企业的成品油在绿色市场方面的推广。所以,应该借助新媒体多渠道宣传的特点,加强人民群众对成品油销售企业销售产品环保性的认识。

在新媒体时代,成品油销售企业在开展成品油绿色营销活动时应利用其渠道广的特点,通过微博、抖音等新媒体平台宣传成品油产品的绿色价值,加深消费者对成品油产品的认识,并以此为基础,为消费者创造绿色消费需求,引导消费者朝着绿色化方向发展。

3.2 推行清洁生产

成品油销售企业在展开绿色营销时,可在一定程度上促进化工企业推行清洁生产。化工企业作为其销售企业的上游企业,首先应强化对成品油产品的生产管理。实行工作与指标责任制,尽量减少人工造成成品油资源的浪费,避免对生态环境造成污染;强化生产装备的绿色管理,改善装备的完成率和利用率,严格审核物料及生产流程,合理地安排生产计划;组织绿色生产,使环保意识融入到化工企业的成品油生产之中,优化原材料、辅料的供给。其次,改善成品油的生产工艺。通过对成品油产品的研究,优化工艺以提高产量,降低材料和能源消耗,减少污染,进一步提高成品油产品质量。最后,加快石化企业的技术革新,提升技术设备和技术水准,采取重大科技攻关,实行洁净生产及针对材料、废物的回收再利用,以实现资源化、减量化、无害化、降低污染等目标。

3.3 应用多媒体完成成品油宣传推广

成品油销售企业可在新媒体背景下与化工企业生产联动,加大对成品油的宣传工作。可以借助新媒体平台,如抖音、快手、微信等,以“短视频”等形式介绍其供应的成品油的环保特点和来源。这些形式的宣传既具有趣味性和吸引力,同时也具备传播力和便捷性,可更加有效地吸引消费者的目光。通过介绍成品油的来源和处理方式等信息,企业可让消费者更好地认识到成品油与环保之间的联系,提高消费者对成品油环保性方面的认知。这样的宣传不仅可以提高消费者对成品油的环保性的认知,同时也加强了消费者对企业的了解和信任。这种借助新媒体平台宣传环保信息的方式,有助于提高企业的品牌形象和市场竞争力,为企业长远发展提供支持。

除此之外,销售企业还应了解市场,尤其是了解消费者的需求,以此为基础,开展绿色营销。在成品油绿色营销中,应该注重消费者的体验,从而满足顾客在不同层面的需求。首先要了解消费者对成品油产品的需求,其次要满足消费者的需求。为解决石化企业成品油营销经理和顾客之间存在的不对称,企业可在新媒体技术的引领下,建立顾客满意度评价平

台,通过微信公众号、广播电视台、面对面主动邀请等多种形式,了解成品油绿色营销活动是否合理、服务态度是否亲切友好、服务是否快捷等情况,并在公众号等平台提交“满意度调查问卷”,然后成品油销售企业可依此来优化其服务流程,为用户提供更便捷的服务。

3.4 全面推进异业联盟建设

异业结盟是一种以拓展成品油顾客为基础,巩固顾客群体的一种有效方法,可通过将现有的消费者和成品油销售企业的各方面资源结合起来,形成“成品油产品+X”的战略合作模式。通过与联盟商户进行资源的共享与交换,在加强双方优势资源的基础上,达到收益最大化。

在2021年,根植于“中国酒城”的中国石油泸州分公司与当地重要经济支柱白酒产业进行异业合作,不仅将当地生产的白酒摆上所属各加油站便利店的货架、推上中油优途电子商城平台,还将成品油和非油商品一同销到各大白酒生产单位。在与泸州市仙潭酒业共同举办的“油酒大客户联合答谢会”上,泸州分公司现场销售成品油2000余吨、非油销售30余万元^[2]。由此可证明成品油销售企业与多家企业构建异业联盟可促进产品销售。

为此,应采取一套行之有效的措施,加快建立成品油销售企业异业联合的进程。首先,利用异业联合,实现了企业间的广告位互换,共享绿色营销信息,提高了品牌知名度,同时在社会上传播了更多的营销信息。在现有的营销场合中,双方可以互相为联盟方提供广告点。其次,利用企业间的互惠互利,迅速拓展顾客群体。目前,最稳定的顾客群体,往往就是各个成品油销售企业的VIP用户,而这些人,正是成品油销售企业在异业联盟中最受欢迎的目标群体。例如联盟成员可凭借他们的会员证,在石化企业购买一张免费的加油卡,并享受成品油购买的一切服务;或者,使用会员卡的用户还可在联盟商户享有其会员的一切折扣和增值服务,增强会员卡持卡人的尊贵感受,从而加速用户群体的发展。此外,利用优惠卡片和合作销售,可迅速地达到会员身份的多元化。结盟的企业,不但可增加自己的品牌影响力,还可以提高双方的销量,从而在节省推广费用的同时,达到绿色营销的目标。

3.5 选择绿色营销渠道

很多成品油产品尽管满足了环境卫生的标准和要

求,但若批发商、代理商、零售商的销售场地、运输工具、测量仪器等都没有达到环保要求,那么,进入消费者手里的成品油产品就会偏离绿色理念,导致石化企业的绿色营销形象受到影响。所以,在新媒体时代下,成品油销售企业如何正确地选用成品油绿色营销渠道是当务之急^[3]。

第一,成品油销售企业可通过市场调研和顾客反馈等方式,准确了解消费者的需求和关注点。在做绿色营销时,与消费者需求相结合,以满足他们的期望,并提供更好的用户体验。第二,考虑环保因素。选用绿色营销渠道时,应注意保持渠道与企业有一致的环保目标和价值观,避免其与宣传的环保概念相悖。可选用低碳、节能、清洁等绿色技术,或利用可再生能源对其进行绿色包装,以减少对环境的污染。第三,制定符合市场和产品特性的绿色营销策略,例如寻找合适的营销方式、采取特定的渠道和使用具体的内容等。第四,在新媒体时代背景下,借助数字化技术,如社交媒体、社群平台、移动应用等,快速地推行绿色营销,提高营销互动性和营销效率。通过这些手段,企业和顾客可以进行直接互动,建立互信和忠诚度。总之,选用成品油绿色营销渠道时,企业应注重与消费者的需求相结合、符合环保标准、制定合适的绿色营销策略以及充分利用数字化手段等方面,正确而有效地实施绿色营销。

4 结束语

在新媒体时代背景下,成品油销售企业应顺应消费者对低碳、环保的需求,开展一系列绿色营销,打破消费者对成品油污染大的传统观念,实现成品油销售企业可持续发展。本次研究对成品油销售企业开展成品油绿色营销的重要性进行分析,然后以此为基础,结合新媒体时代背景下的宣传特点,给出一系列成品油绿色营销策略,希望可借此,帮助成品油销售企业树立良好的企业形象,从而能承担更多的社会责任,实现可持续发展。

参考文献:

- [1] 苗月新.绿色营销与绿色供应链管理协同发展问题研究[J].供应链管理,2022,3(04):21-28.
- [2] 唐德彬,王梦颖.四川销售 异业合作 全面开花[N].中国石油报,2021-04-21(002).
- [3] 于晓霏.大数据背景下的成品油市场营销策略[J].化工管理,2022,No.651(36):5-8.