

化工品销售电商化模式构建和应用

韩雷 陈仪文 魏娜 (山东能源数字科技有限公司, 山东 济南 250101)

摘要:通过分析化工行业销售现状和推行电商化模式的背景意义,提出了基于B2B平台构建化工产品销售的电商平台的功能设计和中心架构,总结了山东能源集团对化工产品销售的探索实践与应用效果,表明了化工业务电商化模式对深挖降本增效、打造充分竞争环境、实现内部协同联动、推动企业高质量发展的重要意义,为企业扩展业务市场,发挥电商化盈利模式建设提供了指导。

关键词:化工品销售; 电商化模式; 电子商务; 化工产业; 信息系统

电商化销售业务的发展在近年来呈现了蓬勃的势头,也是企业效益管理的核心内容。在大数据、智能化、智慧化的背景下,打造化工品营销数字化转型的全国样板,赋能能源行业生态圈,建立以客户服务为核心,以操作智能化为目标,以敏捷管理组织为支撑,即时响应业务需求,实时提供决策支持,促进企业管理降本增效、阳光运行、规范运作,成为企业改革发展中新课题。2022年11月,山东能源集团积极运用互联网和信息技术,启动了化工产品电商平台建设项目,设计开发了价格管理、交易管理、客户管理、物流管控、结算管理等功能,使竞争更加公平和透明,使线上和线下进行相互融合,服务和制造相互融合,提升了实体经济创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的经济社会发展新形态。

1 山东能源集团化工销售管理现状及痛点

1.1 传统营销模式已不适应能源集团化工产业发展的需要

随着能源集团化工生产规模的不断扩大,化工产品的当量越来越大,“十四五”末化工产品产量将超过3000万t。化工产业链延展,化工产品的品类越来越丰富,化工产品销售难度加大,目前仅供销公司销售的化工产品多达26种,与能源集团对化工产品销售精准化、流程化的要求还有一定的差距。

1.2 传统营销模式已不适应社会经济、行业以及市场的发展要求

随着社会经济发展,社会分工越来越精细化、专业化,在物资的分配及流动过程中,网络起了关键纽带作用,信息流已经成为经济发展的重要一环。能源生产、工业制造、物流服务等行业在国家的倡导和政策支持下纷纷开展网络销售,极大提高了产品经营效率。集团化工产品种类多,市场覆盖面广,客户群体巨大,个性化需求多种多样,线上营销模式越来越体现出优越性。目前营销体系主要依靠线下传统的销售

方式,用人多、效率低、把关多、把关慢、缺乏客户互动、服务质量需再提升,人力、物力等耗费较大。网络销售相对高效、方便快捷,极大满足客户个性化需求,并能利用数据蓝海发现客户、发现需求、发现市场,实现线上交易、线上配送、线上客服等营销功能。

1.3 营销信息不对称

传统营销模式中,营销信息的获取和传播可能存在不对称性。企业可能无法准确了解市场需求和消费者反馈,进而导致决策失误和市场丧失。

1.4 化工产品价格管理信息化程度不强

销售价格的审批和管理依然采用传统书面模式签批,效率较低,应建立信息平台,线上或远程办理。

1.5 物流管理体系不完善

不能实时掌握化工产品运输车辆的位置。运费结算,超亏赔付,由人工计算,效率低下,容易出现错误。车辆资质到期时不能提前提示。

1.6 客户管理模式单一

客户管理不能按产品进行多维度管控,没实现客户线上反馈,包括产品质量、物流仓储、结算服务、销售服务等快速处理。

2 化工销售电商化模式构建的意义

2.1 降低成本

传统大型化工生产销售企业在采购、库存、物流等方面需要投入大量成本。通过建立电子商务平台,企业可以实现与供应商、客户等之间的直接沟通,缩短供应链,降低采购和库存成本。同时可以更精确地预测市场需求,减少库存积压,节约库存成本。

2.1.1 降低采购成本

通过电商平台,化工企业可以直接与供应商进行在线交易,减少中间环节和采购成本。同时,通过集中采购和批量采购,可以降低采购单价,进一步降低采购成本。

2.1.2 降低库存成本

电商平台可以实时更新库存信息，帮助企业更好地管理库存，避免库存积压和浪费。此外，通过与供应商建立长期战略合作关系，可以保证原材料的稳定供应，降低库存风险。

2.1.3 降低物流成本

电商平台可以提供在线物流服务，帮助企业选择更加经济、高效的物流方式，降低物流成本。同时，通过优化物流配送网络，可以提高物流效率，减少运输成本。

2.1.4 降低销售成本

通过电商平台，化工企业可以直接与终端客户进行在线交易，省去了中间环节和相关费用。同时，通过精准营销和个性化推荐，可以提高销售转化率，降低销售成本。

2.1.5 降低管理成本

电商平台可以提供在线办公和管理工具，帮助企业实现无纸化办公和远程管理，降低管理成本。同时，通过数据分析和挖掘，可以帮助企业更好地了解市场需求和消费者行为，优化业务流程和管理决策。

2.2 提高效率

电子商务平台能够实现信息的实时传递与共享，提高企业的反应速度和决策效率。传统大型化工生产销售企业通过电子商务平台可以快速获取市场信息，及时调整生产计划，使生产更加精准、高效。此外，电子商务平台还可以提供客户服务、在线支付等功能，使企业能够更好地满足客户需求，提高客户满意度。

2.3 增加销售

电子商务平台可以帮助化工生产销售企业拓展市场，提高销售业绩。通过电子商务平台，企业可以向全球范围内的潜在客户展示产品，扩大销售渠道。同时，电子商务平台可以利用大数据分析客户需求，为企业提供精准的营销策略，提高销售转化率。

3 化工销售电商化模式实施建议

3.1 平台规划

在建立电子商务平台之前，需要明确平台定位、目标市场、产品策略等方面。企业可以根据自身需求选择自建或第三方电子商务平台，并制定相应的平台发展战略。在平台规划的基础上，传统大型化工生产销售企业需要搭建电子商务系统，包括网站建设、数据库管理、后台管理系统等。这些系统需具备高度的可扩展性和稳定性，以满足企业日后拓展需求。

在山东能源化工销售业务电商化建过程中，电商平台主要实现化工产品定价信息化管理、在线交易管理、客户管理、物流管理、数据分析及报表等功能。

平台可用于能源集团化工产品的宣传、推广、在线交易、客户服务等全过程管理，逐步提升能源集团化工板块营销管控水平。

3.2 各模块的主要功能及说明

3.2.1 实现化工产品网上定价信息化管理

业务部门收集相关产品市场行情，通过价格系统发送到相关领导审阅，为领导决策提供依据。根据收集到的市场行情，制定产品周限价、日常执行价格、指导价格，在信息平台形成定价依据。

3.2.2 交易管理系统

销售产品当日销售价格挂牌公示、栏标价格管理；竞价大厅可以发布竞价公告、竞价商品数量、栏标价格、产地、竞价要求等信息；实现客户在线竞价功能，依据产品线上竞价销售、自动评标，依据中标数量和价格自动生成 ERP 订单或客户自主下单，经业务人员审核后自动生成 ERP 订单，转入发运系统进行发运。根据签订的销售合同或长约合同，由客户自主下单，经业务人员审核后自动生成 ERP 订单，转入发运系统进行发运。根据不同级别的客户制定不同的挂牌价格，由客户自主选择数量和发货时间自动生成 ERP 订单，经业务人员审核后转入发运系统进行发运。当遇化工产品市场下行、供大于求，通过竞价销售不畅时，公司可以通过平台发布意向销售模式，只在平台发布意向销售数量、售货地点、售货时间等信息，有意客户参与交易后，可以查看客户提交的意向订单，最终成交价格由买卖双方商议达成。

3.2.3 物流管理功能

将第三方物流 GPS 运行轨迹在平台显示，实现物流配送功能，客户跟踪配送信息，实时掌握车辆的位置。可以方便公司及客户查询，便于双方核对数量。

各物流公司在平台上每天早上上报各产品到车计划，自动汇总显示；所有的订单下达后，能够做到车与订单的自动匹配，做到车辆到达工厂后，自动与下达的计划适配；所有安排了发货计划的车辆状态，定时将信息发送给客户；车辆到达客户现场后，客户确认过程，确认结果，能够做到即时传输到平台，形成闭环管理；运费结算，超亏赔付，能够做到网上自动生成；车辆资质到期信息提前提示。

3.2.4 客户管理

客户资质通过客户管理系统传输到该平台，根据其采购的产品按长协、直销等不同维度进行分类管理。公司客户走访、开发比较频繁，为便于管理，在平台设置走访、开发计划功能，记录客户走访、开发实时日志，可以生成走访、开发情况表。按业务量、价格水平、交易稳定性、履约及时性等不同维度实现客户

数据统计,每半年度或一年开展一次评价,在平台生成客户评价表,作为开展合作的依据。实现客户反馈,包括产品质量、物流仓储、结算服务、销售服务等内容。通过信息平台,客户可以将需要交流的信息及时反馈给公司,实现快速处理。

3.2.5 统计分析功能

根据业务和统计分析需要,对企业数据进行加工处理,形成业务分析模型,为企业营销决策提供支撑。通过不同维度,对销售状况进行多元化的数据分析,便于制定适应市场需要的销售策略,不断提升营销能力。

3.2.6 后台管理功能

系统管理人员可以通过平台后台管理系统审核注册客户信息;管理公司各级人员权限;管理产品品种,维护产品名称、种类、产地、质量等基本信息;审查竞价公告。通过信息平台手机 APP,企业员工以及下游用户可以通过手机扫描 APP 二维码进行注册,手机 APP 端具有和电脑客户端同样功能。

3.3 测试上线

系统建设完成后,对电商平台进行全面测试,以确保系统的稳定性和安全性。在测试过程中,企业需要不断优化平台功能和性能,提高用户体验。

3.3.1 制定详细的测试计划

在开始系统测试之前,需要制定详细的测试计划,包括测试目标、测试范围、测试方法、测试时间、测试人员等。测试计划应该根据系统的特点和业务需求进行制定,确保覆盖各种场景和功能。

3.3.2 搭建测试环境

为了确保系统测试的准确性和可靠性,需要搭建独立的测试环境。测试环境应该与生产环境保持一致,包括服务器、网络、数据库等。在搭建测试环境时,需要注意环境的配置和调试,确保测试的顺利进行。

3.3.3 编写测试用例

根据测试计划和测试环境,需要编写详细的测试用例,包括正常情况和异常情况的测试用例。测试用例应该覆盖系统的所有功能和业务场景,并考虑各种输入和操作情况。编写测试用例时需要注意测试用例的完整性和可执行性。

3.3.4 执行测试用例

在完成测试用例编写后,需要按照测试计划执行测试用例。在执行测试用例时,需要注意记录测试结果和异常情况,并及时处理和解决。同时,需要保证测试用例的复用性和可维护性,方便后续的测试和维护。

3.3.5 进行性能测试

化工销售电商系统需要处理大量的交易和数据,

因此需要进行性能测试。性能测试包括负载测试、压力测试和稳定性测试等。通过性能测试可以发现系统瓶颈和问题,并优化系统性能,提高系统的稳定性和可靠性。

3.3.6 进行安全测试

化工销售电商系统涉及到交易和支付等敏感信息,因此需要进行安全测试。安全测试包括身份验证、授权、数据加密等。企业需要采取有效的安全措施,确保平台数据和交易安全。包括加强系统安全防护、制定应急预案、定期进行数据备份等。

3.3.7 进行用户验收测试

在完成系统测试后,需要进行用户验收测试。用户验收测试是由最终用户参与的测试过程,目的是验证系统是否满足用户需求和业务要求。在用户验收测试中,需要及时反馈和修复问题,确保系统的质量和用户体验。

测试完成后,企业可以将电子商务平台正式上线,并进行持续的运营和维护。

4 总结

信息化正迅速地渗透到社会生活的方方面面,已成为各行各业最为热门的话题和竞争的焦点,同时也给社会带来很多社会效益。电商化销售平台应用大数据和互联网,把产品定价、交易管理、客户管理、物流管控、服务都集中在一起完成,使竞争更加公平和透明,使线上和线下进行相互融合,服务和制造相互融合,提升实体经济创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的经济社会发展新形态。平台具有不同的规则和生态关系,会形成不一样的共享经济模式,平台内部关系和谐,共享经济模式才会发挥效益,同时促进社会经济的发展。

参考文献:

- [1] 刘中安,周健,黄立刚.中国石油化工产品电子商务平台建设及运营中的创新思维与应用[C].第二届中国石油石化产业“互联网+”应用发展大会,2016.
- [2] 陈昌勇.完善销售管理模式在化工产品销售中的应用[J].石油石化物资采购,2020.
- [3] 刘中安,周健,黄立刚,等.石化产品电子商务平台建设的创新与应用[J].中国石油企业,2017.
- [4] 明鹭.完善销售管理模式在化工产品销售中的应用[J].中国化工贸易,2019(36).

作者简介:

韩雷(1981-),男,汉族,山东淄博市人,本科,助理工程师,项目管理部部长,研究方向:项目管理\电子商务运营。