

成品油销售企业提质增效的措施及创新做法研究

张海清（中国石油天然气股份有限公司黑龙江销售分公司，黑龙江 哈尔滨 150000）

王 舸（中国石油天然气股份有限公司黑龙江伊春销售分公司，黑龙江 伊春 153000）

摘 要：面对当下激烈的市场竞争，企业发展时需要根据自身的情况积极增加销售业绩，扩大市场占有率。新能源的出现对成品油行业具有很大的影响，成品油企业受到冲击。对于成品油销售企业而言，做好提质增效工作显得尤为重要。本文主要对成品油销售企业提质增效的措施进行分析，并提出了几点创新做法，为成品油销售企业发展提供帮助。

关键词：成品油销售；提质增效；创新做法

1 前言

随着时代的发展，企业之间的竞争日益激烈，企业发展时要做好销售管理工作，提升营业额。成品油销售企业在提高产品质量以及服务水平，有助于获得竞争优势，尤其是在新时期这种环境下，企业要积极进行创新，扩大自身影响力。成品油销售企业提质增效工作实施中存在一些问题，导致提质增效工作无法顺利进行。如何有效的开展提质增效工作，增加销售业绩成为成品油销售企业发展时亟待解决的问题。这种情况下对成品油销售企业提质增效实施情况进行分析，并提出对策，加快成品油销售企业发展。

2 成品油销售企业提质增效工作实施重要性及原则

2.1 成品油销售企业提质增效工作开展意义

成品油销售企业提质增效工作实施对于企业发展具有重要的意义，一方面通过提质增效能够更好的提升企业的经营水平以及服务效率，进而增强消费者的体验感和满意度，这样可以为企业后续发展奠定基础。另外一方面通过提质增效有助于成品油销售企业增加自身的销售收入，进而对自身的经营业务进行创新，实现转型升级。

2.2 成品油销售企业提质增效工作开展原则

成品油销售企业提质增效工作开展时需要遵循一定的原则，具体而言涉及以下几个方面：第一，差异性原则。成品油销售企业之间具有差异性，包括产品类型差异、规模差异等，在具体提质增效时要充分考虑企业的自身情况。可以借鉴其他企业的模式，但应根据自身情况进行创新。第二，多样性原则。多样性原则包括两个层面的含义，首先参与主体多样。提质增效工作实施不仅需要管理人员的参与，还需要基层

员工的配合，各主体要明确自身的具体工作内容，切实履行好相关的职责，有效提升经营效率。其次内容多样。提质增效工作实施时需要根据具体情况，从多个角度入手，包括销售、成本控制、服务等。第三，有效性原则。成品油销售企业定期要对提质增效工作的实施效果进行测评，通过测评了解提质增效工作实施中的问题。在具体测评时需要采用多种指标，包括销售业绩、顾客满意度、员工工作积极性，销售业绩增加、顾客满意度提升以及员工工作积极性提升就说明提质增效工作具有一定的效果，反之就说明提质增效工作实施中存在问题，为后续的工作中需要进行针对性的优化。

3 成品油销售企业提质增效的措施

3.1 明确部门管理职能

成品油销售企业经营发展时要根据自身的情况，明确部门职责。在销售活动中为保证经营活动顺利进行，省公司可以下达相应的绩效考核指标，定期对销售情况进行考核，并进行调研，了解成品油销售企业的具体运行情况，对于一些先进的工作做法可以进行推广。成品油销售企业要根据“三项制度”的相关要求，对部门结构进行优化，做好精减工作，整合人力资源，制定完善的部门管理制度，定期评估目标落实情况。在具体工作中各部门要切实履行好自身的职责，避免出现磨洋工的情况。对于企业内部的管理制度，应结合外部的环境进行优化，提升资源利用效率。企业要制定完善的奖惩制度，做到奖优罚劣，营造一个公平公正的工作环境。同时要做好信息系统建设，确保部门之间有效沟通。企业需要从收入中拿出专项资金用以信息系统建设，为系统建设提供资金支持。同时信息系统建设完成以后要对系统的运行情况进行监

测,及时发现系统运行中的不足,并进行优化。通过信息沟通能够使部门之间更好的进行配合,确保业务顺利进行。

3.2 做好安全洁净生产

成品油销售企业在开展提质增效工作时要做到以人为本,树立安全第一,质量至上的经营理念,有效提升服务水平,确保产品品质。成品油销售企业在经营发展时要从承包商的角度出发,做好监管工作,选择合适的承包商。在具体运行时要做好安全工作,避免发生安全事故。企业员工需要树立安全环保的工作理念,将理念融入到具体的工作中,提升企业管理水平,有助于提质增效工作顺利进行。在具体生产时要做好质量管理工作,明确工作指标,从全员、全程的角度出发,合理的运用现代化技术,打造企业品牌,做好加油站、气站建设,这样可以增强综合竞争力,从而在市场中更好的生存下来。

3.3 加大成本控制力度

成品油销售企业在开展提质增效工作时需要根据自身的情况做好成本控制工作,有效的节约资源,提升资金利用效率。具体而言企业需要做好投资成本控制工作,在投资之前需要对项目的可行性进行分析,做好造价评估工作,核算项目的收益以及风险,对于一些收益小、投资回报率不高的项目不予安排,避免出现资源浪费的情况。企业要根据自身情况做好预算工作,合理的编制相应的预算,确定各项成本支出,并对预算的实施情况进行跟踪,在发现超预算情况时要及时查明原因,并根据情况进行优化。对于企业的一些废旧资产,企业需要进行维修,无法继续使用后进行报废处理。对于一些潜力比较小的站点,可以取消其自主价格,通过这种方式减少营销支出,增加效益。在进行成本控制时要发挥员工的作用,让员工认识到成本控制与自身的关系,在日常工作中约束自身行为,有助于更好的完成成本控制目标。

3.4 培养专业销售人才

成品油销售企业要根据自身的情况,打造一支专业的销售团队,提升销售效率,更好的开展销售活动。在进行人才培养时可以从三个角度入手:第一,企业可以根据自身的情况对现有的销售人员进行培训。在培训之前要对销售人员的能力进行评估,通过评估及时发现销售人员能力方面的不足,选择合适的培训内容。在培训方式方面,将线上培训和线下培训结合在一起,采用多元化的培训方式。在培训完成以后可以

采用柯式四级评估法,了解培训效果,发现培训活动中的不足,并进行优化。第二,销售人员也需要认识到自身工作重要性,在日常生活中进行知识的积累和补充,优化自身的结构,掌握更多的销售技巧,提升服务水平,增强客户满意度。销售人员也需要与其他同事进行沟通,学习其他同事的工作经验及方法,取长补短,弥补自身能力不足。第三,成品油销售企业要适当的开展一些招聘活动,聘请具有丰富销售经验的人员从事相关的工作,也可以聘请高校毕业生,将毕业生掌握的市场营销知识应用到具体工作中,既可以增加大学生工作经验,也能够为企业销售活动实施提供人才支持。成品油销售企业要做好考核激励工作,结合销售人员的具体情况,采用合理的激励方式,包括物质激励、精神激励、关怀激励等,采用多元化的激励方式,有效提升销售人员工作积极性。

3.5 完善基础工作

成品油销售企业在进行提质增效时要做好基础工作,在客户管理方面,要定期与客户进行回访,了解客户对企业工作的满意度情况,对客户提出的意见进行汇总,对于一些可行的建议可以积极采纳,并对工作进行调整,避免客户流失。在促销方面,企业可以不定期开展一些促销活动,通过促销吸引潜在客户,增加销售业绩。企业可以构建相应的模型,将各加油站销量的数据录入到系统中,通过模型对加油站促销实施的效果进行分析。对于一些柴油站点客户数量比较少的加油站而言,在经营时应做到单枪价,尽量避免出现普价的情况。企业还需要做好单站核算工作,提升算账能力。通过进行单站核算能够使加油站管理人员对加油站的经营情况具有一个更加全面的认识,树立效益意识。通过核算获取相关的数据,有助于管理人员对加油站的活动进行优化。还能够使管理人员在扩大销量的基础上注意提效。成品油销售企业可以将重点站和区域管理结合在一起,做到以点带面。积极培养柴油重点站以及汽油重点站,扩大影响力。利用这些重点站的辐射作用,将其作为中心,与周边低效站点进行互动,带动区域发展,推动整体进步。

4 成品油销售企业提质增效工作实施的创新做法

4.1 创新营销手段

成品油销售企业要根据自身的情况,从营销手段入手进行创新。企业传统营销时会适当的开展一些促销活动,促销多是以角为单位,针对这种情况要对促销进行优化,树立“每升多卖一分钱”、“降价少降

一分钱”观念,一分钱虽然少,但是积少成多,也能够为企业带来收入。不仅如此企业还可以积极的开展跨界营销,这样可以实现资源共享。在跨界营销时需要根据情况选择合适的企业以及平台,为跨界营销奠定基础。在非油品领域,成品油销售企业可以与生产企业展开深入的模式,创新供应链云隐模式,采用工厂直达的方式,构建具有自身特色的生态圈。利用大数据技术,对消费者进行划分,充分了解不同类型消费者的需求,从消费者的需求出发,不断丰富产品类型,开发一些衍生品,通过这种方式提升竞争力,帮助企业获得更多的利润。

4.2 创新企业资源配置

成品油销售企业在经营发展的过程中要根据自身的情况,不断对资源配置进行创新,企业要朝着产业一体化的方向发展,合理的利用现代技术。同时要与同行业做好合作,合理调配成品油资源,减少仓储调运成本,缩短成品油运距,降低运输费用。合理建立并落实成本管控机制,以降本增效、开源节流为目标,落实低成本战略,将降低成本、控制投资相关理念渗透到生产运营整体过程,确保成品油销售企业成本管控重点和核心业务方向一致。同时,要加快构建远程稽查、移动无纸化办公、云计算数据中心等数字化共享成本机制,促使企业运行效率不断提升,进而有效缩减运营成本,提高企业经济效益。

4.3 创新工作思路

成品油销售企业的站点数量比较多,每天都会收取很多的现金,做好现金管理是企业发展时需要关注的问题。企业常用的做法是委托银行上门收款,这会增加企业的费用支出。为此在控制风险的基础上可以对工作模式进行创新,控制现金收取量,减少费用支出。非油品可以通过网上商城或者第三方平台的方式进行销售,例如采用抖音直播带货的方式与消费者进行互动,采用新型的销售模式,提升经营效率。具体工作实施时要合理的利用大数据技术,通过大数据技术做好数据分析工作,结合市场需求,做好产品创新工作。

4.4 创新油气文化体系

成品油销售企业在提质增效时需要根据自身的情况,做好企业文化建设工作。新时期企业员工需要保持锐意进取、勇往无前的工作态度,展示良好的工作状态。疫情爆发以后很多成品油销售企业积极承担自身的责任,在做好疫情防控基础工作的基础下不断优

化服务工作,提升服务质量,保证群众的安全。文化作为企业无形资产的重要组成部分,成品油销售企业发展时要重视文化建设,从整体的角度出发,构建具有自身特色的品牌文化、管理文化。成品油销售企业要认识到文化创新的重要性,在创新的过程中将绩效、绿色、创新、价值等元素融入到企业文化中,增加企业文化内容。并立足于营销管理、组织文化等多个子体系,发挥多重文化创新的作用。成品油销售企业在企业内部创设一个良好的外部环境,这种文化环境要具有一定的开放性,根据自身业务,积极与高校、科研机构进行合作,解决经营活动中的技术难题。

5 结束语

伴随着时代发展,企业之间的竞争日益激烈。成品油销售企业为此要具有一个正确的认识,在经营活动中做好提质增效工作,确保产品品质,提升服务质量,通过这种方式更好的增强用户忠诚度,进而增加销售业绩。成品油销售企业提质增效工作不是一朝一夕能够实现的,要从多个角度入手,采用合理的手段,并做好创新工作,这样才能保证提质增效工作顺利运行。

参考文献:

- [1] 马冠晓.“双碳”背景下国有石油销售企业应对挑战发展路径探索[J].国际石油经济,2022,30(10):106-112.
- [2] 黄胜文,高增.石油销售企业数字化转型探索[J].北京石油管理干部学院学报,2022,29(02):72-76.
- [3] 连梦瑶.石油销售企业中营销策略管理的应用探讨[J].大庆社会科学,2022(01):93-97.
- [4] 辛德臣.石油销售企业营销管理策略[J].商业文化,2021(16):48-49.
- [5] 王雁.中石化石油销售企业成品油营销策略[J].商讯,2021(13):115-116.
- [6] 周建军.国有石油销售企业应对新的市场竞争探讨[J].现代营销(下旬刊),2021(04):30-31.
- [7] 吴冰洁.浅析低油价下石油销售企业转型策略[J].中国市场,2021(10):126-127.
- [8] 杨军.新常态下石油销售企业面临的机遇与挑战[J].石化技术,2020,27(10):194+260.
- [9] 姚志强.石油销售企业中营销管理策略的应用探讨[J].财经界,2020(16):125-126.
- [10] 周涛.互联网+背景下石油销售企业营销管理改革方向探讨[J].电脑知识与技术,2019,15(24):299-300.