

数字化背景下天然气市场营销管理

张 庆 (中国石油化工股份有限公司东北油气分公司, 吉林 长春 130062)

摘要: 天然气行业推进我国经济建设与生态环境协同保护的主要工作内容之一, 在数字化技术手段广泛应用与发展的过程中, 专业的工作技术人员应该在产业融合视角下, 加强对天然气市场营销管理工作的创新, 保证数字化信息技术在各个阶段工作价值的提升。基于此, 本文也是有针对性地就数字化背景下天然气市场营销管理的必要性、数字化背景下天然气市场营销管理的目标、数字化背景下天然气市场营销管理的主要方法分析, 三个角度展开了更为深入的研究, 以期为后续天然气产业数字化转型工作提供借鉴意义。

关键词: 数字化; 天然气; 市场营销; 管理

0 引言

中国石油化工股份有限公司东北油气分公司在日常工作中, 为更进一步提高自身的工作效率与质量, 也应该积极加强对现代化互联网信息技术手段的应用。数字化是新时代背景下各个行业发展的一个必然趋势, 在一定的层面上能够为天然气市场管理工作的稳定性推进, 奠定相对完善的发展基础。政府相关部门为有效提高我国人民群众生活质量, 以及生态环境健康, 在天然气市场营销管理中, 积极加强了对数字化技术手段的应用, 进而实现了相关行业业务转型工作的发展需求。

1 数字化背景下天然气市场营销管理的必要性

1.1 是应对市场环境变化的主要手段

天然气市场环境变化的多样性, 在一定的层面上能够影响到数字化背景下天然气市场营销管理工作的业务模式、盈利模式以及价格变化情况。由于现阶段天然气资源正处在一种供不应求的发展状态, 这也就使得其在市场环境中的多样变化带来了直接的影响。尤其针对现阶段国内外天然气供给能力不断增强的现状, 天然气的供需环境以及发展模式都发生了不同程度的改变, 进一步转变以往天然气市场营销的工作与管理模式, 是顺应现阶段市场环境变化的主要手段之一。面对社会主义市场经济环境多变化的现状, 数字化技术手段能够有效感知市场供求关系的变化情况, 更是为市场环境下各类价格走势提供了基础引导。

1.2 是借助数字技术发展的主要途径

数字化技术的飞速发展, 为天然气市场营销管理工作提供了相对完善的基础引导, 也有效满足了人民群众在日常生活中对于天然气资源的多样化使用需求。天然气行业在数字化背景下, 已经逐渐成了人民

群众日常生活中非常重要的资源类型。而且, 数字化背景下天然气市场营销管理工作的开展, 与新型技术手段的相互融合, 能够直接改变以往其营销工作模式相对落后的现象, 增强了其在市场经济发展背景下的占有率以及工作质量。

1.3 是促进绿色低碳发展的重要支撑

碳中和是现代化社会主义市场经济发展背景下, 保护人民群众日常生活环境健康的主要手段之一, 更是为天然气资源的合理使用, 提供了更为完善的基础支撑。为进一步实现现阶段天然气行业在数字化背景下市场营销管理工作的发展需求, 专业的项目工作技术人员应该在智能化设备以及技术手段的帮助下, 拓展融合性发展理念, 为构建新型电力系统战略提供基础引导, 也有效实现了数字化技术在绿色低碳经济发展理念下的重要促进作用^[1]。

1.4 是顺应企业发展形势的理性选择

数字化背景下天然气市场营销转型工作的推进, 不仅为我国经济社会的发展提供的引导, 更在多样化市场经济发展模式下, 为人民群众对于天然气的多样化使用需求提供了帮助。大型天然气企业在数字化转型工作中, 为有效降低资金成本提高运行效率, 在工作中不断创新以往的工作模式, 将数字化转型工作作为最基础的工作内容之一, 更是为市场营销数字化转型提供了相对完善的基础支撑。

2 数字化背景下天然气市场营销管理的目标

大多数燃气企业在数字化转型工作中, 经常会因为对于市场营销管理工作理念掌握得不全面, 而导致在之后工作中出现各种各样的安全问题, 进而影响了天然气行业在激烈市场竞争环境中地位的提升。将数字技术融入到天然气的全产业链中, 需要专业的工作

技术人员加强对天然气生产、管理、运输等各个环节的数字化整合,这样也就能够避免在之后各个阶段出现不合理的因素,促进天然气行业的可持续发展。

天然气行业为有效增强自身在数字化背景下市场营销的管理能力,应该将培养不同岗位员工的思维意识作为最主要的目标之一,这对于不同岗位员工主动参与到工作岗位中有着极大层面的帮助与带动作用。企业的管理人员在管理技能和企业运行情况的了解中,还应该进一步加强对现代化机械设备以及技术手段的应用,进而保证其在后续各阶段知识技能以及工作效能的全面提升,也促进了现阶段我国天然气行业市场营销管理工作各项能力的进步。熟练使用相关的先进技术,并逐渐推动企业内部工作人员对先进技术的有效应用,已经成为天然气行业市场占有率提升的主要手段之一。天然气行业对数字化的合理利用,不仅能够促进企业个性化服务效能的提升,更进一步实现了智能化生产。数字化思维模式的构建,对于天然气市场营销管理工作在之后各个阶段的顺利推进,有着极大层面的带动作用,更是满足了用户对天然气多样化使用需求,营造出了更为完善的市场发展环境^[2]。

3 数字化背景下天然气市场营销管理的主要方法分析

3.1 制定数字化转型设计方案

随着现阶段天然气行业的不断发展与进步,企业内的管理人员为更加全面提升自身的各项工作能力,开始积极加强对数字化战略转型方案的精准设计,为后续各阶段转型工作价值与优势的全面体现提供了帮助。在具体的数字化转型规划设计工作中,积极加强对天然气各个阶段工作内容的创新与管理,能够为之后方案设计工作的有效性提供数据信息支撑。针对各个地区内部天然气行业发展的实际情况,相关的管理人员都提出了更为有针对性的方案管理内容,这对于之后数字服务实体化发展,带来了一定层面的帮助与促进作用。天然气市场营销管理工作的顺利开展,需要在数字化经济市场飞速发展的时代背景下,围绕核心能力从目标群体、运行逻辑、资源管理几个角度展开更为深入的市场营销转型与管理,能够直接改善以往数字化管理工作中的不合理因素。由于不同平台类型在市场营销管理中目标群体的差异性,使得其在之后各个阶段工作中资源整合、运行逻辑、营销方向、平台治理等工作都会发生不同程度的改变,进而为后

续数字化转型工作的全面推进,提供了更为完善的技术引导。

制定更为科学的数字化转型设计方案,需要围绕天然气企业核心能力以及现有资源,确立完善的平台结构,这样也就可以为后续方案设计工作的精准推进,提供良好的基础支撑。天然气行业在数字化飞速发展的时代背景下,明确自身的转型发展方向,选择更为科学且正确的生态合作伙伴,将会有效增强其自身的市场服务与管理水平^[3]。

3.2 打造企业管理与服务平台

数字化背景下天然气企业在市场营销管理工作中,打造企业级市场营销管理平台,能够帮助企业实现业务财务、项目建设、经营平台、运营服务工作的精准落实。天然气企业内部的项目工作与管理人员在平台管理工作建设过程中,应该严格按照政府相关部门的信息管理标准,打造全新的业务管理平台,进而为人民群众天然气资源使用价值与优势的充分体现,奠定更为完善的基础与前提条件。天然气企业在市场营销管理工作中,时刻保证业务财务一体化工作的精准落实,能够精准获取天然气使用过程中的数据信息内容,进而保证后续设备与财务模块整合工作的合理性。打造企业级管理平台是数字化背景下,天然气企业市场营销管理工作中比较基础的内容之一,尤其是在现阶段互联网信息技术手段飞速发展进程中,搭建物联网信息平台不仅能有效实现管道基础设施全产业链数据连通的科学性,更能够为与天然气管道运输协同能力,大数据信息资源整合奠定相对完善的基础条件。数字化技术在天然气行业中的合理运用,能够帮助专业技术人员在现代化机械设备工作过程中,自身工作压力的有效缓解,更是为企业平台决策工作的优化,提供了更为完善且有效的基础支撑。

打造行业级综合服务平台,是现阶段天然气行业数字化发展工作中提高其各项工作实力比较基础的工作内容之一。天然气行业为更好地服务于人民群众,应该在日常工作中加强对资源生态平台的合理构建,根据不同区域内使用天然气的实际情况,搭建出更为科学的资源整合与管理平台,这样也就能够进一步满足人民群众多样化的资源管理平台。现代化的物流企业在工作中,能够从生态平台管理环境中,获取相应的资金支撑,进而为后续数字化背景下天然气行业市场营销管理工作的全面推进,提供更为完善的基础支撑。

3.3 生产数字化工作管理模式

天然气行业在数字化背景下，主要是通过长输管道和门站取得气源，并且在相对完善的中低压管网体系引导下构建出了更为科学的数字化生产管理模式，也为后续天然气终端资源的有效整合奠定了相对完善的基础支撑。专业的天然气行业工作人员在资源输送过程中，通过管网将燃气输送至终端客户，给终端客户安装仪表的方式完成生产各个阶段的管理工作。天然气数字化生产工作中燃气管网建设与运营、接驳业务都是比较重要的组成部分，也能够为之后市场营销工作的精准落实提供基础引导。为进一步保证数字化背景下天然气行业市场营销管理工作的全面推进，专业的项目工作人员应该从几个不同的角度展开更为深入且细致的研究^[4]。

第一个角度，搭建物联网平台实现全产业链数据连通。在相对完善的物联网数字信息整合工作背景下，专业的天然气市场营销项目管理人员应该加强对传感器采集管压、管网调度、燃气表等数据信息的在线监测，在可视化工作模式的引导下保证市场营销管理工作的稳定与有效落实。第二个角度，利用大数据资源提升管道运输协同能力。工作人员在对物联网平台搭建工作过程中，为有效实现所有运营设备的接入与数据的汇聚，形成大数据资源，在对天然气市场营销工作管理过程中，加强对智能化生产新模式的应用，更是带动了后续各个阶段工作内容的创新与发展。第三个角度，积极引进现代化信息技术手段优化停燃气作业方式。人工智能技术作为数字化发展背景下提高天然气领域市场营销价值的主要手段之一，可以在一定程度上将数据信息优势发挥出来，更是带动了新时代背景下天然气市场营销价值的提升。

3.4 完善资源促进业务转型

业务转型是现阶段天然气市场营销管理工作进一步发展的主要方法之一，能够在更为科学技术手段以及专业技术人才的帮助下，促进天然气市场营销管理观念、业务转型工作能力等的全面提升，更是为后续各个阶段天然气行业在市场营销中各项实力的提升奠定了基础条件。天然气市场营销管理工作的进一步推进，需要基层岗位工作人员具有更为完善的数字化技术操作能力、平台思维以及共生理念，这样也就能够在之后市场营销工作中，各个阶段生态思维的科学性与有效落实以及基础引导。专业的天然气项目工作管理

人员，在对各类资源的整合与创新工作中，也应该具备更为完善且丰富的市场竞争观念，这对于在之后市场营销工作中，天然气的占有率提升提供了极大层面的帮助作用。

3.5 市场营销服务数字化

数字化时代背景下，我国在经济、文化、科技等领域都取得了前所未有的发展成就，更是为天然气行业的长久与稳定发展提供相对专业的技术手段引导。数字化服务技术手段的创新与发展中，有效解放了人民群众数据信息整合与应用的实际情况，进而为互联网背景下天然气行业市场营销工作的全面化发展，奠定了更为完善的基础条件。专业的天然气行业工作人员还应该不断拓展自身的业务能力，在深耕非工作进程中，为人民群众提供体验式、一站式的服务模式，进而为客户的新型工作发展提供了基础引导。新型市场营销工作模式的推进，对于天然气市场交易平台以及用户使用天然气的便捷性提供了引导，也带动了天然气行业在现阶段市场发展背景下市场竞争效能的提升^[5]。

4 结论

综上所述，随着现阶段互联网信息技术手段的飞速发展，我国在各个领域的市场竞争效能都取得了一定的发展成就，专业的天然气行业项目工作与管理人員，为保证人民群众天然气使用的安全性与便捷性，应该在市场营销工作过程中改善其中的不合理因素。上述文章中更是有针对性地从制定数字化转型设计方案、打造企业管理与服务平台、生产数字化工作管理模式、完善资源促进业务转型、市场营销服务数字化，几个角度展开了更为深入的研究，以期有效促进我国数字化背景下天然气行业市场营销工作的开展。

参考文献：

- [1] 周伟. 基于大数据的 AB 燃气公司的营销模式研究 [D]. 武汉: 湖北工业大学, 2021.
- [2] 郭雪峰. 从市场营销角度看石油化工产品的销售管理 [J]. 中国化工贸易, 2023, 15(2): 4-6.
- [3] 潘磊. 大数据背景下成品油零售市场的精准营销研究 [J]. 消费导刊, 2023(4): 101-104.
- [4] 汪鑫. 天然气在新能源市场竞争中的营销策略与措施 [J]. 销售与管理, 2022(19): 27-29.
- [5] 房斯卓. 中国石油天然气销售有限公司吉林分公司发展战略研究 [D]. 长春: 吉林大学, 2022.