

石油产品销售企业营销团队建设与管理

曾 诚（中海油（北京）销售有限公司，北京 100013）

摘要：石油销售企业是石油产业链的重要组成部分，其可以将石油产品直接送到消费者手中，这也是石油产业将产品转化为经济效益的重要途径。石油产品的销售企业必须建立较为完善的营销团队，始终坚持市场需求导向，针对营销策略进行调整以及优化，以此全面提高石油销售企业的经济效益。基于此，文章针对石油销售企业的营销团队建设管理进行研究以及分析。首先，文章简单探讨了目前石油销售企业所面临的营销工作环境。随后，文章针对石油产品销售企业的营销团队建设以及管理需要遵循的异质性、专业性以及激励性等相关原则进行研究。最后，文章针对目前石油产品销售企业营销团队建设管理在营销理念、营销队伍人员配备以及销售人员激励方面存在的问题进行研究以及分析，从而提出相应的解决对策

关键词：石油产品销售企业；营销团队；建设

在经济全球化持续发展的影响下，世界各国之间的经济联系变得愈发密切，同时市场竞争也变得越来越激烈，我国石油化工行业在适应国内外经济以及社会环境发展变化的前提下，对于全产业链上的石油销售环节关注度也在不断提高。石油产品销售企业能够实现产品从企业转移到消费者手中，并且提高经济效益的目标。石油产品销售企业的营销团队质量对于营销工作的规划、调整以及营销工作水平同样会产生明显的影响，这也是石油销售企业需要在当下经济社会环境下重视高质量营销团队建设的重要原因。基于此，本文通过研究石油产品销售企业的营销团队建设、管理策略，为石油销售企业营销团队建设以及管理工作调整提供参考。

1 石油销售企业面临的外界营销环境

1.1 经济环境分析

石油产品销售企业在建立营销团队并开展营销工作时，也需要面对世界复杂多变的经济环境，从某种程度上看，石油产品销售企业营销团队在开展产品营销活动时会受到国家政策的影响。但目前社会经济发展过程中的企业，除了国有企业之外，也包括私有、合资、外资等其他企业，经济条件较为复杂，且区域内的经济发展水平存在明显的不平衡现象，这也会对石油销售企业的营销团队建设以及营销工作开展产生一定的影响^[1]。石油产品销售企业需要在营销团队建设的过程中对于外界经济环境的发展变化进行研究以及分析，针对营销团队建设及营销工作进行调整。

1.2 社会环境分析

石油销售企业所处的市场营销环境并且始终保持一成不变，在我国进入全新经济发展阶段之后，石油

销售企业面临的营销市场环境复杂性明显提升，需要进一步强化对于市场营销活动的分析力度。对于石油销售企业而言，在其规模较大的状况下，需要客观分析国内社会发展状况，以此了解营销环境对于企业发展产生的具体影响，从而调整后续的营销工作方向。总体看来，目前石油销售企业会受到内部管理制度、外部市场社会环境的影响，导致营销工作的质量有所降低。石油销售企业需要在全面激活员工工作积极性的基础上，转变传统的营销活动策略，深刻分析社会市场环境的变化需求、发展趋势，达成既定的市场营销工作目标。

2 石油产品销售企业的营销团队建设管理原则

2.1 合理性原则

石油产品销售企业的营销管理工作团队建设并非单纯集中在销售人员方面，同时也需要拥有一定的策划和管理人员。如此一来，石油产品销售企业在专业营销团队建设的过程中，需要遵循合理性原则的要求，结合目前其他企业市场营销工作的成功经验，针对石油产品销售中所需的专业人才深入进行研究以及分析，在确定营销工作团队具体专业人员类别的前提下，需要关注工作团队在学历年龄等多方面的合理性发展，在建立人员结构合理的营销工作团队的前提下，避免营销工作团队出现青黄不接的问题。营销团队的新鲜血液的注入，意味着营销工作能够满足不同阶段经济以及市场发展需求，调整其营销工作理论，有助于提高整体的营销工作质量^[2]。

2.2 专业性原则

石油产品销售企业的营销工作团队除了需要掌握产品市场营销的基础理论知识之外，也需要深入地了解石

油行业的发展状况以及产品特性，这对于相关人员的专业素质提出了较高要求。为此，石油产品销售企业在建立专业营销工作团体的过程中，需要关注复合型人才引进以及培养。尤其是在营销人员招聘期间，需要通过理论、面试、实践考核等多种方法针对营销工作人员自身的市场营销理论、石油行业了解程度以及石油产品了解程度进行研究以及分析，以此客观判断营销工作人员的自身专业水平，在决定是否聘用员工的前提下，结合其工作能力的实际差异，进行工作岗位的安排以及分配，确保营销工作团队的能力能够全面提升。

2.3 激励性原则

石油销售企业的营销工作团队事关企业经济效益水平的提升，为了全面激活营销工作团队的积极性，激励性原则也是营销团队建设管理的重要原则。总体看来，石油销售企业需要结合目前市场的平均薪资水平，针对石油销售企业的营销工作团队给出较为合理薪资，并保障薪资水平在同一行业中有着较强的市场竞争力，强化内部员工的归属感和认同感，同时也能够提高对于外部优秀营销人才的吸引力。此外，石油产品销售企业也需要结合员工发展的真实需求，向其提供包括物质、精神等在内的多种激励方法，保障员工能够在达成既定营销工作目标的前提下获得自己所需的奖励，全面激活员工的工作积极性，营销工作质量也能够不断提升。

3 石油产品销售企业的营销团队建设管理问题

3.1 营销工作团队营销理念存在偏颇

随着目前经济社会的持续发展，各行业对于石油产品需求规模在不断增加，石油产品在销售期间面临着全新的市场发展环境。但部分石油销售企业在营销团队建设的过程中，却并未意识到消费者对于石油产品自身营销服务方面产生的需求，使得营销工作团队在营销工作期间只是关注石油产品方面的推荐，尚未在双方交易的过程中为消费者提供所需的各种专业化营销服务^[3]。如此一来，这种片面性的营销工作理念，使得营销团队在营销工作中未能给消费者带来良好的消费体验，也会影响到消费者的消费意愿，直接拉低企业的经济效益和社会效益。随着网络时代的持续发展，石油销售企业也选择在互联网平台上拓宽渠道，但这种模式却更加关注消费者体验感的提升。营销工作团队在传统营销思维模式的影响下，单纯关注产品价格渠道等方面的调整以及优化，尚未关注消费者体验感的提升，对于石油产品销售企业的产业发展必然会产生明显的影响。

3.2 营销工作团队人员配备不够合理

石油销售企业面临的市场竞争环境变得越发激烈，企业竞争的本质集中在人才资源方面，只有具备较为完善的人才结构，方能够保证石油销售企业的营销工作达成既定目标，提高其市场竞争力。这种高质量的营销工作人力资源也是企业在市场竞争发展过程中不可或缺的核心因素。就目前石油产品销售企业的营销团队建设以及管理工作看来，目前企业对于人才的配备重视度不足，在具体工作期间将其运营的重心主要集中在产品的研发、销售以及质量管理等方面，对于营销工作团队的建设关注度有所不足，重视销售部门的建设，通常是以销售经理和销售人员为主，对于营销策划、营销管理方面的人员配备有所不足^[4]。企业所建立的营销工作团队整体结构存在明显的缺陷，无法满足目前石油产品销售在营销工作方面提出的全新需求，对经济效益的提升也会产生明显影响。

3.3 营销团队激励机制发展不完善

在传统发展模式下，石油产品销售企业更加关注企业规模扩张以及产品销售数量的提升，更加关注经济效益提高，对于营销管理方面的关注度有所不足。视域销售企业自身较为特殊，也需要承担一定的社会责任。通常在员工评价过程中都是以其品德、能力、勤奋、业绩等多个方面为主，尚未借助绩效对于员工的工作水平进行评估。市场营销团队的激励其实本就是人力资源管理部门的重要组成部分，重要性尚未得到关注，这也代表市场营销团队的激励未能得到企业的高度关注。正因为考核过程中对营销团队营销绩效内容关注度有所不足，激励效果发挥相对有限，员工也认为只需要针对自己的工作条件定期进行考核，尚未形成完善的激励机制。

正因为石油产品销售企业对于营销机理动力认知有所不足，出现了激励模式单一的问题。大部分企业在新市场营销体系的影响下，激励方式也变得更加多样。是以目标激励、情感激励、危机激励等为主，但石油产品销售企业在传统管理思想的影响下，对于激励机制的建设不够重视，依旧是以工资、奖金等传统激励方法为主，无法满足全体营销工作人员的需求，久而久之，营销工作团队人员的归属感和认同感也会受到明显的影响。

4 石油产品销售企业营销团队建设管理工作策略

4.1 关注服务营销工作的实施

在经济全球化工作的影响下，石油产品销售企业

与各国企业之间的联系也变得愈发密切，代表市场竞争更加激烈。为此，石油销售企业需要在当下的多元经济发展环境中形成完善的产品营销理念，并将服务营销引入其中，建立完善的服务营销战略以及服务营销框架，建立以客户为核心的营销工作思想，满足客户在产品和服务方面的具体需求。总体看来，石油产品销售企业需要进一步细化责任工作机制，保障企业的营销和监管工作能够不断提升，促进各部门之间的有效协作，严格按照企业的规章制度，全面提高营销工作质量。此外，在企业营销工作和经济活动中，相关部门以及个人无权针对责任进行分配，管理层需要立足于营销工作的真实要求形成完善的监督责任机制，合理分配权责，确保相关责任都能够由专业人员负责，全面提高营销工作团队的积极性。

4.2 促进营销工作团队结构的完整发展

之前石油产品销售企业在营销团队建设的过程中，只是单纯关注基础的销售经理、销售人员等方面的建设，对于营销策划、管理等方面人员的关注度有所不足。为了提高石油销售企业营销工作团队的建设质量以及工作效率，需要由管理部门进一步强化人才支持力度，吸引充足的营销优秀人才，保障石油产品销售企业营销管理工作得以有效实施。石油销售企业管理以及人力资源部门需要立足于人才引进的角度，与附近的高校建立校企合作关系，以此为基础吸收与产品营销相关的众多专业人才。同时，企业也需要通过提高薪资待遇以及工作环境，从外界吸纳在石油产品市场营销策划以及管理等方面的各种专业人才，形成较为完善的营销工作队伍，配合相关人员的专业培训工作，确保与石油产品营销相关的策划管理以及销售等方面的人员专业素质水平都能够不断提高，建立结构完善的营销工作团队。

4.3 关注营销团队的激励机制建设

石油产品销售企业必须意识到的问题是营销团队的激励本就是企业内部人力资源管理工作的主要内容，要求全体员工参与其中，确保激励机制能够具有相应的活力。现如今，石油产品销售企业的营销绩效考核通常都是以上级主管或主管机构负责落实对应的工作，能够获得的评价信息和数据相对有限。为此，石油产品销售企业的领导层和管理层需要关注内部薪酬激励机制的建设，结合目前经济社会的发展状况，进一步提高营销工作团队的薪资待遇水平，全面发挥激励机制的价值，并将多劳多得的思想深入到营销工

作中，全面提高营销工作的质量。

在当下人力资源管理内容不断更新发展的背景下，对于石油销售企业营销工作团队建设的激励也变得越发重要，需要企业根据实际状态以及营销工作团队的需求，针对激励方法进行创新。人力资源管理部门需要始终以激励机制建设作为企业营销工作团队和市场拓展不可或缺的重要依据，可以适当借鉴其他企业的薪酬激励制度，选择使用精神以及物质双向激励的目标，针对业绩突出且作出巨大贡献的营销工作团队以及个人及时进行表彰，形成良好的工作氛围^[5]。除了最为传统的工资、奖金之外，营销工作取得的销售业绩也和员工的职业生涯规划建立联系，石油产品销售企业根据考核结果针对员工工作能力和特点进行分析，将其融入人才管理数据库中，并将其作为内部营销工作团队调动、选拔、晋升的主要依据，保证营销工作团队积极性能够被全面激活。

5 总结

总而言之，目前石油产品销售企业所面对的经济和市场环境变得愈发复杂，在竞争环境更加激烈的前提下，更加关注营销工作团队的建设。但总体看来，目前营销工作团队的营销理念、结构组成以及激励机制等方面都存在一定的。为此，石油产品销售企业需要在遵循合理性、专业性以及激励性三项原则的前提下，关注营销工作团队营销意识的全面化发展，形成完善的服务营销体系，并建立结构组织完善的营销工作团队，配合激励机制的建设，确保营销工作团队自身的主观能动性能够全面发挥，提高营销工作的质量和效益。

参考文献：

- [1] 许茂林. 探讨新时期如何提升石油企业营销管理水平 [J]. 活力, 2024, 42(20): 181-183.
- [2] 李松林. 石油炼化企业成品油营销策略研究 [J]. 广东经济, 2024(14): 47-49.
- [3] 杜三旺. 新形势下石油化工企业销售服务营销策略探讨 [J]. 中国市场, 2023(17): 140-143.
- [4] 龚雪雪. 新形势下石油化工企业销售服务营销战略 [J]. 商业文化, 2022(10): 49-50.
- [5] 于子策. 浅谈石油企业营销团队的激励机制建设 [J]. 化工管理, 2020(26): 130-131.

作者简介：

曾诚 (1987-), 男, 河南商水人, 本科, 中级经济师, 研究方向: 营销管理、企业管理。