

新形势下煤炭销售管理创新

刘 帅

国能销售集团东北能源贸易有限公司 黑龙江 哈尔滨 150000

摘 要：随着经济全球化以及中国市场迅速增长，行业的风险将逐渐增大。煤炭企业成长的成长和改善，是中国钢铁企业通过增强市场竞争力实现经济可持续成长的最有效途径，也是进一步推进煤炭企业供应侧结构改善和去产能的关键举措。新形势下，煤炭行业必须实行单一的企业管理体制以不能满足现代市场建设的需要，同时由于市场竞争激烈对煤炭企业的经营管理也提出了新的挑战。因此，煤炭的经营需要积极革新市场经济模式和机制，才能不被社会淘汰。煤炭的经营必须认清形势与不足，促进煤炭产业经济的全面可持续发展。

关键词：新形势；煤炭；销售管理；创新

1 新形势下煤炭销售管理中存在的问题

1.1 销售链条过于单一

以往，中国煤炭企业的营销链条相对较少，因此无法有效的开展营销合作。一般而言，公司负责与企业的用户联系、进行煤炭营销服务。虽然公司一直期待可以发展更多的新用户，从而提高公司煤炭销售和煤矿利润，但他们由于不够熟悉市场的形势，缺少和潜在用户的接触、交流等，从而制约了现有用户发展速度。所以，公司的销售收入大部分来自于老客户。

1.2 忽视市场需求调查

因为公司很少考虑市场需求，公司所出产的煤炭品种往往与需求脱节，从而降低了销量。此外，部分公司并没有根据认清的合同内容与市场需求二者之间的差异。例如，有的煤矿企业类型是其自己所签订合同的所需要的煤矿类型，而并非整个企业需要的煤矿类型。公司也常常按照协议内容过多地生产协议中所规定的煤炭。在这样情形下，公司就容易形成煤炭生产挤压，从而扩大成本费用开支，减少企业的销售效益。

1.3 销售人员素质整体偏低

销售人员是提升煤炭企业销售收入水平的关键人物。如果销售人员的专业素养和能力不能够跟上时代的变化，将会影响企业的销售业绩。当前，一些销售人员仍然使用传统的思维方式管理煤炭销售工作，没有意识到社会和时代已经发生了变革，传统的思维方式已经无法满足企业的需求。在知识经济时代，销售人员需要不断提升自己的专业素质和适应新的销售模式。然而事实上，许多销售人员缺乏学习新技术和销售知识的意愿，缺乏适应知识经济时代的自我认知。此外，一些销售人员在没有充足的数据和信息支持的情况下，盲目地销售产品。因此，企业需要采取科学有效的措施，提升销售

人员的专业水平，帮助他们熟练掌握信息技术并更好地开展销售工作。同时，还需要鼓励销售人员学习新知识和技能，建立与客户良好的沟通和合作关系，并从客户的角度出发提供最合适的销售方案，以实现企业的销售目标。

1.4 完善煤炭营销信息化建设

煤炭企业因受以往落后经营思想的制约，缺少优化管理。在业务发展的前提下，公司容易处于混乱的状况。企业将信息化导入公司内部，有助于提高管理水平，确保企业管理、营销项目成功实施。尽管公司引进了计算机技术进行现代经营管理，但公司煤炭的现代化管理程度还不够高，不利于充分的运用现代计算机技术的控制功能。为了提升网络系统建设管理水平，公司必须确保自己拥有足够的建设资金，保障网络系统建成工作。当前，公司极少建立专项资金，用以建立网络系统。综上所述，公司网络系统建设状况并不乐观，急需优化、完善。

2 新形势下煤炭企业经济管理创新发展的重要性

2.1 煤炭企业经济管理的重要性

2.1.1 有利于提高企业资本运作的的能力，对资金成本科学管控

煤炭企业资金流动性高而密集，如果公司资金运作不顺利，公司的再生产将会困难。资金运作，是指经过资金筹措、资金运用、收益分配等各种活动而完成的，资金的迅速筹措、资本的合理使用、利润的公平分配也需要公司的经营制度发挥作用^[1]。所以，煤炭企业要强化企业管理水平，增强自身的资本运作意识，对其的健康成长有着重大作用。

2.1.2 有利于优化资源配置，促进企业经济效益的提高

煤炭企业通过合理的经营管理模式能统筹公司内的所有活动，并对公司的资源加以有效整合，从而提高资源的综合利用率，进而增加了煤炭企业的经济效益和社会效益。

2.1.3 有利于创新煤炭企业经济管理模式，促进企业生产效率的提高

随着中国社会主义市场经济的发展，不少民营企业已经建立起了自己特有的社会主义市场经济发展方式，同时，煤炭企业还根据当地产业特色以及资源优势，建立独特的经营发展模式，从而带动了其产出质量的有效提升，以确保民营企业的稳定成长。

2.2 煤炭企业经济管理创新的必要性

2.2.1 新时代下市场经济发展的要求

煤炭公司在发展壮大的道路上，为了实现社会主义经济体制的深层次变革，也需要对煤矿公司发展的经营管理机制加以革新。近年来，新型的经营管理方式在不断产生，而传统的、陈旧的经营管理手段无疑会抑制经济发展，若公司继续停步不前，又没有创新能力，则各种问题就会接踵而至，若煤矿公司发展沿用传统粗放式管理方式的经营模式，必然会提高公司的经营成本，在与同行业的竞争中，将无法赢得更多的市场份额。

2.2.2 我国经济体制的现实需求

在我国市场经济中，国有经济直接影响到了国民经济的经济命脉，并占有着主导地位，而国有企业经营管理模式的革新则能够促进国民经济的增长。所以，随着世界经济全球化与一体化的进展，现代计算机技术也已广泛运用到了企业的生产中，而当前经营结构也出现了巨大变化，因此煤炭企业更应该作出努力，逐步变革经营管理、生产方式办法，建立健全的经营管理体制，可以一方面提高了资本经营的科学合理性，另一方面减少了企业的经营成本费用，从而达到了公司效益的最大化。同样，唯有有效地革新企业经营模式，才能增强企业的核心竞争力，让煤炭企业发展在时代变革的潮流中继续向前，推动了煤炭企业的可持续与长远发展^[2]。

3 新形势下煤炭销售的策略

3.1 树立煤炭产品品牌战略理念

现在中国煤炭市场竞争正处于白热化的阶段，中国煤炭企业发展就必须建立产品品牌战略意识，树立自己的煤炭产品，发展自己的服务品牌，塑造中国煤炭产业发展的总体品牌，以此去带动煤炭营销效果的提高。具体来说，可重点从如下几个层面着手：其一，综合比较同等市场的煤炭产品市场情况，并对比它们与自身产品相比的差异，从而寻找煤炭企业品牌战略的切入点，

把这种优势，视为自己国家建设的出发点与落脚点；第二，重视煤炭企业新产品的市场营销与管理，提高煤炭营销水平与效率，形成优秀的新品牌，从而体现了煤炭企业的比较优势；其三，立足服务于煤矿需求方的宗旨，主动实现市场与供需主体间的有效联系，理解其在煤矿生产方面的实际需要，并制订出个性化的为煤矿生产提供服务预案，以提高市场服务能力与素质。

3.2 维系重点战略合作者的关系

对煤炭企业发展来说，在新常态经济社会发展的大背景下，更加注重重点战略合作伙伴关系的保护，是协助煤炭企业度过经济动荡阶段的关键手段，这不仅仅能够减少中小企业的投资风险，还能够在双方合作共赢的格局下，取得巨大效益。当然，在维系国家重点战略与合作伙伴关系的过程中，也不是一蹴而就的，还必须重视下列几方面工作的进行：其一，突破区域发展的空间局限，通过与国内大公司间的连接，将煤炭营销深入到各行各业，实现煤炭营销的网络体系建设；其二，重视与电力行业，钢铁企业相互协调发展的维护，形成彼此依赖，共同抵抗的战略开发原则，强调同此类型公司间的协作，同时尽力作好对每一个重点煤炭客户的供应管理，以防止在业务的后期发生任何的差池，从而确保对重点客户的保护与控制。

3.3 不断优化煤炭产品结构体系

当前煤炭产品结构体系难以满足市场需求，为此需要优化煤炭产品结构体系。具体而言，我们需要采取以下措施：首先，培育优质产品意识，了解顾客需要。正视当前煤矿生产结构单调、无法适应多元化需要的问题，促进煤矿生产的技术创新研究，利用清洁高效技术和行业发展趋势的契机，调整和改善当前的煤炭产品格局；其次，按照国家环保政策和行业标准规范，调整生产程序，确保生产出的煤炭符合各行业使用要求，彰显煤炭产品的性能优势；最后，在调整煤矿生产布局的进程中，注意培育良好的研究队伍，为他们提供完善的研究平台和机制，从而保证煤矿生产结构调整研究的切实开展^[3]。这将有利于提升煤矿生产的品质和产品竞争力。

3.4 健全完善煤炭运输管理体系

在煤炭物流体系建设的进程中，销售策略需要从如下多个层面做出改变：其一，实现与铁道部门间的互动与联系，并改变煤炭供需时间差的模式，建立长期合理的煤炭运输计划，以防止在客运高峰期出现煤炭运输链断裂的状态，从而促进了煤炭运输经营管理进入了一个标准化和规范化的新阶段；其二，根据各种煤炭输送途径的优势，针对当前煤矿销售运输的主要特点和明确，

按照对具体问题具体分析的方法,制订出最佳的煤矿运输计划,在其经济效益和可行性的基础上,防止对市场环境产生不良影响,以建立多元化的煤炭物流通道;其三,处理好煤矿运行过程中煤矿承运者,煤矿生产者与用户双方的关系,明晰各方职责,防止在运行过程中发生矛盾。

4 新形势下煤炭销售管理创新

4.1 注重对网络优势的利用

随着网络技术、信息化、云计算技术、大数据分析等的快速发展,煤炭企业的信息化管理已成为大趋势。公司将充分发挥网络的资源优势,创新发展销售管理。通过网络平台,结合消费者需求,有针对性地开展价格、成分、品种、用途等信息分类,以全方位了解煤炭资讯,并进行方便购买。新型营销渠道的不断创新与发展、计算机技术的广泛应用,将有利于提升煤炭企业的经营效益。在新信息时代背景下,煤炭企业可运用网络技术开展广告宣传,并重视电子商务交易的新发展,为煤炭网上营销打下了基础。有计划培养信息化销售人才,通过在线交易方式实现煤炭销售、有效降低成本,借助新媒体优势,加强煤炭产品的信息宣传与物流运输的介绍。在煤炭交易中出现问题或售后问题时,利用网络技术获得及时反馈将提高煤炭企业的整体服务水平。

4.2 注重销售观念创新

在新形势的大背景下,公司必须要适应新时代发展的需要,重视如何合理地把企业核心资源转化为知识,以提高企业人力资源的价值。在这样的前提下,煤炭企业也从实践入手来有效进行营销管理思想的研究开发,不断地提高营销管理者的整体素养以及专业知识水平,以此保证我国营销管理的学科背景系统得以全面完备,以便有效的来促进知识经济的创新发展。煤炭营销工作者也应了解知识经济背景下的营销模式不断创新,更应注意到动态性的煤矿销售市场的变革,能积极的去满足人们的实际需要,从而确保营销网络的继续扩大,从而确保煤炭企业在新时代背景下的创新发展,有效的取得预期的效益,提高公司的核心竞争力,促进煤炭企业的持续稳健和可持续化发展。

4.3 注重信息系统的完善构建

为适应信息时代的发展需要,煤炭企业必须建立科学合理的煤炭销售供应链管理体系,以高效集成储运、

制造和销售各环节,并进行全面的统筹发展,以便于可以更有效地运用现代信息化的技术优势,来获取运输管理的重要信息。在世界经济一体化的大背景下,并充分考虑到中国市场经济动态化的发展特征,煤炭企业应当注意从市场信息入手,并根据企业特点全面提高销售实力^[4]。所以,做好信息化基础工作,建立适应市场发展需要的信息化体系必不可少,以便迅速掌握有效的行业价格调整、用户具体要求和价格变动等信息,为公司煤炭业务经营提供数据支撑。而且,随着网络系统的不断完善,将全面提高煤炭企业的营销水平,有效的促进煤炭行业营销的高速增长。这也将更加明确战略发展策略,促进中国煤炭企业的可持续化发展。

4.4 注重对技术的应用创新

考虑到煤矿企业发展产品销售管理的特殊性,它不能够脱离煤矿的实际生产状况,唯有全面关注煤矿生产的质量管理水平,方可逐步提升煤矿企业发展产品销售管理水平。在全新的知识经济背景下,随着科学技术进步的迅速发展,煤炭公司必须要从自身利益入手来注重科技的新开发,并不不断地把新型的、高新技术设备引进到生产中,以此全方位保证煤矿产品品质的提高,从而增强煤矿营销服务能力,促使产品适应市场化经营的需要,确保用户能够良好的体验到煤炭企业的产品服务,以此保证煤炭企业的长远稳健经营。

结语:综上所述,在全新的知识经济背景下,要充分发挥好人力资源的发展优势,可以进一步推动中小企业的健康成长。煤炭企业在新时期的历史背景下,想要更进一步地取得煤矿营销工作的发展,则须注重知识革新和煤矿营销管理模式革新,以保证煤矿营销水平的提高,从而实现煤炭企业的预期经营目标。

参考文献

- [1]王书琦.对企业销售管理工作的创新思路分析---以煤炭企业为例[J].商展经济, 2020(06): 65-67.
- [2]孟维.低碳经济背景下我国能源销售集团企业管理策略探究[J].低碳世界, 2020, 10(08): 192-193.
- [3]韩云飞.煤炭企业销售资金的管理模式及风险防控措施探讨[J].现代营销(信息版), 2020(02): 40-41.
- [4]王尧艺.新形势下煤炭企业营销销售管理工作创新实践探讨[J].内蒙古煤炭经济, 2020(05): 105+107.