

煤炭贸易企业的营销策略探讨

■ 李 鑫

[开滦集团(唐山曹妃甸区)国际贸易有限责任公司, 河北唐山, 063000]

经济贸易的全球化发展,使我国各行各业都得到迅速发展,煤炭贸易企业在迅速发展的同时也面临巨大的压力。因此,为了我国的煤炭贸易企业能够在激烈的市场竞争中占据一席之地,相关的煤炭贸易企业就要更新自身的营销策略,通过创新营销策略,将营销活动作为企业的发展核心,减轻企业的行业竞争压力,推动我企业的进步。

在时代迅速发展的背景下,煤炭企业也因此获得较多的发展机遇。由于煤炭贸易企业缺少创新的营销策略,虽然,部分煤炭贸易企业已根据社会的实际需求对其使用的营销策略进行了相应的调整,但是,这种改变并未给煤炭贸易企业带来更好的发展,由此可见,过去的经营管理模式已经难以适应煤炭贸易企业的长远发展。在当前的经济贸易环境下,低价格、高质量的煤炭贸易企业更能适应实际的市场需求。

一、煤炭贸易企业使用的营销策略现状

(一)没有建立营销概念

营销不仅是提高煤炭贸易企业市场竞争力的重要手段,同时还是一种艺术。其中,煤炭贸易企业的营销策略会直接影响其在市场中的竞争力及地位。现如今,在经济迅速发展的背景下,煤炭贸易企业的营销策略难以得到创新,并且部分煤炭贸易企业并没有全面建立营销的概念,从而使营销策略无法紧跟时代的步伐,更为严重的是,部分煤炭贸易企业一直沿用传统的营销策略,没有针对目前的市场需求对原有的营销策略作出适当的改变。除此之外,在煤炭贸易企业中,营销已经不仅是营销部门的工作职责,还渗入企业中的其他部门,因此,企业全体工作人员都要建立营销的概念。由于企业及相关的工作人员缺少对营销概念的了解与营销意识,在这样的条件下,企业无法为煤炭贸易的营销建立适合的环境,因此,煤炭贸易企业缺乏一定的凝聚力,营销策略无法得到有效实施,严重阻碍煤炭贸易企业的发展。

(二)忽视市场调查的作用

要想实现煤炭贸易企业的长久发展,企业必须了解煤炭贸易市场活动的动态。为了使煤炭贸易

企业在市场上获得竞争主动权,相关工作人员必须做好市场调研工作。但是,部分煤炭贸易企业受到传统营销观念的严重影响,对煤炭贸易市场研究的重视程度不够。虽然制订的营销策略也是基于主观意识之上,但是,经营管理决策具有一定的客观性。在营销策略的具体实施中,企业忽视市场调研在营销中的重要作用,会造成煤炭贸易企业人员、财产及资源的浪费。

二、煤炭贸易企业营销策略的重点

(一)依据营销理念制定营销策略

营销文化的中心思想是营销理念,与此同时,营销文化也是提高企业在煤炭贸易市场中核心竞争力的重要手段之一。煤炭企业应创造面向用户和社会的营销理念,基于营销理念制订煤炭贸易企业的营销策略。若片面追求营销策略形式,企业会受到负面影响,行业发展战略与经营管理脱节,最终会阻碍煤炭贸易企业的持续发展。只有形成统一的价值观,把营销理念转化为营销策略,才能保证战略定位的准确性。

(二)制定具有战略思维的营销策略

煤炭贸易企业的营销策略是对一定时期内企业营销预期结果的规划。总体来说,策略服务于战略,具体的营销方法就是战略的实施方法。战略目标应当服从和服务于战略目标。只有实现了战略目标,才能制订战略来实现目标。煤炭贸易企业应当运用战略思维整理有关企业经济效益与长远发展之间的关系。在制定营销策略时,我们应该利用市场营销知识来创新思维。例如,根据市场形态的变化权衡利弊,哪些措施适应时代,哪些措施不能简化。在不同的市场变化中,战略目标和策略目标之间的关系的方式是完全不同的。只有着眼于煤炭贸易企业长远的利益,我们才能实现战略目标和策略目标。

(三)营销策略要充分考虑到可控资源

煤炭贸易企业的发展,从市场调研到市场研究,再到营销策略的制订及实施,都专业人才。因此,在制订营销策略时,要充分发挥专业技术人员在煤炭贸易企业营销策略中的全部优势。除此之

外,在制订营销策略时,需要秉持科学、合理、系统的理念,不能为了满足一个小的策略目标,而损害了另一个大的战略目标,要时刻以煤炭贸易企业的整体效益为主要目标,还要考虑市场环境对营销策略的影响,通过利用先进的科学技术,减少各类营销风险。

三、营销策略的类型

营销策略作为营销工作的行动指南,是营销工作进行的重要依据。煤炭贸易企业的营销策略主要是由煤炭行业内部的特点与煤炭贸易市场的特点决定的。从实际的煤炭贸易企业营销策略出发,煤炭的营销策略主要有产品策略、价格策略、销售渠道策略、运输策略及销售服务策略。

(一)生产策略

煤炭产品战略是指煤炭贸易企业根据市场特点确定自己的煤炭类型,即煤炭企业应根据煤炭特点、原煤质量和经济优势,确定生产何种煤种,并确定是否生产混煤还是洁净煤,是否加大或降低灰分的比例等。总的来说,煤炭的质量不仅是企业的生命,还是企业实施品牌战略的前提。大多数用户对煤质要求变化不大,这样的要求有利于标准化的生产工作。因此,为了提高用户对品牌的忠诚度,煤炭企业要加强对煤炭的质量管理的重视程度,并且不能随意改变或者降低煤炭的品种及质量。

(二)价格策略

有效煤炭的价格策略能够使煤炭适应煤炭市场的定价变化。我国作为煤炭第一生产大国与消费大国,煤炭产业的发展得到了全球的关注,因此,煤炭的价格变化将受到来自世界的关注。我国的煤炭消耗主要体现在发电方面,相关调查显示,我国的发电用煤占我国社会用煤的50%左右,煤炭的成本同样占发电成本的50%左右,电与煤的价格变动对我国煤炭企业及发电企业的影响较大。由此可见,煤和电之间的依存程度较高,制定价格策略就十分重要

(三)销售营销策略

销售营销策略简单来说就是怎样将煤炭产品转移到用户的线路或者通道中去。对煤炭贸易企业来说,选择不同的销售方式得到的效果是不尽相同的,选择直接销售方式及间接销售方式产生的效果各有利弊,因此,煤炭贸易企业需要依照企业中的可控资源数量及煤炭贸易市场的特点来确定相应的销售方式,合理应用这些营销方式,从而完善煤炭贸易企业的营销策略。现如今,我国大中型煤

炭贸易企业在一般情况下都会选择直接销售的方式进行煤炭的销售。我国大中型煤炭企业选择这样的销售方式,有利于买卖双方信息的交换,也能迅速了解煤炭贸易市场的需求。我国小型煤炭贸易企业或者是外部环境较为复杂的企业,则会选择让代理商进行销售的方式。

(四)运输策略

煤炭运输策略是指选择合适的运输方式,安全、及时地向用户输送煤炭的策略。选择合适的运输通道,安全、快速且廉价地运输煤炭。

四、煤炭贸易企业的营销策略

(一)煤炭贸易企业目标选择策略

在煤炭贸易企业中实行目标市场选择的策略与煤炭贸易企业的服务质量密切相关。在现代化经济发展的社会中,人们的消费观念已经得到较大转变,对煤炭市场的要求也在提高。因此,企业的服务质量已在产品因素中形成固化模式,并且也成为煤炭企业参与市场竞争的重要方面。同时,煤炭贸易企业在目标市场方面要进行科学合理的选择,并将服务因素考虑在其中,还要根据影响力的不同,有效地对煤炭贸易市场进行全面分析。当确定目标市场之后,需要制订产品的具体营销方案,才能有效促进产品的销售顺利开展。因此,在进行目标市场选择的过程中,煤炭贸易企业要对内部管理机构进行适当调整和分析,并结合不同市场的区域情况,成立专门的市场管理部,同时划分好具体的服务对象,还要根据该区域的市场环境制订科学合理的营销策略,从而更好地促进煤炭贸易企业的可持续发展。

(二)煤炭贸易企业的品牌营销策略

如今已经是信息化的科技时代,想要在市场竞争中占据一定的地位和优势,煤炭贸易企业不仅要提高营销服务质量,还要提高自身在社会中的信誉度和品牌效应。同时,企业也要积极打响品牌战略,将传统市场营销中的推销理念和模式进行转变,合理利用社会舆论的扩散作用,将煤炭产品营销途径进行有效拓展,从而更好地使目标市场发挥带动作用。因此,如果市场营销服务的优质性能对品牌策略推行发挥促进作用,就能够为煤炭企业树立良好的企业形象,从而建立企业与消费者的联系,实现消费者与企业之间的互惠互赢局面,进一步将企业品牌营销形象树立起来。同时,在我国煤炭企业持续健康发展的背景下,一些企业已经开始逐渐迈向国际市场。而这是实现品牌营销策略的

重要组成部分，也是树立企业文化形象的基础之一。在煤炭贸易企业文化建设背景下，会逐渐出现更多的营销策略，如知识营销、绿色营销及整合营销等，从而使各种营销新理念得到全面的发展。

（三）煤炭贸易企业实行价格营销策略

煤炭贸易企业实行价格营销策略就是根据营销区域的产品需求和供给情况进行全面分析和分析，然后制定合理定价的方式。从某种意义上来说，价格在中具备较高的影响力，而煤炭贸易企业在对产品价格进行适当调整的过程中，需要特别注意价格调整会带来何种影响。因此，为了有效避免各种不利的情况的发生，就需要在市场经济环境的背景下，树立具有战略意义的价格理念，并形成科学合理的价格规范模式。也就是说，煤炭贸易企业要根据自身实际发展经营情况，制订科学合理又不会对企业自身经营产生不良影响的价格策略，价格营销策略一定要具有针对性，同时，要尽可能结合不同的行业、区域和消费水平及产品需求量等因素进行区别性的价格确定。

（四）煤炭贸易企业绿色营销策略

煤炭贸易企业实行绿色营销策略，完全可以建立在企业的可持续发展的基础上。通过收集煤炭贸易相关的绿色信息资源，建立与绿色信息资源之间的密切关系，进而形成绿色的营销系统。这其中发挥的作用就是将能够纳入绿色系统中的各项信息进行综合性评估，从而为制订营销战略提供参考依据。煤炭企业进行产品销售渠道选择时，可以结合煤炭绿色产品引起消费者的关注，同时根据消费者的实际需求情况，建立完善的煤炭销售渠道，从

而凭借自身的优势打造煤炭绿色品牌。

（五）煤炭贸易企业的形象文化营销策略

现阶段的煤炭市场竞争十分激烈，这使得消费者将同等质量的产品进行对比，基本上都会选择一些具有良好信誉和企业形象产品。因此，煤炭贸易企业要全面拓展自身企业的发展空间，尽可能创造更多的发展机会。例如，通过优化企业形象的营销策略，将煤炭企业的品牌形象文化进行优化改进，并且对煤炭市场进行调查研究，全面分析煤炭市场的发展形势并准确对自身企业进行定位，从而使企业形象被社会大众认可，然后合理利用一些具有影响力的传媒渠道，应用各种营销宣传形式向公众展示自身企业形象，并不断创新产品，进一步建立企业文化形象，提高社会的信任度。

五、结束语

综上所述，煤炭企业作为国家基础能源发展企业，其发展直接关系到我国社会经济的发展，目前，我国正处于经济全球化发展的进程中，煤炭贸易企业面临着前所未有的机遇和挑战。为了使煤炭企业在激烈的市场竞争中占据绝对的优势，煤炭企业需要结合现实的市场发展形势，根据自身企业的发展现状，积极调整营销策略，从而提高企业在煤炭行业中的竞争力，进一步为煤炭行业的可持续发展提供支持。

【作者简介】李鑫（1988—），男，河北唐山人，本科，中级经济师，开滦集团（唐山曹妃甸区）国际贸易有限责任公司，研究方向为经济管理。

