

# 新形势下煤炭营销问题与对策分析

■ 景慧生

(山西焦煤集团煤焦销售有限公司, 山西 临汾, 041000)

## 一、引言

当下,我国经济已迈入转型升级阶段,煤炭行业的整体产能呈现下降趋势,同时,市场对煤炭的需求也在不断下滑。在此背景下,煤炭企业要想获得更好的发展,就必须做好煤炭营销工作,着重解决新形势下煤炭营销存在的问题。现阶段,信息化技术在煤炭市场营销中的应用,能推动企业资源共享、优化扁平结构以及强化内部管理,进而使煤炭企业实现绿色、科学与可持续发展目标。这样既能促进我国煤炭资源应用的合理化,又能提高煤炭企业的市场竞争力,从而推动我国煤炭经济更好地发展。

## 二、煤炭营销问题概述

当前,我国迈入能源结构调整期,环境保护、节能减排等可持续发展政策也在逐步推进,国内的煤炭需求量不断减少,这些因素给我国的煤炭行业带来严重冲击,煤炭需求进入低迷阶段,产能过剩现象严重,煤炭市场价格大幅回落。因此,煤炭市场疲软,煤炭滞销情况较为严重,全国各地区的煤炭企业都面临着亏损,其经济利润不断下滑。从营销环节来看,当前煤炭企业销售管理体系仍存在一系列问题,如企业市场营销意识淡薄,且缺乏完善的内控机制,加上营销人员的专业能力不足,种种问题导致煤炭企业在营销过程中所面临的不确定性因素日益增多,最终造成赊销现象频发、合同质量纠纷不断增多以及应收账款持续增加等结果。这些不利结果给煤炭企业沉重的经营压力,甚至影响其信誉。

煤炭营销问题的频发,主要源于各营销环节(包括市场开发、产品销售及市场竞争等环节)的不确定性所产生的问题,这些问题分别来自客户信用、合同管理以及销售价格等方面。因此着重解决煤炭营销问题,能够有效减少和规避企业的损失。对此,煤炭企业需要从完善煤炭营销管理内部控制体系入手,从根本上提升经营活动的效率和质量,从而降低经营目标的不确定性,有效维护企业形

象,规范煤炭营销管理。

## 三、煤炭市场营销管理中信息化的作用

### (一)提升数据信息应用效果

信息化在煤炭营销管理工作中的发展和应用,可以充分发挥强大的数据信息管理和应用价值。作为煤炭营销管理工作的中心焦点和重要信任点,数据信息应拥有如下效果。首先,确保企业获得更准确以及更全面的市场信息,从而为后续决策提供参考。信息技术应用在煤炭营销管理中的运用,可提高企业获取各种数据信息的能力,因为信息技术能为企业尽可能地提供详细全面的生产信息、销售信息以及客户信息。另外,数据信息技术的作用还可以体现在数据信息的后续应用中。数据信息技术拥有强大的分析能力,可用于企业的煤炭营销管理,尤其是对大数据的详细考察。

### (二)提高沟通效率

要高效开展煤炭营销管理业务,煤炭企业就必须重视与客户的沟通。而要想与客户进行良好的沟通,煤炭企业就必须构建完善的传播平台,以取信客户,提高营销水平。因此,对企业煤炭营销而言,信息技术的应用十分重要,可以为煤炭营销管理工作的沟通与交流提供可靠的沟通渠道。

### (三)确保实时营销管理

随着当前营销压力的增加,煤炭企业的营销管理工作也面临更严峻的考验。而确保营销管理的实时性是提高煤炭营销管理水平的关键。但是企业运用传统的煤炭销售管理模式,很难实现理想的实时营销管理效果。信息化技术的应用将有助于解决这一问题,促进实时煤炭销售管理。因为,企业营销管理人员通过及时反馈的信息和数据,可以更好地调整企业营销的计划和策略,从而提高煤炭营销管理工作的有效性和适当性,改善最终的营销效果。

### (四)优化营销管理机制

营销管理架构的建立是煤炭营销管理业务比较重要的一环,如果煤炭营销管理架构不合理,就会对后续营销造成阻碍。目前,我国部分煤炭企业的

营销管理结构扁平化,该结构虽然能提高煤炭营销整体的管理效率,但在信息流畅性和管理准确性方面仍存在一些问题。基于此,借助信息化技术对整个营销管理运行机制进行优化是十分必要的。信息化技术可以改进营销管理架构,并提高其运作水平以及资源共享水平,从而发挥信息化应用价值。

#### 四、煤炭营销的重点问题分析

##### (一) 客户信用问题和对策

客户无法正常履约的问题被称为客户信用问题。采取有效措施解决客户的信用问题,对煤炭营销工作十分重要,因为在煤炭营销工作中,客户方是营销的核心。在实操中,为有效解决客户信用问题,需做好客户信用问题管理,企业可采取严格的授信额度和信用期限控制方法来减少应收账款的发生。

加强客户信用问题管理可从以下六点着手。第一,对客户授信审查制度进行完善,从营业执照、组织机构代码、企业法人代码证书以及税务登记证等多个方面入手进行审查。第二,对授信客户担保制度进行完善,针对滚动结算、边还款边发货的客户需要执行担保手续,并要求其提供保证人的营业执照以及金融机构资信证明等。抵押担保的客户需要签署抵押合同,做好材料审查,办理必要的登记手续。第三,对ERP系统客户授信审查审批制度进行完善,当煤炭销售部门申请ERP系统客户手段时,问题管理、法律以及财务等部门要对其做好评估与审核,审核完成后企业才可以开展后续的授信工作。第四,坚持客户授信评审制度,做好授信以及授信额度和期限的审查工作。第五,做好信用额度的管理。当客户的销售额超过授信额度时,销售部门需要重新复核评估客户信息,同时,ERP系统需冻结客户订单或交货单,待重新评估完成后,再决定是否释放其信用。第六,做好客户信用的重新评估。信用评估不是一成不变的,企业应根据客户的实际经营情况及时作出调整,同时开展对客户信用评估,根据评估结果对客户的信用政策进行调整。

##### (二) 煤炭销售价格问题和对策

当煤炭销售价格出现变动时,其可能对企业的生产经营目标实现产生一定影响,从而产生营销问题,这被称为煤炭销售价格问题。市场经济本身就具有一定的波动性,且煤炭价格会受到供给、需求

以及其他多种因素的影响,因此煤炭销售价格问题在企业的生产经营中是不可避免的。煤炭销售企业需要做好问题的分析和对策制订工作,完善工作机制,积极解决问题。煤炭营销企业可以通过完善定价机制的方法来解决价格问题,从而减少或避免因异常调价所导致的影响企业实现经营目标的情况。

为制订出可行的煤炭销售价格问题的解决对策,一是要做好市场调研和分析工作,明确把握市场煤炭价格的变动规律和情况,同时,积极收集市场行情信息,加强对周边同质煤炭价格市场变化趋势的分析,并对比了解国内外煤炭市场情况、竞争对手的价格情况,掌握煤炭市场价格走势、分析市场供需情况,然后在此基础上制订合理的政策,准确判断市场变化,形成合理调整分析报告。二是要坚持价格制定评审制度,销售部门提出价格调整方案后,需要在组织内部开展分析论证工作,同时,对于财务、考核及比价等方面,需要各相关部门从自身职责出发进行分析论证,做好评估工作。三是要严格落实煤炭价格审批程序,对于煤炭销售价格的制定,需要做好外部市场的调研,并经过内部多个部门的评审,审批通过后方可执行、公布。

##### (三) 应收账款问题和对策

应收账款问题主要是指坏账损失和货款拖延这两种问题,为推动货款的回收,提高应收账款管理效率,需要做好以下四点。第一,强化应收账款全程管理,从事前、事中、事后三个方面入手进行防范。其中,事前主要是对客户的资信及近期财务情况进行了解,对交易问题进行预防;事中主要是做好应收账款的监控工作,做好问题评估,对客户欠款的原因进行了解,对可回收性进行分析,同时制定有效的措施来追回逾期的应收账款;事后主要是采取担保、抵押等各种具体问题的防范措施,最大限度地减少应收账款问题给企业带来的损失。第二,做好对账管理工作,销售、财务人员都需要加强监控,编制有效的客户余额调节表,做好账务处理。第三,做好应收账款分析工作,根据客户余额在月末做好分析,并出具评估报告。第四,做好应收账款的催收管理工作,避免新的坏账形成。

#### 五、新形势下煤炭营销问题的解决对策

##### (一) 加强煤炭产品质量管理,做好产品问题对策

产品质量是企业的安身立命之本,既关乎了企业的生产,也决定着企业的声誉,煤炭企业也不例外

外。煤炭企业需要做好自身产品质量的管理工作，以质量赢得口碑、以产品获得市场。当然，要强化煤炭产品质量，必须做好生产环节的关口把控，从井下作业、煤炭运输以及产品销售等环节入手严格落实质量管理，做好煤炭质量的把控。同时，还应根据国家相关质量体系的具体要求对质量进行把控，在煤炭生产运行的各个环节设立相应的取样化验点，以实现煤炭质量的动态监控，及时发现生产过程中产生的质量变化，做好相应的分析工作，找出质量变化的根本原因，然后做好相应的整改。另外，面对激烈的市场竞争，煤炭企业应积极优化产品结构，减少煤炭杂质，提升产品质量，同时也应积极提高煤炭的附加值。总之，煤炭企业需积极开展质量建设工程，完善质量考核，实现对煤炭生产的全过程监控，以规避产品的质量问题的。

### （二）积极改进销售控制流程，减少履约问题

对销售控制流程进行改进，能够实现对销售全过程的监控，从而抓住高质量客户，严把问题关口，有效规避履约问题。具体来说，在煤炭销售过程中，要加强对长期客户的开发，着重挖掘付款能力强以及信誉好的客户。在合同的签订过程中，煤炭销售企业内部各部门应积极参与合同签署，做好关口把控，避免矛盾纠纷的产生。在提单管理中，销售部应做好按合约下提单的管控，财务部也需做好结算的监督，发运部则要根据提单要求来发货，由考核部对整个运行体系进行监督，通力合作实现流程问题管控。对销售中出现的投诉问题，煤炭销售企业需要以事实为依据，做好调查工作，以避免企业、客户的利益受到侵害。

### （三）完善售后服务机制，做好信誉问题对策

面对煤炭市场的不景气，煤炭销售企业需做好各个环节的管理，抓好售后服务工作，通过服务提

升塑造良好的企业形象。煤炭企业需要正确认识售后服务工作对企业信誉的重要影响，并积极完善煤炭售后服务机制，坚持信誉至上的销售服务理念。一方面，煤炭销售企业需要根据客户的需求制定有针对性的产品说明，为客户提供产品的选择服务，建立完善的售后服务机制，通过规范化的服务提高客户的满意度。另一方面，对于客户的投诉，煤炭销售企业应加以重视，第一时间对投诉进行处理，规范投诉处理程序，并安排专人跟进投诉进度，从而为客户提供满意的处理结果。煤炭销售企业需定期做好客户的回访工作，积极收集客户对产品和服务的意见，并积极改进。

## 六、结语

如今，煤炭市场的需求日益萎缩，煤炭企业的销售难度越来越大。为此，煤炭企业必须加强对营销问题的管控，着重采取有效措施来改进煤炭销售流程，从而避免营销问题的出现，增强煤炭企业长远发展能力，促进煤炭企业健康可持续发展，帮助煤炭企业获得更大的市场份额。总之，随着绿色环保经济的不断发展，我国对煤炭的需求不断削减，这使得煤炭企业的生存面临诸多挑战。一方面，市场竞争激烈，另一方面，一些企业的煤炭营销思想较为陈旧，对此，煤炭企业必须在煤炭销售中引入先进的营销理念，积极完善煤炭销售策略，通过加强煤炭产品质量管理、积极改进销售控制流程、完善售后服务机制来获得更好发展。

【作者简介】景慧生（1975—），男，山西洪洞人，本科，中级经济师，山西焦煤集团煤焦销售有限公司，研究方向为煤焦营销。