

知识经济背景下煤炭销售管理的创新

赵宁¹ 呼天峰²

1.神华神木清洁能源有限公司 陕西 榆林 017000

2.国能神东煤炭集团补连塔煤矿 内蒙古 鄂尔多斯 017200

【摘要】：现如今，随着信息技术的快速发展，煤炭销售管理方式也得到了创新，并且正在向着知识经济的方向发展。因此，要想促进煤炭行业在社会中的稳定发展，需要完善煤炭销售管理机制，改变传统的销售理念，从而进一步提高我国煤炭销售管理的效果。

【关键词】：知识经济；煤炭；销售管理

新时期，管理创新已经成为现代企业中的主要内容。特别是在煤炭企业的发展中，传统销售管理模式已经不能满足企业发展的要求了。这就需要在知识经济背景下对煤炭销售管理方式进行创新，加强对信息技术的有效应用，保证煤炭企业管理的有效性，为我国煤炭企业和社会中的稳定发展提供条件。

1 知识经济背景下煤炭销售的机遇

知识经济时代下，我国煤炭企业的发展也有了新机遇，这就需要此企业结合自身的情况，优化煤炭销售管理流程，激发自身在社会中的发展活力。同时，在知识经济下，还要对煤炭销售管理内容进行深入分析，不断促进社会分工的细化，实现销售的流通。在此过程中，煤炭企业要想强化自身的发展水平还要建立第三方物流机制，主要是在此基础上加快商品的流通，不断降低其中的运输成本^[1]。

企业的组织结构在此背景下也得到了优化。煤炭企业要想更快地适应知识经济，要及时调整和完善自身的组织结构，加强对科学技术的有效应用。此外，煤炭企业还需要对销售管理方式进行创新，通过对信息技术的应用构建健全的销售系统，保证供应管理系统的稳定运行，进而不断强化煤炭销售管理的效果。

2 我国煤炭销售管理中的问题

2.1 不重视市场需求调查

在对煤炭企业中的销售策略进行完善和制定时，不仅要充分重视市场的动态化情况，还要结合市场的需求，做好调查工作。但是，煤炭企业在具体的销售实践过程中，大部分企业并不重视市场调查工作，没有结合煤炭销售管理的实际情况，健全企业发展规划。部分企业只重视表面的利益情况，并不重视企业和社会中的长远发展。再加上，一些煤炭企业在实际的经营发展中，并没有综合考虑市场的影响因素，这会导致煤炭销售受到影响。

2.2 销售渠道单一

如果在当前煤炭企业的实际销售情况上分析，发现其主要包括直接销售以及间接销售。前者主要是直接面对销售者，属于一种简单的销售方式。后者一般会涉及到中间商。虽然煤炭企业所面对的都是中大型企业，但是其中的煤炭销售比较单一，并不能满足动态化市场发展的实际要求，这会导致销售与生产脱节。

2.3 煤炭营销信息化机制不完善

要想在知识经济背景下强化煤炭销售管理效果，需要在目前我国煤炭企业自身的销售情况出发，提高企业管理的水平。但是，在信息化的发展中还存在一些问题，信息化机制并不完善。一些企业没有认识到信息化建设的重要性，并且信息化投入的资金也比较欠缺。同时，煤炭销售管理系统建设和研发中还存在着不健全的管理机制等多种问题，这非常难以保障煤炭企业和社会中的长期发展，更不能满足煤炭企业的预期经济效益目标。

3 知识经济背景下煤炭销售管理的措施

3.1 做好市场调查工作，充分开发客户

要想在知识经济时代下，促进我国煤炭企业和社会中的稳定发展，要认识到信息技术的重要性，明确其对自身销售工作的影响，通过对信息技术的有效应用，开发客户。在此过程中，煤炭企业还要应用互联网技术和云计算等，积极搜集客户信息，在了解客户需求的基础上，制定和优化销售管理机制，在此基础上吸引更多的新客户。同时，在与客户交易的过程中，煤炭企业要加强在网络支付方式的有效应用，不断降低支付成本。除了要充分调研，还要采取措施实现对销售管理方式的创新，结合市场客户的需求，完善销售管理机制，降低此企业和社会发展中的经济损失^[2]。

其次，在对销售方式进行创新时，还要和整体市场背景情况有效结合，认识到市场需求对煤炭销量的影响。这就需要煤炭企业在发展中要关注市场，控制煤炭生产的质量。同

时,企业在应用信息技术前,要调查市场,了解市场的需求,在此基础上构建完善的生产方案。

由于当前我国的煤矿市场处于波动和变化状态,企业要及时掌握市场中的具体动态变化信息,结合现有所获得的信息数据,对煤炭销售情况和市场进行预测。主要通过准确的判断,对销售和生产战略规划进行科学调整,保证煤炭销售管理的科学性。同时,要加强对智能化和自动化技术的有效应用,优化生产流程,强化生产效率。最后,企业要应用自身的知识解决煤炭销售中的问题,提高自身的管理效果。

3.2 增加信息化销售的途径

煤炭企业要想创新其中的销售方式,健全管理机制,要了解市场发展的环境,对市场环境中的竞争趋势进行综合性分析,明确产品在发展中的优势和不足。同时,还要加强对信息的收集,帮助企业在发展对自身有一个精确的自我定位。尤其是在信息时代下,市场变化速率也在不断加快,这就需要煤炭企业要真正掌握了市场变化,提高企业的核心竞争地位。其次,需要明确销售政策的重要性,结合企业自身的经济环境和政府市场政策的具体变化情况,掌握市场政策,避免对煤炭销售管理效果带来影响。在此过程中,要了解自己的产品和竞争对手产品的优势和问题,加强对信息化技术的有效应用。

煤炭企业在信息化建设的基础上,丰富网络销售的途径,主要通过网络方式进行销售。由于外部环境与内部生产等都会对企业的发展带来影响,所以需要在多个角度出发,全面观察市场环境的变化,保证煤炭销售管理的有效性。在对销售渠道进行创新时,还要结合运输渠道的特点,对客户进行合理划分,主要将其分为本地销售客户、内河客户和海运客户等,更好地服务客户。

参考文献:

- [1] 程影.知识经济背景下煤炭销售管理的创新[J].中国集体经济,2021,(28):72-73.
- [2] 刘炯.浅谈知识经济背景下煤炭销售管理的创新[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2019,(11):31-32.
- [3] 周春雷.知识经济背景下煤炭销售管理创新的实践思考[J].今日财富(中国知识产权),2019,(10):56+58.

第一作者简介:赵宁(1986-),男,内蒙古鄂尔多斯人,2010年7月毕业于黑龙江科技大学采矿工程专业,现任神华神木清洁能源有限公司(业务部副经理)。

同时,还要重视对促销策略的创新,通过对差异化服务措施的有效落实,加强企业和客户之间的交流,建立更加稳定的关系,保证实际的销售量可以如期完成。在对销售管理方式进行信息化建设时,要结合客户的类型为其提供个性化和信息化服务,了解不同客户之间的需求,进而不断提高整体的煤炭销售效果。

3.3 健全信息化销售系统,保证煤炭企业发展的稳定性

现如今,煤炭企业在发展中为了满足知识经济发展的要求,全面关注和分析了市场变化的情况,结合市场的发展需求,优化了煤炭的生产和销售管理流程。在此背景下,还要适当增加煤炭销量,不断提高市场的占有率,在此基础上建立供应链平台,通过对供应链管理体系的建立,对各种煤炭销售信息进行全面搜集,掌握销售和运营管理中的内容^[3]。

首先要构建完善的信息化系统,加大自身的信息化建设力度,创新煤炭销售管理方式。其次,要设立信息化建设资金,将支持信息系统作为煤炭销售管理中的核心内容。在此过程中企业还需要应用网络技术,对煤炭方面的相关政策进行整合和搜集,优化煤炭销售机制,在此基础上制定科学的应对策略,不断降低自身的发展风险。通过对大数据和云计算的应用,获得客户的需求信息,保证发展运营战略构建的科学性,满足不同客户的需求。

4 结束语

随着知识经济时代的到来,我国煤矿企业的发展趋势也发生了变化。要想不断提高煤炭企业和社会中的经济效益,需要掌握市场的变化情况,采取措施科学调整营销方案,适当增强营销措施,创新销售管理方式,增强对客户的吸引力,从而为我国煤炭企业和社会的可持续发展提供条件。