

牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 献礼党的二十大

创新提升自我 精准服务客户

化销华东:
精耕细作提升客户满意度

□程安琪

2021年,化销华东深挖日常销售工作中的各个“点”与“面”,在提升客户服务方面精耕细作,以务实方法推进创新创效机制,全力增强产品竞争力,提升客户满意度。

客户:下雨天,产品外包破损、被淋怎么办?

化销华东:您放心,新型飞翼车保障您的货物洁净无损到厂。

2021年初,一辆崭新的大型货车驶入九江市某客户工厂,在停靠后,驾驶员轻轻一按,车厢两侧的翼板缓缓向上张开,犹如雄鹰展翅,引得众人围观。随后,叉车从开箱到卸货仅等待了一分钟,简单、高效,安全系数高。这是化销华东携手仪征化纤物流中心专门为客户提供配送产品首次投用的新型飞翼车。

纤维产品在运输过程中有被雨淋、落灰、碰撞损污的风险,特别是生产水刺无纺布的客户,对原料卫生要求极为苛刻。化销华东通过加强与客户交流,了解到用户普遍反映外包破损、受污的情况,于是立即与生产企业沟通,并与仪征化纤一起实地走访客户,商议改进方案。

在调研论证基础上,双方从优化现有物流承运结构、提升物流运输能力的角度出发,在特定运输路线上将普通平板车更换为新型飞翼车,并率先在水刺无纺布用户配送方面先行试点。新型飞翼车不仅能满足客户对货物洁净的要求,而且能大大降低装运人员的劳动强度,在不提高运输成本的情况下,最大限度提升物流效率及客户满意度。

客户:国内镀铝流延膜料都依靠进口,不仅价格贵,货源也是问题。

化销华东:没事,我们与镇海炼化协同开发“明星级”产品,填补国内空白,您可以试一试。

流延膜包含镀铝膜、蒸煮膜和复合膜三大类,其中镀铝膜主要用于食品包装,原料的选择在流延膜领域最为严格。在2020年的市场走访调研中,化销华东发现国内镀铝流延膜料基本依靠进口,国内市场近

乎空白。
化销华东联合镇海炼化,根据国内市场需求,着力打造可以顶替进口镀铝膜电晕层专用料的镇海炼化“明星级”产品。经过不断调试,2021年1月,顺利量产镀铝膜电晕层专用料FO8EM新产品,成功顶替进口牌号,填补国内市场空白,深受市场好评。目前,化销华东已与多家工厂签订新品采购协议,并与国内龙头企业达成合作,形成强强联手、优势互补的新局面。

为积极融入“一基两翼三新”产业格局,化销华东将继续携手企业不断推进新品研发与市场推广,继续深化产销研用一体化,助力新产品进入市场、服务客户,为公司建设世界一流化工贸易综合服务商提供坚强保障。

客户:集装箱极端短缺,我们急需聚丙烯保障生产。

化销华东:马上安排5400吨聚丙烯产品通过散货船发往以色列。

2021年7月,受新冠疫情的影响,全球集装箱极端短缺,海运费一再上涨,严重阻碍出口业务运输。一箱难求的局面下,以色列客户向化销华东求助,解决发运难题。为解决客户困难,化销华东积极探索出口业务新形式,开创性地使用了散货船运输方式。散货船一般载重1万~3万吨,可一次性解决出口产品的库存积压问题,且运费与集装箱运输相比至少便宜1/3。

经过充分协商,化销华东与客户最终确定了5400吨聚丙烯产品散货船运输方案。

由于第一次操作散货船运输,化销华东面临着指定船能否装运树脂大包、码头能否顺利操作散货、大量货物能否在短时间内报关送港等诸多问题。对此,化销华东多部门协作,经过一个多月的努力,最终于2021年8月19日,装载着近5400吨聚丙烯产品的散货船从上海龙吴码头起航,发往以色列,顺利完成作业,受到客户好评。

国际化经营是化销华东的努力方向,化销华东将持续深耕国内外市场,不断突破创新,为国际市场提供高附加值产品和优质服务。

化销华中:
打破常规提供增值服务

□方旭

2021年,面对化工产品市场竞争日趋白热化,化销华中坚持“以客户为中心”的服务营销理念,积极探索打破常规思维,为客户提供个性化服务、精准化服务、增值型服务等,让客户在产品使用上放心、提货上省心、增值上满意。

客户:我们原料库存告急!

化销华中:马上协调业务和物流,5天内送到。

“我们的低密度聚乙烯1C7A原料库存最多只能撑到周末,原料库存告急!”前不久,重庆某公司采购经理向化销华中打来求助电话,简短的话语中透露着焦急。该客户为“康师傅”方便面做配套产品,由于原料短缺,面临着断供停产风险。

为了客户所需原料能及时供应,化销华中业务部门、物流部门紧密配合,在网上跟踪货运列车信息,并与地方铁路局提前沟通对接,做好货物到站时间预判,采取“站台库”配送方式,节约入库、短倒、出库时间,最终在5天内将货物送达客户工厂,解了客户燃眉之急。

化销华中深刻认识到华中地区客户规模整体偏小、产业链条偏短,始终坚持在精准服务客户上下功夫,2021年,该公司探索建立“大数据”营销模式,大力推进客户经理扫市场工作,摸透区内客户群体结构和需求,并分层级制定战略客户清单,结合“一品一策”政策,逐家制定服务开发方案,做到精准服务。

客户:最近资金紧张,想融点儿资。
化销华中:我们产业链金融业务贷款时间短,利率也比较优惠。

“我们中国石化有财务公司,可以为我们的优质客户办理产业链金融业务。”2021年6月,化销华中有机产品客户经理走访武汉一家重点客户,了解到该客户资金紧张,有融资需求。

帮客户克服困难就是该公司工作的方



向。在了解客户有意向后,化销华中财务部着手制定服务方案,明确专人负责跟进,联合中国石化财务公司武汉分公司进一步做好产业链金融业务宣讲,顺利促成了该笔信贷业务,于两个月内顺利办理相关手续并完成放贷。

“产业链金融业务比普通银行贷款时间缩短近一半,且利率比较优惠,大大节省了我们的资金成本和时间成本。”在通过财务公司武汉分公司成功办理第一笔贷款后,客户赞叹道。

化销华中加强与财务公司沟通,为区内优质客户提供“财务+”增值服务,帮助解决产业链上中小型企业融资难问题,实现合作共赢。

客户:目前受疫情影响,怎样才能以最快的速度收到产品?

化销华中:我们有铁海联运、汽海联运、汽车运输和航空运输等多种运输方案,还有全程批量空运及中欧专列等个性化物流矩阵,保障产品快运快达。

2021年5月13日,德国某黏胶剂行业全球领先企业向化销华中紧急采购PVA(聚乙烯醇)原料。

为尽可能帮助客户降低进口成本,化销华中编制铁海联运、汽海联运、汽车运输和航空运输等多种物流运输方案,并明确各种方案的交付时间和运输费用,供客户选择和参考。客户综合考虑后最终选择空运,并确认了订单。2021年5月24日,仅11天,28吨PVA分3批陆续驶离重庆机场飞往德国汉堡,实现了30余年来PVA首次批量空运出口。

化销华中抓住海外市场机遇,加大PVA出口力度,一方面细分目标市场,通过大数据分析了解国际市场需求,细致做好常规牌号排产和个性化定制产品排产。另一方面,他们打破传统海运思维,实现了全程批量空运、汽运及中欧专列铁路运输出口等个性化物流服务。

回望总结是为了更加稳健地前行。2021年,作为产业链中的桥梁纽带,化工销售公司各企业在全力做好产品销售的同时,深化“以客户为中心”的经营理念,坚持在服务企业、服务客户上做文章,创新方式方法,精耕细作做强业务,筑牢市场生命工程,努力做服务企业的贴心人、服务客户的细心人。岁末年初,本版推出专题,展示2021年化工销售在华北、华东、华中、华南等区域服务企业、客户的创新措施和具体实践,旨在以全新的姿态迈向2022年,敬请关注。

编者按

回望总结是为了更加稳健地前行。2021年,作为产业链中的桥梁纽带,化工销售公司各企业在全力做好产品销售的同时,深化“以客户为中心”的经营理念,坚持在服务企业、服务客户上做文章,创新方式方法,精耕细作做强业务,筑牢市场生命工程,努力做服务企业的贴心人、服务客户的细心人。岁末年初,本版推出专题,展示2021年化工销售在华北、华东、华中、华南等区域服务企业、客户的创新措施和具体实践,旨在以全新的姿态迈向2022年,敬请关注。

化销华北:

做强业务夯实服务根基

□熊文晋 姚达 马良

2021年以来,化销华北做强自身业务,以特有的“独门秘籍”,精准服务企业和客户,助力量效齐升。截至目前,该公司化工产品经营总量完成年度计划的102%,利润实现年度目标的101%,量效均超历史最好水平。

客户经理:有了这份“学习地图”,在客户开发中可以做到有的放矢。

化销华北:这份“学习地图”是营销和销售岗位员工不可多得的“工具书”。”在集团公司管理现代化创新成果评比中,《化销华北营销销售岗位学习地图应用手册》获得三等奖。

化销华北营销岗位员工占公司员工总数的60%。为帮助各层级员工提升岗位知识技能,该公司组织专家及业务骨干,编制了包含通用知识、行业知识、专业知识等三大类共计16个分项的121门课程资源的“学习地图”,并根据员工层级,以雷达图的形式对各个知识项的学习要求,按照了解、熟悉、掌握、精通等4种程度进行区分,帮助员工逐步深入地学习。经过持续不断地探索和拓展,他们组建了12人的内部讲师团队,形成了“现场+视频”“线上+线下”灵活的培训模式,方便员工随时随地自主学习。

“这份‘学习地图’就像一本‘百科全书’,让我在客户开发中可以做到有的放矢。”入职不到两年的客户经理周亦晨对“学习地图”赞不绝口。

客户经理:不同层面的客户怎么维系?

化销华北:“两维四象限”客户评价体系告诉你。

2020年下半年以来,该公司创新将“两维四象限”分析法引入客户评价工作,从价值创造和发展潜力两个维度建立坐标轴,结合落袋利润、提货稳定性、提货数

量与增幅等关键性指标,建立科学的客户评价体系。该体系打破了以往非优即劣的单维分析方法,便于各产品部从资源配置、销售政策等方面对客户渠道进行深度优化,为进一步明确市场开发方向、精准制定“一户一案”“一品一策”等销售方案提供了科学依据。

在一年多的实践应用过程中,该公司通过将评价体系融入“行业前三”客户开发维护及营销企划等工作,切实提升了渠道质量和市场引领力,有效带动了经营质量提升。截至目前,第四象限中高熔共聚丙烯、线型聚丙烯、顺丁等产品“出血”客户数明显减少,第一象限价值创造力强、发展潜力大的客户群体明显增加,客户黏性显著增强。

生产企业:我们应该生产什么产品投放市场呢?

化销华北:董树明劳模工作室致力于以专属方案和精准服务,为企业优化装置排产和产品结构提供科学指导。

董树明劳模创新工作室是化工销售系统内首个员工创新工作室。该工作室致力于以专属方案和精准服务满足客户差异化需求。

2021年,他们通过全方位“扫市场”,深入摸排市场宏观环境、资源配置、渠道变化、产业链上下游供需情况等信息,为企业优化装置排产和产品结构提供科学指导,助力企业精准创效。他们抢抓光伏行业机遇,引导燕山石化聚丙烯EVA产品优化排产计划,联合开发出30余个EVA新牌号,实现光伏、预涂膜、热熔胶、电缆料等国内应用领域全覆盖,其中预涂膜产品实现全面替代进口;联合燕山石化推动耐辐照聚丙烯专用料K2945R实现量产,燕山石化大输液软包装用聚丙烯B4902得到扩大应用。在汽车料开发推广过程中,该工作室携手北化院、中沙石化产销研三方开发高抗冲、高模量、高熔指、低气味汽车专用料,联合推动产品试料和性能改进,全力丰富了汽车料的产品结构,满足新老客户对替代进口产品的需求。

化销华南:

产销衔接精准服务企业

□秦黎明

2021年以来,化销华南始终围绕产品价值最大化目标,抓好企业服务主业,坚决保证企业后路畅通,通过深化产销衔接,精准服务企业,充分释放企业产能,年度经营量创历史新高,切实巩固了中国石化区域市场地位。

生产企业:有时原料少、有时库存多,怎么办?

化销华南:我们全力保证企业原料供给及后路畅通。

“陈经理,中科炼化因装置优化调整,请协调本月多出一船乙烯,保证乙烯平衡!”2021年8月初,中科炼化来求助,乙烯下游装置生产运行受限,需要多销乙烯来避免裂解装置降负荷。企业的需求就是调度令。通过与各方沟通,化销华南协调中科炼化将富余乙烯首次出口韩国,解决企业物料平衡问题。

2021年10月,土耳其客户订购了北海炼化3300吨聚丙烯。受疫情影响,国际集装箱运输严重受阻,化销华南加强与北海炼化的配合,协助企业加紧办理出口相关手续,重新制定发运方案,突破树脂产品出口受制于集装箱运输的窘境,大胆尝试使用散货船发运出口货物,高效快速地完成了北海炼化3000吨聚丙烯产品出口土耳其的工作,为企业取得了良好的经济效益。

该公司把做好区内生产企业产品平稳、顺利推向市场作为产销衔接工作的重中之重。他们克服疫情影响,力保企业原料供应及新建设开工后路畅通。他们利用产销衔接平台,着力协调产品部做好保供业务,2021年保供量比去年增加100万吨。同时,他们积极引进配套装置,帮助化销中科炼化、古雷石化、海南炼化等企业产能,实现就近销售。

生产企业:我们该怎样根据自身实际制定营销方案?

化销华南:“一企一制”为您提供商情信息,助力增收创效。

每年年初,化销华南都要针对区内各企业编制“一企一制”方案,产销双方共同制定产销重点协同项目,助力企业增收创效。为推进“一企一制”管理升级,化销华南与区内企业构建了以公司领导互访对接为龙头、计划部门月度对接为主体,产品线业务、专题对接为补充的产销对接机制,并针对各级对接时间及频次做了详细要求。各部门与企业沟通衔接更紧密,及时为企业提供商情信息服务。他们做好信息分类整理与分享,累计发布市场内参和企业周刊35期,及时传递给相关企业,提升了服务企业的水平。2021年,他们共组织各层级产销对接149次,协调解决各类产销问题290个。

合理完善的对接机制受到多家企业的认可和好评,在2021年度企业满意度调查中,化销华南获得99.6的高分,位列各区域公司第一。

生产企业:如何抓住需求,实现产品效益最大化?

化销华南:产销研一体化让“基础+高端”产品都卖出好价钱。

2021年以来,化销华南多次联合北化院、生产企业三方召开产销研用座谈会和新产品开发专题研讨会,签订产销研框架协议,发挥各方优势,促进协同合作,实现产品效益最大化。

同时,他们积极开展重点攻关项目“揭榜挂帅”活动,联合区内7家生产企业、北京化工研究院等单位与华南地区战略大客户分别签署了抗冲透明聚丙烯、LLDPE柔性纤维专用料、HDPE茂金属专用料等8个“揭榜挂帅”合作项目,有利推动了高附加值新产品增产增销和拓市创效。2021年1~11月,销售新专产品188.16万吨,完成年度新专计划的105.6%。