

## 确保“十四五”开好局 以优异成绩庆祝建党100周年

### 知行合一管好安全

□方佳琳

安全管理关系着企业财产和员工生命安全,管理人员要想做好安全管理工作,必须要做到知行合一。

首先,要突出重点。安全管理涉及的内容范围广、容量大、知识杂,管理人员不仅要认真学习理论知识、各种法律法规,打牢安全管理工作的基础,而且要善于实践,努力做安全管理方面的小灵通、多面手。

其次,要沉下身子走。没有调查就没有发言权,如果只听取汇报,或走马观花,肯定发现不了问题。安全管理要达到严、实的标准,就需要管理人员深入现场,用眼睛去看、用脑子去想,做到深入、更“身入”。

再次,要多种渠道去问。管理人员要以多学多问作为提高管理水平的必由之路,要坚持在中学干、干中学、学中管,不断向一线员工取经,提高管理水平。

最后,要结合实际去讲。管理人员了解到的各类安全案例较多,实战经验也较为丰富,这些都是督促各级单位做好安全管理工作的有力借鉴。管理人员要采用理论与实际、教育与实践相结合的方式对员工进行教育,让他们深切感受,以知促行。

**企业看台**

Oil Marketing Weekly

### 益阳石油

#### 签订合资经营合同

本报讯 2月,湖南益阳石油先后与两家政府平台公司签订合资经营合同,合作双方将整合优势资源,共同投资建设及经营加油、电、车用天然气、氢等多种能源业务,为客户提供多种选择。  
(谢静 曾州澍)

### 青岛石油 合作建设加氢站

本报讯 近日,山东青岛石油按照集团公司氢能发展战略布局,同青岛李沧区政府、莱西市政府,以及三家新能源公司达成合作意向,在青岛建设加氢站,助力“东方氢岛”氢能产业发展。  
(刘东洋)

### 宜春石油 绿色通道服务灌桶客户

本报讯 春耕期间,江西宜春石油组织农网加油站走访周边村庄,针对客户需求,为罐车、灌桶客户开设加油绿色通道,增加24小时服务,开展农机加油优惠活动等,赢得客户好评。  
(聂凯)

### 扬州石油 开展片区经理岗位练兵

本报讯 近日,江苏扬州石油开展片区经理岗位练兵活动。参赛队员对加油站、油罐区、配电房等关键区域逐一检查,对应急预案、作业指导书、环保台账等进行审核,并对照施工历史资料,查找人的不安全行为、物的不安全状态等,进一步强化了片区经理HSSE基本功。  
(孙昊)

### 九江石油 创建“美好生活”加油站

本报讯 近日,江西九江石油开展了创建“美好生活”加油站活动,即环境形象“美”、服务技能“好”、管理有“生”机、营销有“活”力。活动期间,该公司通过日常督查、评比、考核等措施,彻底解决加油站“低老坏”问题,不断提升现场服务水平。  
(温玉善)

### 包头石油 送油到户获好评

本报讯 春耕时节,内蒙古包头石油为农户提供送油上门服务,受到农户好评。该公司针对批量购油农户承诺,只要拨打农网站站长电话,就会将油品送到田间地头。截至目前,包头石油右片区春耕用油销量实现同比大幅增长。  
(马晓慧 李鹏宇)



春耕时节,贵州安顺石油平坝县公司农网站给予农机客户柴油每升直降0.3元、汽油每升直降0.2元的优惠,并通过客户群、朋友圈进行宣传,将保春耕惠“三农”落到实处。图为员工为农机加油。  
(鲍念摄)

# “约惠”会员:有的放矢拓市增量

□邱丽芳

年初以来,浙江衢州石油持续开展“每周有约,加油优惠”会员日活动,并通过线上线下宣传、上门走访客户、灵活调整策略等措施,提升客户进站率、加满率及持卡消费比例。截至目前,衢州石油活动站点油品销量实现同比大幅增长。

#### “约惠”首秀,增量明显

“我每周六都会到你们站加油,这都成了习惯。”3月6日,城关加油站老顾客张先生在加油间隙与站长徐珍聊了起来。“感谢您一直以来对我们站的信任和支持。会员日持卡加油可享受每升0.5元的优惠,您这几个月下来省了不少钱吧。”徐珍说道。

自去年下半年开始,衢州石油营销团队通过前期调研,选取地处繁华区域的城关站、下张站、城西站、贺村站等6座加油站,每周开展为期1~2天的会员日活动。会员日期间,客户持卡加92号汽油,每升可得0.3~0.5元的积分;用易捷钱包加油,享同等力度优惠。

衢州石油通过公众号、客户群、朋友圈,以及液晶显示屏、海报、刀旗等在线上线下大力宣传会员日活动,确保客户能够及时知晓活动内容。同时,他们提炼话术,利用班前会对员工进行培训,鼓励员工在现场向客户推介。在活动中,衢州石油优化排班,增加人手,减少客户等待时间。加油站还推行“客户建档、一户一策;微信建群、实时提醒”工作方法,及时了解客户信息、解答客户疑问、掌握客户动态、研判竞争态势,确

保老客户不流失、新增客户变成固定客户。会员日活动仅开展1个月,活动站汽油销量实现同比增长。

#### 走出站外,开发客户

3月5日上午,客户方女士在花园加油站加了260元92号汽油后,使用易捷钱包支付,实际付款金额为247.7元。方女士开心地在朋友圈发了一条信息,告知会员日活动优惠内容,引得不少好友点赞、咨询。由于6座活动站点汽油销量增长明显,衢州石油营销团队决定增加会员日站点。在了解客户需求、建立数据模型、分析对手营销策略后,他们新增柯山站、花园站、芳村站、江山城北等10座站开展会员日活动,并安排相关人员到活动站点进行帮扶,派专

人对活动效果进行跟踪、评估、考核。

“挖掘潜在客户、召回流失客户、让新客户成为忠实客户。”年初,衢州石油确立了工作目标。“客户不上门,我们就去请。”各活动站一方面梳理现有客户,以班组为单位走访,另一方面以站周边5公里为半径,走访居民小区、商业中心、企事业单位,向他们介绍会员日活动,并免费提供上门办卡服务,不断扩大客户群体。截至目前,新增活动站点汽油销量实现同比增长35.6%。

#### 优化资源,量效齐增

“吴站长,结合目前的经营情况,现将你们站会员日活动天数由每周的周三、周六两天改为每周六一天,优惠幅度由每升0.6元改为每升0.3

元。”客户群体、油品销量稳定后,衢州石油调整活动优惠幅度,并加强宣传、培训、考核、评估,持续提升客户进站率、加满率及持卡消费比例,确保销量稳定增长。

“会员日活动由每周两天改为一天后,我们站还是人气爆棚,日均销量比较稳定。”柯山加油站站长吴勇说道。

“会员日活动改变了以往的普惠模式,而是有针对性地开展营销,留住了不少优质客户。活动开展以来,持卡消费比例、易捷钱包使用比例均得到提升,有助于稳定汽油客户群体。”衢州石油零售管理部负责人表示。

**经营方略**



#### 设备安全大检查护航加油站

近日,安徽淮南石油对加油站开展新一轮地毯式安全设备大检查。该公司按照绿色企业创建工作标准对加油机、油罐区、消防器材等设备设施进行全面检查,发现问题立即整改。图为淮南石油工作人员在加油站检查加油机铅封使用情况。  
(葛如俊 摄)

**长城润滑油杯  
新闻摄影竞赛**

### 员工施救自燃车辆

□蒋祥祥 汪启明

“太感谢你们了,要不是你们及时帮我灭火,我的车就报废了。”3月初,客户葛女士来到江苏连云港石油灌南新兴路加油站,将一面写有“英勇救火,无私相助”的锦旗赠予了新兴路加油站站长王志伟,向该站员工表示感谢。

前不久的一天,葛女士开车驶入新兴路加油站,准备加油。这时,员工顾春艳发现葛女士的轿车前面冒烟了,便立即呼喊站长王志伟。王志伟马上拿起加油机旁的灭火器跑向冒烟轿车查看情况,只见从车盖缝隙冒出的烟越来越大,王志伟果断拔下灭火器,对着冒烟处猛喷。顾春艳则按下急停按钮,关闭加油机电源,疏散站内车辆,拉起警戒线警戒,然后提着灭火器参与灭火。

两个灭火器喷完,车上冒出的烟少了许多。葛女士打开车盖,一股焦糊味扑鼻而来,王志伟马上用灭火器向冒烟位置喷了几下。在确认安全后,众人合力将车推出加油站,等待拖车救援。员工清理干净现场粉尘后,加油站恢复了正常营业。

### 河北承德石油通过发展油滴会员、举办推广竞赛、开展促销活动等措施

## 油滴活动实惠多

□许 静

“通过油滴平台加油,我得到了不少实惠,现在我只在你们站加油。”在河北承德石油西大街加油站,老客户李先生对员工姜晓燕说道。

年初以来,承德石油大力实施油滴营销战略,通过鼓励客户做“油滴大使”,引导员工开发油滴客户,全面开展油滴惠购活动等措施,持续增加客户黏性,提升油品销量。2月,承德石油汽油销售完成率排名河北石油第一。

#### 双向优惠引客来

“‘油滴大使’营销政策很吸引客户,老客户推介新客户注册油滴会员,每推介1个就能获得10个油滴,1个油滴相当于1元钱;被推介的客户也能得到油滴,可用于加油站消费。这种双向优惠,自然会吸引客户参与。”兴隆城东站站长杨超介绍。

承德石油发动全员走访客户,宣传“油滴大使”营销政策。该公司业务部积极走访移动公司、平安保险公司等大客户,县区公司则配合做好后期跟踪服务。“我让各区的分公司跟你联系,这样我们就能享受‘大使’待遇

了。”这些大客户对客户经理说道。截至目前,承德石油油滴会员达22.9万人。

#### 推广竞赛热情高

“现在,我们每天都要在工作群发送走访照片,公司会每日进行通报。”承德县片区经理袁瑞刚说。承德石油组织机关、油库、加油站开展油滴推广竞赛,逐级分解任务指标,并给予优胜者奖励。他们还鼓励员工在工作群晒工作照,对完成好的个人给予红包奖励。同时,他们组织销量相当的两个片区进行比赛,每周片区会各选1座站及3名员工参加,调动员工推广积极性。

在竞赛过程中,承德石油密切关注加油站现场推广情况,通过远程视频、现场检查的方式,对赛前动员、绶带佩戴、开口推介等环节进行检查,提出改进意见;对未按规定时间开展竞赛、人员缺席等情况进行处罚,确保活动质量。截至目前,随着承德石油油滴会员的增长,油品销量增加2300余吨。

#### 惠购活动提销量

“您好,是油滴会员吗?注册油滴

会员不仅有加油优惠,而且积分可换取易捷商品。”3月初,在水泉沟加油站,员工韩岩热情地向客户刘先生推介油滴业务。刘先生加完油后,用油滴积分换购了一些喜欢的零食,开心地离开了。

承德石油围绕油滴业务,开展了加油送油滴券、赠油滴积分等一系列促销活动,持续稳定客户群体。他们针对周末出游的私家车主,推出“周末游”营销活动,油滴会员添加92号汽油满150元及以上可获赠两张油滴券,可换取易捷商品;针对上班族开展夜间加油有礼活动,客户添加92号汽油可获赠油滴或油滴券,有效提升了客户加满率。截至目前,承德石油汽油销售完成率排名河北石油前列。

承德石油还结合油滴业务,对全区均用油量在40吨以上的流失客户进行走访,向他们推送油滴券,成功与多家客户达成合作协议。截至目前,承德石油客户回流率达26%,带动日均销量增加30吨。

**管理前沿**

□李丽珍 张凤娇

“变色了,变红色了!”3月6日,在广东江门北湖公园广场,拿着量油尺的梁女士见上面的试油膏变成红色后惊讶地叫了起来。

当天,江门石油联合鹤山市政府相关部门以“质优量足、客户满意”为主题在北湖公园广场开展油品质量宣传活动。

“加油站用这些工具来检测储油罐的油高、水高、温度。”工作人员张剑雄在服务台前,向市民展示量油尺、试油膏、温度计、20升标准金属量器等,并进行讲解。市民梁女士在张剑雄的指导下,在量水尺上涂上一层很薄的试油膏,然后放进油样瓶,试油膏没有变色。当她将水淋在试油膏上后,马上变成了红色。“几滴水就有这么大变化!”梁女士感叹道。“加油站每进一车油都会这样检测,以确保加进客户车里的油质量合格。”张剑雄说道。

“我经常开车在国道、省道跑,觉得有些站很像中国石化的站,可进去后又觉得不像,我该如何识别是不是中国石化的加油站呢?”针对市民提问,工作人员李燕贞解释道:“一看加油站罩棚颜色的统一标准,二看加油站员工服装是否有中国石化标志,三看营业厅内是否挂着印有中国石化标志的价格牌和服务项目牌;四看加油站是否可以使用中国石化加油卡。如果这座站不能用卡加油,肯定是中国石化的。这样的话,油品质量得不到保证,消费者也难以维权,所以一定选择正规站加油。”“这回清楚了,以后不会进错加油站了。”市民表示。

### 上门检验柴油质量

□樊春华

“刘主任,我们厂的20多辆车出问题了,不是打不着火,就是冒黑烟,麻烦你过来看看。”3月5日一早,湖北襄阳石油安全数质量部主任刘斌便接到客户的求助电话。

这家水泥厂地处山区,所有原料及成品全靠汽车运输。由于业务需要,该厂成立了物流公司,购置了100多辆大型运输车,并在厂内设置储油罐、加油机。该厂用油主要由襄阳石油提供,但也有少数社会供应商通过不同渠道,采用低价倾销的方式向其销售柴油。3月3日晚,该厂20多辆车加了一家社会供应商的柴油后,相继出现发动机不启动、爆震、车尾冒黑烟等现象,他们便找到襄阳石油求助。刘斌挂断电话后,马上与同事

回到检验中心,他们顾不上吃饭,就开始了紧张的柴油检验工作。检验结果显示,这批柴油的辛烷值16.8,只有标准值的1/45~1/60,造成点火困难,发动机冒黑烟,不能正常工作。柴油的胶质度到了206微米,超过标准值50~100微米的两倍多,造成滤芯、喷嘴堵塞。杂质、含硫量、酸度也远远超过标准值,对发动机伤害极大。

检验结果出来后,襄阳石油帮客户处理劣质油、清洗油罐,然后送油,使车队的正常运输得以快速恢复。

### 全力做好油管家

□邱萍 姚琦

“这两个月来,我们通过优质服务取得了较好的业绩。”3月初,浙江宁波石油商客部经理在业务会上说道。年初以来,宁波石油通过为客户提供的油价预测、库存提醒、预约后24小时内配送油品、免费清罐等个性化服务,得到客户认可。截至2月底,宁波石油直分销量完成计划进度的100%。

“我们拿到了第一手资料,并对客户进行分析,制定了后续开发维护方案。”宁波石油天然气业务主管韩春辉说。宁波石油积极走访天然气客户,了解他们的设备情况、用气需求、服务建议等,为他们提供专业服务。他们在1个月内完成了41家用户的调研,并形成调研报告。报告中反映的市场情况、天然气推广方案等均得到浙江石油的高度认可,为天然气直分销经营提供了参考。

### 及时为石料厂送油

□任庆峰

“谢谢你们,我原以为这么少量,你们得过几天才能把油送来,没想到第二天就送来了。有了这些油,我们明天就可以开工了。”近日,当山西吕梁石油聚财塔站站长王二小把一车20吨柴油送到某石料粉碎厂时,负责人王先生高兴地对他说。

近年来,吕梁石油积极开展小额配送业务。去年,吕梁石油小额配送量占柴油总销量的30%。今年,他们继续利用油罐车、配送车、便民桶等为客户提供送油服务。截至目前,吕二小才与客户告别。

梁石油小额配送量实现同比增长。

聚财塔站按照要求对区域柴油客户进行梳理,并逐一走访。他们对这家石料粉碎厂进行多次走访,对方答应如果需要油,优先考虑中国石化。随后,王二小经常向王先生发送最新油价、当期活动、相关服务等信息。“我们新项目准备开工,需要20吨柴油。”当王二小接到对方的要货电话后,马上联系油库、配送车辆,协商柴油配送事宜。送油当天,他督促押运人员及时跟车送油。当整车油品通过客户的承重验收并接卸完毕后,王二小才与客户告别。