

## 确保“十四五”开好局 以优异成绩庆祝建党100周年

福建南平石油回龙潭加油站将轮胎确立为重点销售商品,积极向货车司机推介,打开了轮胎销路

## 山区小站售卖轮胎200条

□王志娟 包秀美 陈淑敏

一季度,回龙潭加油站销售轮胎近200条,荣获“轮胎销售王牌站”称号。”4月初,从福建南平石油工作群传来喜讯。

回龙潭加油站位于光泽县郊区,三面环山,面朝通往高速公路路口的岔路,进站车辆以大货车为主。对于该站来说,地处这样一个特殊的位置,要想在非油品销售上取得突出业绩并不容易。该站通过确立目标商品、加强开口推介、坚持上门走访等措施,实现非油品销售额同比增加,其中轮胎销量居南平石油第一。

## 一个好习惯带来的销售思路

“我们站非油品销售有出路了!”年初,站长蔡秀梅对员工说道。原来,蔡秀梅有个习惯,就是经常查看南平石油下发现的统采商品价格目录,研究近期非油品销售数据,以此为基础确定进货品种,确保非油品销售额提升。

年初,蔡秀梅从统采商品价格目录里看到“轮胎”两个字时,脑海里不由自主地浮现出现站里来来往往的大货车。这些运送货物的物流车辆由于长时间在路上行驶,轮胎磨损比较严重,需要定期更换。于是,她想到可以试着向货车司机推介轮胎。

## 有了好的思路就要付诸实践

“您好,开了一路的车很辛苦,您到我们休息室歇歇吧。”蔡秀梅带领员工主动邀请货车司机到便利店休息室喝茶、歇息,利用闲暇向他们推介轮胎。

“我们还真没在加油站买过轮胎,不知道你们销售的轮胎质量怎么样。”一开始,货车司机不认可加油站销售的轮胎。了解到客户顾虑后,蔡秀梅走访加油站附近的物流公司,向他们推介轮胎、分析产品优势,并为他们算账:“我们的轮胎品牌有保障,质量过硬,耐磨耐用,减少您更换轮胎的频

次,绝对是一笔划算的买卖。”

## 不懈的努力赢得客户信任

“你们销售的轮胎我们公司用过,正好价格优惠,那我们先买8条试试。”终于,某物流公司负责人刘先生决定在回龙潭加油站购买轮胎。“你们的轮胎质量的确不错,非常耐用,我再追加20条。”使用了一段时间后,刘先生主动联系蔡秀梅购买轮胎。

有了这次成功的经验,蔡秀梅及员工更有信心了,他们加大走访物流公司的力度,耐心地向他们推介轮胎。由于轮胎质量过硬、该站员工服务热情,不少货车司机主动向周围的

同事、朋友宣传该站的轮胎。

“我们一定要对商品有信心,坚持开口营销。我们要把客户当成亲戚、朋友,勤走访、多关心,慢慢地,客户也会把我们当朋友。”蔡秀梅对员工说道。在轮胎销售过程中,该站员工坚持定期回访客户,及时了解他们的感受及需求,并热情地推介尾气处理液、润滑油等商品。蔡秀梅还前往周边市场进行调研,了解轮胎的市场价格、品牌、型号等,为今后的推广工作做好铺垫。渐渐地,该站的轮胎销路打开了。

**非油拓市**  
Oil Marketing Weekly

## 热情推介得粮油大单

□周丽洁

“小叶,我们厂里食堂的油快用完了,这周送10袋大米和5箱食用油来吧!”4月21日,江西景德镇石油婺源城南站站长叶敏华接到老顾客洪先生的要货电话。洪先生所在服装厂的食堂之所以从城南站采购粮油,还要从两个月前说起。

当天,叶敏华正在站里吃饭,这时洪先生来到易捷便利店选购牛奶。叶敏华连忙放下手中的饭碗,上前向他推介:“现在买这款特仑苏牛奶很划算,用电子券换购,价格比超市还便宜呢!”“好,来一箱。”看到洪先生很满意,叶敏华接着说道:“您看这款小町米,软糯香甜,我们员工吃的就是这种米,现在五折促销,您可以带一包尝尝。”“我说这屋里怎么有

米的清香味道呢。”洪先生在叶敏华的推介下买了不少商品。在攀谈中,叶敏华得知洪先生在服装厂上班,每周都要购买商品,便添加了对方的微信。

“上次买的大米好吃吗?最近我们站到了一批新货,您有时间可以来看看。”叶敏华在做好售后服务的同时,会向洪先生及其他客户推送促销活动、新品到店等信息。在她的热情服务下,他们很快成为朋友,每周洪先生都会来易捷店购物。

“小叶,你推介的商品质量很好,价格也实惠。我们服装厂的食堂最近要采购一批粮油,我向厂里推荐在你们易捷店购买。”一天,洪先生给叶敏华带来了好消息。此后,该服装厂食堂每月都在该站采购粮油,成为该站非油大客户。

## 加油站也能保养车

□曾州澍 谢静

“你们太会做生意了,但是我觉得这钱花得值、花得心甘情愿。”3月24日,周先生在益阳石油玉兰加油站加完油后,在站里的维修保养中心做了一次汽车保养,费用不到400元。“我这车做保养面临两难的境地:去汽车4S店,一套保养下来,花出去千八百元还真有点心疼;去路边小作坊,担心用的物料不行。”周先生表示,“现在好了,到中国石化保养汽车,省钱、省事,还专业。”

湖南益阳石油紧跟客户需求,通过与第三方合作,在玉兰加油站开设维修保养中心,为客户提供汽车美容、维护保养等一条龙服务,促进非油品销售。

“我听说朋友说,你们站可以免费换机油?”刘先生在加油时问道。“是的,在我们站买机油,可以免去加注机油的工时费。我们这款长城润滑油质量好,现在正好有优惠活动,很划算。”员工热情地向他推介。“好的,我买两瓶润滑油,到时候帮我换一下。”刘先生说道。玉兰站员工利用加油间隙,向客户推介汽车维修保养业务,并从品牌、价格、服务等多方面分析、对比,吸引客户到站保养汽车。

该站员工还通过客户群、朋友圈等推送汽车维修保养业务内容、优惠政策等,适时提醒客户定期做车辆保养。维修保养中心还为客户免费提供轮胎打气、汽车养护咨询等服务,受到客户好评。

## 服务家长的校园店

□许金玲 文/图

“等孩子放学的时候,我喜欢到这坐坐。”贵州贵阳石油宝山加油站老客户王女士说,“每次来,我都会点一杯咖啡。一边等孩子,一边晒太阳。”

宝山加油站地处贵阳市老城区,邻近贵州师范大学、师大附中、东山小学,主要客户为学校师生、学区住户、学生家长。宝山站根据客户特点在易捷便利店开设休息区,让家长能够安心等待孩子。他们用花卉、绿植装扮休息区,并以玻璃材质搭建屋顶,使整个区域充满阳光。同时,他们提供果汁、咖啡、奶茶等冷热饮,让家长在等候

孩子时能够喝上一杯,放松身心。

“用电子券换购铜仁土鸡蛋,原价1.46元1个,现价0.56元1个。”员工张香向进店客户推介。由于进店客户多为孩子家长、家庭主妇,该店便以粮油、鸡蛋等为主推商品。由于土鸡蛋来自乡下,外表不太干净,该站员工使用毛巾将一个个鸡蛋进行擦拭,再整齐地放在盒子里销售。“这种鸡蛋有营养,价格又实惠,每次我都会买两盒。”客户王先生表示。

一季度,宝山站易捷店销售额实现同比增长。

**时尚易站**  
Oil Marketing Weekly



图为顾客(左)在宝山站易捷店买到心仪的绿植后,高兴地与员工一起合影留念。



## 毕节石油在“管理和服务提升”竞赛中获省第一

一季度,贵州毕节石油在“管理和服务提升”竞赛中排名贵州石油第一。毕节石油员工围绕“强技能、优服务、减负担、增实效、防风险”等五方面,深入加油站进行调研,根据各站商圈及客户特点制定服务管理措施,推进了加油站标准化管理、规范化服务。图为毕节石油加油站员工为客户提供服务。

**长城润滑油杯**  
新闻摄影竞赛

## 洗车业务走进乡镇

□莫云霞

“你这车有点儿脏啊,该洗洗了!”“洗车太费工夫,得去洗车场排队等候,想想还是算了。”在广东韶关沿江镇,陈先生因车太脏受到朋友的“嫌弃”。“去沿江加油站,在那儿加油满150元可以免费洗车。他们站用的是德国洗车机,洗得又快又干净。”听了朋友的推介,陈先生近日果断地驾车

前往沿江加油站。

韶关石油积极响应“乡村振兴战略”号召,把目光转向更远的乡镇,把洗车业务延伸至乡镇网点,让客户在加油时也能享受自助洗车服务。自沿江加油站引进洗车业务后,员工便利用朋友圈、客户群发送加油送洗车的活动信息。同时,站长带领员工利用下班时间进社区、进单位、进工地,向客户宣传自助洗车业务,指导客户下

载并使用“大家来加油”微信小程序获取洗车券,享受免费洗车服务,受到客户好评。

3月,沿江加油站日均洗车60辆,日均洗车计划完成率排名韶关石油第一。

“想不到,加油还能免费洗车,还洗得这么快,这么干净,以后我就在你们站加油了。”陈先生高兴地对沿江加油站员工说道。

**安阳石油**  
在网红名街做直播

本报讯 4月17日,河南安阳石油在网红打卡地——仓街举办“逛网红名街,闻古都安阳,购易捷精品”专场直播活动,介绍安阳夜景的同时,推介易捷商品。在两个小时的直播活动中,销售额达2.43万元。



近日,新疆哈密石油大泉湾北加油加气站将销售阵地前移,组织员工推小车到该站所在的服务区销售易捷商品,收到良好效果。图为员工在服务区向货车司机推介易捷商品。

**河北石油**  
召开增值服务现场会

本报讯 4月15日,河北石油召开加油站增值服务现场会。参会人员走进加油站,现场演示擦拭车窗、收捡垃圾、供应热饮、热水续杯、自助洗车、应急药箱、送伴手礼等增值服务,以及地面画线、清洁罩棚等加油站美化亮化工作,推进加油站多元化服务。

**文水石油**  
易捷商品进梨花节

本报讯 近日,山西省文水县举办了以“天故里梨花乡”为主题的旅游节活动。活动期间,文水石油在现场设立易捷摊位、向游客发放单、销售易捷商品、推介“加油山西”APP等,实现非油品销售额5万元。

## “真是越来越懂客户的心思了”

□侯秋芳

“我的车停在老地方了,我去兑换电子券。”4月17日,在湖北恩施石油石家沟加油站,老客户王先生像往常一样利用洗车的工夫去易捷店购物,并告知员工:“好的,您慢慢选。”正在现场加油的员工小张大声回答。

石家沟加油站采用“三问、三推、三比、三送”工作法,为客户提供优质服务,促进非油品销售。一季度,该站非油品销售额实现同比大幅增长。

## 制定措施,解决痛点问题

石家沟加油站于去年年初开业,经过一年的运营,该站成品油日均销量突破25吨。“尽管成品油销量涨起来了,但是大家开心不起来。”站长刘星介绍,由于非油销售指标完成情况较差,成了影响该站员工拿高工资的痛点。

“加油现场热火朝天,但是进店顾客不多。”“顾客总说赶时间,我都没有机会开口营销。”在年初的周例会上,该站员工都在说“这些顾客就在身边,但是无法把他们请进门”的现象。

“怎样才能做大非油呢?”大家开

始谋划。经过一段时间的探索,该站推出符合自身发展的“三问、三推、三比、三送”工作法。

“我们店的非油品销售额提升了,我的收入也翻了几番,这么高的工资,在咱们这个小县城想都不敢想。”当拿着刚到手的7500元工资时,员工蒋琴开心不已。

## “三问三推”,引客进店消费

“您好,请问安装‘加油站APP’了吗?您的电子券用了吗?”在忙碌的加油现场,员工既要把控好4机14枪的加油节奏,又要按下一个开口营销的“快进键”。他们通过“问候顾客、问APP安装情况、问电子券使用情况”,有针对性地“推介加油优惠、推介加油优惠、推介加油优惠”,拉近与顾客的距离,引导他们参与活动。“三问三推”成了引客进店的敲门砖。

“我一直用‘石化钱包’支付油款,省了不少钱呢,要是早点儿用就更好了!”老客户刘先生在员工的推介下注册使用“石化钱包”,享受了不少加油优惠。“现在,您用‘石化钱包’购物,还可参加满减活动。”员工对他说道。

“那我进店看看。”刘先生高兴地说。

## “三比三送”,看客变成顾客

“这是我们店推出的商品优惠套装,您可与超市对比一下,看看是否划算。如果您对套装不满意,我们可以为您提供私人定制服务。”该站根据客户需求及当期促销活动情况,推出商品优惠套餐,为客户提供购物便利。该站员工引导客户“比价格、比品质、比服务”,让顾客真正感觉到在易捷便利店购物“不用货比三家,也不会吃亏”。

“我力气大,帮您把东西搬上车,您把后备厢打开就行。”顾客刚付完款,员工马上开启送货上车模式,提升顾客满意度。“送货上车、送惠于客、送客出站”,像一条纽带把员工和顾客紧密地联系在一起,为加油站“送”来越来越多的回头客。

“中国石化真是越来越懂我们客户的心思了,我来加油站,油加满了、车也洗干净了,还能用券换购商品,真是省时又省心。”看着塞得满满当当的后备厢,顾客王女士高兴地说。

**非油课堂**  
Oil Marketing Weekly