

确保“十四五”开好局 以优异成绩庆祝建党100周年

“干中学”释放创效动力

□朱文莹

在扬州石油头道桥油库,员工经常会有这样的讨论:移动灭火器过低,覆盖面不够,能不能对设备进行微改造? 厂家提供的泡沫罐液位计不符合油库实际,能不能自行设计、安装? 该油库经常组织员工就实际工作中出现的问题进行讨论,发挥设备管理员、维修班等岗位人员的业务特长,鼓励大家一起想办法,尝试小技改,不断解决问题。

“干中学”能够帮助员工获取实践知识,其关键词不仅是“动手”,更是“创新”,而基层创新正是企业发展的动力。

“干中学”,要从解决最紧迫、“卡脖子”的问题入手。聚集大家的力量,鼓励自主创新,释放增效创效的原动力。让员工通过“干中学”,既做好了企业的中心工作,又体验到了实现个人价值的成就感。

“干中学”,需要建立机制。通过建立技师工作站、成立专业人员技术项目团队,把有意愿、有能力的基层员工调动起来;通过实行基层创新评审、奖励机制,给予员工精神和物质上的奖励。

“干中学”,需要培养习惯。培养用思考去行动、在行动中思考的习惯,提高大家发现问题、解决问题的能力,推动各岗位员工在边干边学过程中不断创出佳绩。

企业看台

Oil Marketing Weekly

宜春石油 联量考核推动柴油销售

本报讯 8月,江西宜春石油将柴油销售作为工作重点,调整考核方案,在147座站实行联量考核,并分ABCD四档,拉开收入差距,调动加油站员工开发客户的积极性。当月,宜春石油新增客户300余家,柴油罐车灌桶达1800吨。(郑佳)

石家庄石油 首座充换电站投入运营

本报讯 8月31日,河北石家庄石油与石家庄蔚来能源科技公司合作建设的首座充换电站项目在正定林升站投入运营。该站单车换电时间为4.5分钟,每天最高可为300辆车提供换电服务;4根150千瓦的蔚来超充桩可满足用户多样化需求,确保出行补能无忧。(张建恩)

萍乡石油 企地联合开展应急演练

本报讯 近日,江西萍乡石油联合湘东区消防应急救援大队在湘东油库开展了综合应急演练。演练中,巡检员发出漏油应急信号,当班员工迅速到达现场开展应急处置,随后,外部消防应急救援人员陆续介入。在双方人员的共同努力下,应急演练顺利完成。(龙海玲)

东莞石油 油料保障队获政府授旗

本报讯 近日,广东东莞石油油料保障队获市政府授旗授牌,被纳入地方国民经济保障队伍。东莞石油构建了以“油库、车队、加油站”为核心的油料保障体系,全力保障政府各时期用油需求。下一步,东莞石油将通过组织应急演练,提升保障队应急保供能力。(袁 潇)

抚州石油 完善制度落实自校工作

本报讯 8月,江西抚州石油完善监督落实机制,狠抓加油机自校工作的落实。抚州石油每月制订并下发次月各站加油机自校计划,县区公司落实执行;零售管理中心每月检查核对情况,对不规范的加油站进行处罚,加强加油站数量管理。(黄旭敏)



近日,安徽淮南石油与地方政府部门密切联系,在所属68座加油站设立特殊车辆加油绿色通道,确保救护车、警车、应急救援车、清污消毒车等能够随到随加,助力疫情防控。图为疫情防控指挥办的特殊车辆在望峰岗加油站加油。宋 晖 摄

安徽芜湖石油市场部通过细致服务、细分客户、细化考核等措施,8月直分销量同比增长146%,在安徽石油名列前茅

心系客户换来客户忠诚

□俞飞彩

安徽芜湖石油市场部从“细”字入手狠抓直分销经营,通过细致服务、细分客户、细化考核,不断提高市场占有率,在实现量效稳步增长的同时,提高了员工收入。8月,芜湖石油直分销量实现同比增长146%,在安徽石油名列前茅。

“三盯、两系、一拜访”,做好客户服务

“吴先生,听说您又开发了一个新项目,恭喜。想问一下,您公司的用油量是一直保持这个水平,还是会随着项目的推进不断增加? 这个项目大概会持续多久?”一大早,芜湖石油市场部员工宁平平逐个致电客户

了解他们的业务进展,为服务好客户做准备。

芜湖石油市场部实行“三盯、两系、一拜访”客户开发维护制度,不断提升市场占有率。

“三盯”,即紧盯客户的用油进度、库存情况,保证客户能随时加油;紧盯市场动态,及时调整经营策略,避免客户流失;紧盯客户经理每日拜访、日常销售等情况,调动客户经理工作积极性。

“两系”,即客户经理通过发微信、打电话、上门等方式与客户保持联系,随时掌握客户用油信息,并每日向客户推送油价,根据客户情况发出购油提醒;每周与客户联络感情,了解客户生活、生产状态,并在客户有困难时给予帮助。

“一拜访”,即每月由部门负责人带队拜访大客户,听取客户的意见建议,不断完善服务内容,持续提升团队服务水平。

优质服务得到客户认可,截至目前,芜湖石油新增客户61家,增量占比22%。

在销量和利润之间寻找平衡点,确保量效同步提升

“李先生,再有一个月,您就可以享受到大客户的优惠了,用油量越大享受的折扣就越大。像您每次购油量20吨,在享受折扣的基础上,每吨还能优惠10元呢。”客户经理戴璐在拜访客户时,详细讲解优惠政策。安徽石油将轻油定价权限下放

到地市公司后,芜湖石油市场部在销量和利润之间寻找平衡点,确保量效同步提升。他们从系统中调取价格差额、销量增幅等销售数据进行对比分析,并参考销售经理的建议,制定营销方案。他们根据客户购油数量给予不同程度的优惠,并对长期采购油品的终端客户相应让利,让潜在客户转化成采买客户、让采买客户转化为忠诚客户。

调整考核办法,调动客户经理积极性

“快来,戴哥请大家喝饮料了,这可是销售冠军请的饮料,快沾沾喜气。”8月,芜湖石油市场部员工戴璐再次拿到了直分销销售冠军,并邀请大家一起庆祝。

芜湖石油市场部调整了直分销薪酬考核办法,在原有考核办法的基础上,提高了吨油奖励,调动了客户经理开发客户的积极性;除给予客户经理保底薪酬外,还实施全联盟薪酬考核,促进客户经理之间良性竞争。自调整考核办法以来,客户经理之间月薪差距最高可达5000元。

芜湖石油市场部还开展了结对帮扶活动,安排业务能手向其他客户经理传授经验,并带领他们走访、谈判,不断提升客户经理的业务水平及实操能力,提升全员整体收入水平。

经营方略

Oil Marketing Weekly

现场科普 油品知识

□陈明军 李 宁

8月25日上午,车主张先生来到江苏南通石油如东虹宇站加油时,与员工凌春燕聊了起来:“前两天,我路过一座私人站,那儿的油价比你们的便宜,还有其他优惠,我就加了点儿。这两天,我发现踩油门时,车速提不上去,发动机还有异响,也不知道是不是油的问题,今天去4S店换了零件才恢复正常。”

凌春燕边加油边对张先生说:“劣质油品肯定会损坏发动机。我觉得您还是到正规站加油比较好,要不花好几千元修车,就得不偿失了。”

“你们是怎么保证油品质量的呢?”张先生看到站长徐守斌后问道。徐守斌笑了笑,开始给张先生科普油品知识:“我们的油品从炼厂、油库、运输车、加油站地罐、加油机再到客户的油箱,每个环节都经过严格把控。比如,成品油从炼厂输送到油库过程中,在接卸前、发货前,质检室都会对油品进行取样化验,化验分析合格后会入库、发往各站。”

“那你们的加油机有没有准儿啊?”张先生接着问。“客户在我们这儿加油,我们肯定要对客户负责,油品质量必须经得起质量管理部门的抽样检查,加油机准确度更是可以保证。每月,我们公司质检人员都会用标准容器对加油枪进行校验,政府计量部门还会定期对加油枪进行强检,确保加油机的稳定性、准确度。”徐守斌说。

“看来,还是中国石化的油让人放心,下次我还来你们这儿加油。”张先生表示满意。

拖车两公里 为客户加油

□刘兹文

“我的车没油了,麻烦你给我打点儿散装汽油。”不久前,一位操着外地口音、满脸是汗的客户手拿一个塑料桶,来到江苏徐州石油双塔路加油站对员工说道:“您好,按规定我们不能为您提供散装汽油。”听了员工的话,这名客户表示不能理解。

这时,站长王艳上前,向客户了解情况。客户姓张,广东人,所驾驶的粤籍牌照商务车在高速公路行驶途中油箱报警,由于急着赶往公司签约,便打算下高速公路后再加油。没想到,不一会儿,车就因为油品用尽自动熄火了。看到对面的双塔路加油站,张先生赶紧跑过来打油。

在当地的3座加油站中,能够加注散装汽油的定站点只有中国石化双沟东加油站,且距离双塔路站约5公里。客户要么打车前往购油,要么另想其他办法。看着满脸冒汗、急得原地打转的张先生,员工张旭说道:“站长,我帮张先生把车拖来,不就能加油了吗?”这一提议,得到站长、客户一致同意。

到了抛锚车跟前,张旭取来自备的拖车绳,熟练地将一头绑在客户的商务车上,一头绑在自己的车上,然后绕行两公里将车拖到了加油站。加油过程中,张先生一个劲儿地赞道:“不愧是中石化,油好,人也好,谢谢你们。”



□李方征 虞楚妍

“马上就要下雨了,快去检查下四周的排水沟,顺便在店门口铺上防滑垫。”8月25日,天空乌云密布,浙江绍兴石油东凌加油站站长赖娟娣提醒员工做好雨天安全工作。

这时,一辆满载纸箱的货车驶入东凌加油站停车场,司机停好车后,赶

□杨希芹

“你看看这机油桶的桶底,这些黑点不就是杂质吗? 如果我的设备有损坏,你负全责!”近日,山东滨州石油经营业务部管理员李秀君刚到某工程公司的办公室,就被该公司负责人陈先生一通数落。

紧急救助坠车司机

紧爬上车厢顶部为货物遮盖篷布挡雨。突然,他一脚踩空从车上坠落下来,人重重地摔在地上,动弹不得。“站长,有人从车上摔下来了,好像伤得挺严重。”员工陈泽看到这一幕后,赶紧

视频解惑赢得润滑油大户

“陈先生,长城品牌质量过硬,润滑油里不会有杂质。”李秀君仔细看了看桶底的黑点,接着说,“我这就联系厂家问一下情况,如果润滑油有质

向站长赖娟娣汇报,并立即拨打了120急救电话。赖娟娣、陈泽来到司机身边查看情况,在司机的提示下,从司机衣服兜里掏出一部手机,联系了他的家人。为了缓解司机的疼痛,赖

量问题,我会承担所有责任。”

李秀君当着陈先生的面,立刻与厂家人员视频通话。厂家人员远程查看了机油桶底的黑点,然后讲解了

“黄金水道”上的金牌站

千里西江,横贯两广,位于西江航道上的广西梧州石油火山水上船站,广泛发展客户、精心维系客户,为漂泊船员打造温馨港湾,前8个月销量增长14%

□黎 菲

“火山水上船加油站单月销量同比增长73%,创历史新高,销售额及增幅均列梧州石油首位。”8月,广西梧州石油在工作群通报各站销售情况。

千里西江,横贯两广,火山水上船站便坐落在素有“黄金水道”之称的西江航道上。梧州石油利用火山

船加油站的位置优势,集中资源、精准施策、主动走访、动态跟踪、优化服务,持续提升市场占有率。1~8月,火山水上船站实现销量增长14%。

客户在哪里,攻坚队就往哪里跑

“多走访,不仅能了解客户需求,而且能增进感情。当客户提出问题,能解决的马上解决,不能及时解决的要表明态度,回去后逐步改进。客户感受到尊重了,合作才能长久。”梧州石油负责人表示。

年初以来,梧州石油根据火山水上船加油站实际情况,加强水、陆客

户开发。梧州石油组建水上攻坚队,对加油站周边500公里范围内的船务公司进行全方位调研。他们从西江沿岸水运企业入手,结合船舶装卸货码头的情况,摸查客货船、散货船、油船、集中箱船的数量、航线线路、用油周期、需求量等,绘制油圈图,确立目标客户。南宁、柳州、贵港、东莞,客户在哪里,攻坚队就往哪里跑。

同时,该站员工积极与船员沟通交流,收集意见,改善服务;宣传站内优惠政策,引导老客户带新客户进站加油。同时,他们想办法加入各船务公司的微信群,多渠道收集水上客户信息。

与客户拉近距离,变潜在需求为实在销量

“328号船已经过了用油周期,但是没来加油,有什么情况吗?”火山水上船站站长黄刘烽每周都会查看客户用油周期表,一旦发现客户用油异常,便马上致电询问。

梧州石油落实全员开发维护客

户的管理模式,认真记录进站加油船只的用油量、加油日期、需求周期、船员信息等,并建立工作群,每天上报销量、进站船只数量、客户开发情况等,做好客户跟踪维护工作。

鉴于水上客户的特殊性,梧州石油实行不同的客户维护方案:针对自有船只较多的船务公司,采取以量定价、梯级优惠措施留住客户;针对个体船主,给予加油返券优惠,选择船员喜爱的粮油、大米、洗衣液、方便面等商品作为兑换商品,吸引他们进站加油。

火山水上船站还建立客户群,不定期推送促销活动、油品价格、天气预报等信息,员工还利用空闲时间与客户聊聊热点话题,及时回答他们的问题等,不断与客户拉近距离,使潜在需求变成实在销量。

提供特色服务,为漂泊船员
打造温馨港湾

“周先生,您先喝点绿豆汤。”8月的一天,两条大货船依次停靠在火山

水上船旁有序加油,黄刘烽热情地招呼船主周先生。每次途经西江航道,周先生都会习惯性地驶入火山水上船站,加油、休息、拉家常、补足生活必需品。

船员长期在水上航行,衣食住行基本在船上解决。该站根据船员需求,增加商品品种,并经常开展促销活动;常备保济丸、止血贴、消毒绷带等急救用品,以备不时之需。代购商品、代收快递、冬天烹制姜茶、夏天煮绿豆汤、雨天送雨衣、寒冬送手套等特色服务深受船员欢迎。渐渐地,客户来火山水上船站加油前,都会发信息告知员工到站时间、加油数量,以及想要帮忙解决的事情。员工会提前做好加油准备,并备好顾客所需物资。

截至8月,梧州石油新增加油船近600艘。

管理前沿

Oil Marketing Weekly