

## 确保“十四五”开好局 以优异成绩庆祝建党100周年

# 客户需求挂心头 跑动服务四万里

安徽池州石油市场部4名客户经理深入厂矿开展“跑动式服务”,前8个月总行程近2万公里,配送尾气处理液、润滑油、大米、卓玛泉、酒类等商品98吨,实现非油品销售额同比增长15%、重点商品销售额同比增长94%

□孙奎奎 曹心月

安徽池州石油市场部始终坚持客户需求无小事,切实开展“我为群众办实事”活动,深入厂矿开展“跑动式服务”,既满足了客户需求,又创造出了佳绩。1~8月,市场部4名客户经理配送尾气处理液、润滑油、大米、卓玛泉、酒类等商品达98吨、总行程近2万公里,非油品销售额同比增长15%、重点商品销售额同比增长94%,增幅位居安徽石油前列。

卓玛泉成矿工福利

9月1日10时,“秋老虎”发威,气温35摄氏度。“这水我爱喝,口感特别

好。”在某矿区,几名工人一边帮客户经理胡付华搬运卓玛泉一边说,“领导真不错,发这水给我们喝,算是选对了。”这是客户经理胡付华为该矿区第四次送卓玛泉。

该矿区距池州石油市场部40公里,也是胡付华负责维护的一个终端客户。每月,胡付华除了为该矿区配送油品,还会经常回访,征求客户的意见。初夏的一天,胡付华在回访时得知,该矿区正计划购置防暑降温物品发给员工,便跑到矿长办公室说:“明天一早,我带两箱卓玛泉给您试饮,您肯定满意,老客户,给您团购价。”接连两天,胡付华都会到矿区与矿长沟通,最终得到对方认可。第三天,260箱500毫升的卓玛泉如数送到矿区。此

后,该矿区成为胡付华忠实的卓玛泉客户之一。

大米走进职工食堂

某铝厂有一个能容纳300余人就餐的食堂,每月需要大米200袋。拿下该厂食堂大米供应权,是客户经理纪胡胜的目标,也是其他商家的主攻目标。纪胡胜凭借跑动式服务,最终与该食堂达成合作协议。

万事开头难。起初,纪胡胜几次走访均被对方以“有供货渠道”为由拒绝。纪胡胜没有放弃,在一次走访中,他发现每次都是厂里派车为食堂采购粮油,且一次均为大批购进。纪胡胜根据客户特点,制定了“小批量多次配

送,确保大米最佳保质期,减轻厂方采购负担”的营销方案。这种“以质取胜,助人减负,跑动营销”的策略,赢得该厂后勤主管尚先生的认可。“尚经理,这是针对您单位食堂的实际情况给出的商品清单及报价,您看看有需要改动的吗?”次日,纪胡胜带着粮油营销方案,再次来到厂区与尚先生洽谈,最终拿下粮油供应大单。

防冻液一次卖掉500桶

“6时左右,有500桶防冻液到货,咱们晚点儿下班接货。”8月31日下午,市场部经理程国斌对几名客户经理说,“这可是本月最后一单买卖,也是迄今为止市场部最大的一笔防冻

液销售业务。”

程国斌调任市场部经理还不满3个月,为尽快熟悉业务,他几乎每天都要跟其他客户经理一道跑市场。7月,程国斌对市场有了全面了解,他认为:“轻油市场有客户经理维护,比较放心。但是润滑油市场比较薄弱,必须加大开发力度。”程国斌一有时间就会前往东至、青阳、石台等地的物流公司,与这些客户签订润滑油、防冻液、尾气处理液等供货协议,为市场部非油品销售奠定了客源基础。8月,程国斌个人销售润滑油6.3吨、防冻液8吨、尾气处理液300桶。

非油拓市  
Oil Marketing Weekly

## 满足顾客的心理需求

□练金燕

小王和小李是加油站的员工,小王每次向顾客推介商品时,都会迫不及待地介绍商品如何如何好,并表示“如果不买,那就是您的损失”。如此这般,不但没有引起顾客的兴趣,反而使对方反感,结果小王非油品销售业绩流于平庸。小李每次见到顾客都会热情地打招呼,然后择机推介商品,即使顾客什么都不买,也会真诚地道别,欢迎他们下次再来。礼貌地问候、适度地推介,赢得众多客户的信任,久而久之,他成了站里的销售能手。

为什么同样是推介商品,两人的销售结果却截然不同呢?其中重要一点就是是否满足客户心理需求。小王只顾着推介商品,忽略了顾客感受,没有给予对方最起码的尊重,而小李面对顾客拒绝仍然很有礼貌,让对方感受到了被重视,当顾客从心里对小李表示认可时,自然更容易接受他推介的商品。

作为销售人员,要尊重每位顾客的选择,即使对方不消费,也要让他们进店后享受到最真诚的服务。想要得到顾客的认可,首先要用心服务顾客,其次要弄清楚顾客需求,不要一味地强行推介。只有了解了他们的真正需求,才能达成交易,还会吸引他们再次光顾。

前沿速递  
Oil Marketing Weekly

## 安徽石油 给教师送福利助力乡村教育

本报讯 9月3日~9日,安徽石油在4座加油站开展了“助力乡村振兴教育,易捷福利送教师”主题活动,将活动期间卓玛泉的销售额全部捐给合肥长丰涂郢小学,帮助开设课外活动班。同时,教师购物可享受最高五二折优惠及免费洗车服务。(俞飞彩)

## 绍兴石油 开展加汽油送洗车券活动

本报讯 9月1日~10月15日,浙江绍兴石油在所属43座加油站的洗车网点开展加汽油送洗车券活动。活动期间,顾客持加油卡或易捷钱包一次性加注汽油满200元及以上,即可获赠价值10元洗车券一张,可免费自助洗车,提升了服务质量及客户体验。(李方征 蔡洁璐)

## 益阳石油 基础品类销售湖南石油第一

本报讯 8月,湖南益阳石油基础品类任务完成率、同比增幅均排名湖南石油第一。益阳石油通过开展专项营销、直播带货,以及加大激励力度、开展帮扶活动、对标先进单位等措施,实现基础品类销售额大幅提升。(谢静 曾州谢)

## 长阳石油 专项行动确保手机支付安全

本报讯 近日,湖北长阳石油针对手机支付安全开展专项行动,在加油机上张贴安全扫码小贴士,并在每台加油机周围画上黄色安全线,提醒加油客户在3米线外安全扫码,促进安全与经营深度融合。(钟宇)



近日,河北沧州石油在“司机之家”开展了火锅节活动,员工变身大厨,为客户烹制沧州名吃——火锅鸡,现场香味扑鼻。沧州石油持续完善“司机之家”服务内容,为客户提供停车、住宿、餐饮、洗衣、淋浴等便民服务,增强了客户黏性。图为员工在为顾客的火锅续汤。张洁撰

## 高安石油 200箱食用油送到客户手中

本报讯 近日,江西高安石油依托“易享节”活动,走出去开拓非油品客户。高安石油通过积极走访,与某企业达成食用油采购协议,一次销售一级大豆油200箱,并为客户送货上门,得到好评。(郑佳)

## 滨州石油 超额完成电子钱包注册任务

本报讯 8月,山东滨州石油电子钱包客户注册数完成销售任务的104.5%,排名山东石油第三。滨州石油通过开展业务培训、制定推介话术、通报业绩排名等调动员工积极性,并走出去推介,向客户讲解电子钱包快捷、无接触等优势,以及优惠政策等,进一步拓展电子钱包业务。(杨希芹)

## 奔波百公里急送加油卡

□谭龙稳 赵斌

“你好,我这边工地想在你们这里购油,不知道需要办理哪些手续。”“好的,我这就通知客户经理联系您。”9月3日9时,贵州六盘水石油营销中心中心客户经理王英接到某工地负责人刘先生的咨询电话。刘先生所在工地于9月初施工,在私人加油站灌桶油品5吨,由于油品质量不佳,加之灌桶不方便,便拨通了六盘水石油的电话。

听了刘先生的介绍,王英与对方约定第二天上午到工地面谈。王英驱车100公里来到客户工地,向刘先生详细介绍了油品质量、优惠政策、服务内容等,最终双方达成购油协议。考虑到刘先生急着用油,王英赶回公司,马上为客户准备资料,及时向公司申

请优惠政策。仅用了1个小时,王英便帮助客户完成了资料申请、审批,以及加油卡开户等工作。

“刘先生,您单位的加油卡办好了,我这就给您送过去。”随即,王英再次驱车百公里前往刘先生所在工地。14时,王英抵达工地,把加油卡送到刘先生手中。

“到哪座站加油,怎么充值?”刘先生问道。“刘先生,考虑到您是首次使用加油卡,为解决您在使用过程中可能会出现的问题,我可以陪您去加油站,告知您用卡流程,方便您正确使用。”王英带着刘先生一起来到离工地最近的发耳煤电加油站,现场指导他充值、圈存等,并添加了油品。“你们办事效率高,服务周到,这么远把卡给我送来,还手把手地指导操作,太感谢了。”刘先生说道。



广西首家“得来速”餐厅开业

9月12日,由广西石油与麦当劳共建的首家“得来速”餐厅在南宁石油陈东加油站开业,车主不用下车即可轻松取餐,为客户提供了“加油+快餐”一站式便捷服务。图为客户在“得来速”购买快餐。毛玉萍 摄

长城润滑油杯  
新闻摄影竞赛

## 满足需求拿下大单

□田花

“梁站长,你辛苦了,这么早就来送货。”周日一大早,广东中山石油新团结加油站站长梁端洪开着一辆五十铃小货车,拉着1200盒月饼,为某集团送货,受到欢迎。

该集团是新团结加油站的油品大客户,旗下众多子公司的运输车、工程车都在新团结站加油。平时,只要客户单位的车前来加油,梁端洪就会热

情地上前跟司机打招呼,拉几句家常,了解他们对加油站的意见和建议。

“韩先生,中秋节快到了,你们公司准备发什么福利给员工?”这天,该集团的物流公司负责人韩先生前来加油,梁端洪便上前打招呼,聊起员工福利的事。得知他们计划给员工发月饼,梁端洪便向韩先生推介易捷店销售的金九、广州酒家、咀香园等品牌月饼。

随后,梁端洪用了一天时间,从品牌、服务、价格、客户喜好等多方面着

手,制定了一份详尽的供货方案。针对客户较为关注的优惠价格、食品新鲜度等问题,梁端洪利用对方员工多、采购量大的优势,向公司申请团购优惠政策,并发挥广东石油非油品物流快捷的优势,向客户承诺节日食品在客户下单后一周内送货,确保食品新鲜度。详尽的供货方案、物美价廉的商品,帮助新团结加油站在众多竞争对手中脱颖而出,成功拿下这笔近17万元的非油品大单。

## 简易洗车洗出了“真金白银”

湖北宜昌石油桥边加油站1~8月洗车近万辆,带动汽油销量增长4个百分点,员工月均洗车奖励增加4021元

□龚华林 熊兴元

“咱们这个洗车机真给力,竟然洗出了真金白银!”在湖北宜昌石油桥边加油站,员工开心地称赞。年初以来,桥边加油站以简易洗车为突破口,丰富增值服务项目,不断增强客户黏度,打赢了“市场反击战”。截至8月底,桥边加油站洗车近万辆,带动汽油销量增长4个百分点,员工月均洗车激励增加4021元。

驻守现场,找准突围方向

桥边加油站位于宜昌市点军区桥边镇。年初,该站周边的一座系统外加油站重装开业,开展了一系列促销活动。受其影响,桥边站日均汽油销量大幅下滑,员工的销售信心受挫。

“好站长,在现场”,面对不利局面,站长张萍坚持在现场与客户沟通,了解客户的需求和意见,不断提升服务质量。“你们站员工的服务态度无可挑剔,要是加油能免费洗车就更好了。”客户的建议提醒了张萍,服务是最好的营销,只有丰富便民服务项目,不断满足客户需求,才能吸引他们进站。

“谢经理,能不能考虑给我们站安装一台洗车机?我们打算为客户提供洗车服务。”随即,张萍向县公司提出加装洗车机的申请。在征得市、县两级公司同意后,在各部门的配合下,桥边站于4月中旬推出洗车业务。

身体力行,转变员工观念

很多站长都觉得加油站开展洗车业务是一种负担,张萍却认为这是继推广石化钱包之后又一吸引客户的有力措施。她主动提出接管洗车机,开展洗车业务。“现在工作量本来就大,还要给客户洗车,哪儿忙得过来啊!”洗车业务运行之初,不断有员工向张萍抱怨。

“前一阵子,我们通过推广‘石化钱包’来维护客户、稳定销量,虽然很累,但是收获满满。现在,‘石化钱包’逐渐饱和,就需要我们用新的业务吸引客户。简易洗车既能满足客户需求,又能留住客户、增加收入,何乐而不为呢。”每天班前会上,张萍都会为员工鼓励,并在现场带头洗车。她的执着及身体力行转变了员工的思想观念,他们欣然接受了洗车业务,并将其作为增量增收的法宝,主动宣传推

## 货车司机的“亲情驿站”

□肖京文/图

每到饭点,位于福州三环路辅道旁的城门南站易捷店就会热闹起来。备餐台上,福州特色炒米粉色泽油亮、香气诱人,电锅里炖的汤冒着热气、飘着香味儿,一瓶瓶调味酱料和干净的碗筷整齐地摆放在一边。

货车司机王先生生长年跑长途,一日三餐没法保证,不是在车上就着茶水啃馒头,就是在路边找个能停车的小店凑合吃一口。“疫情发生后,很多小吃店不营业了,我们又不愿意一天到晚都吃方便面,还是你们站想得周到,加完油就能吃上热腾腾的饭菜。”王先生一边吃饭一边与员工聊天。

时尚易站  
Oil Marketing Weekly



客户在易捷店就餐。