



确保“十四五”开好局 以优异成绩庆祝建党100周年

中央大道站:为新员工铺就成长大道

□吴凡文/图

9月24日,秋高气爽、凉风习习。而河南郑州石油中央大道加油站里却热火朝天。这里正在召开大学毕业生培训会,由站长和老员工分享入职以来的工作和学习感受。

中央大道加油站是郑州石油著名的“高学历”加油站,也是新入职大学毕业生培育基地。该站11名员工均为大专及以上学历,其中包括5名本科毕业生、3名硕士研究生,还有从英国留学归来的毕业生。

他们都说了些什么?

站长说 “ 动态调整岗位、‘金字塔’式培养人才,引导员工凭实力赢位置 ”

“我站的培养模式是‘金字塔’式,从加油员到站长,凭实力赢位置。”最先开口的是陈坤,作为2013届入职的大学毕业生,他一步一个脚印成长为站长。

陈坤介绍,刚入职的大学毕业生到站后全部从加油员干起。郑州石油安排销售骨干“一对一”对他们进行“师带徒”培训,并建立成长档案,一个月后开展理论和实操考试,根据结果查缺补漏,对症施策。考试合格的大学毕业生,将进入便利店店员、售卡员等基础岗位轮岗,以季度为单位接受考核,根据得分排名推选班长。随后,他们还要参加技能培训并考取相应的资格证,才能继续进步。

员工说 “ 大家上班时是同事,下班后是同学 ”

“坦白说,我也想过离开这里。”英国留学毕业生吴传智在交流会上坦言,工作和学习无法均衡曾令她苦恼不已。

除了加油站业务,很多大学毕业生对经济、营销等领域专业知识也很感兴趣,但加油站半开放式的工作环境和24小时的班组交替,让他们没有时间和条件投入学习。

了解这一情况后,中央大道站在现有设施的基础上,增加座椅、书橱、白板等,将会议室打造成为简易自习室,为员工提供学习的场地。“我们下班后都会到自习室学习一会儿,大家上班时是同事,下班后是同学。”吴传智说。

大家说 “ 我们在加油站成长,也用美好的青春改变加油站、回报企业 ”

“很多人觉得大学毕业生到加油站工作是人才的浪费。但在我们看来,当前加油站正快速向智慧型发展,硬件上与高科技接轨,软件上就需要我们来提升。我们在加油站成长,也用美好的青春去改变加油站、回报企业。”员工刘梦佳的发言赢得大家的赞同。

去年疫情期间,线下培训被迫停止,郑州石油随即组建“郑石创课”团队开发微视频课件用于线上教学。中央大道加油站率先响应,从总结提炼、情景摄制到后期制作,开发出盘点枪使用、电子发票开具等多个微视频课件,被众多员工称赞。

此外,员工尤聘作为主播为当地特产直播带货、刘梦佳活跃在短视频平台传达企业讯息……他们都努力在一一线闪耀。



▲下班后,很多员工都会到自习室学习。
▼尤聘(左)为当地特产直播带货。

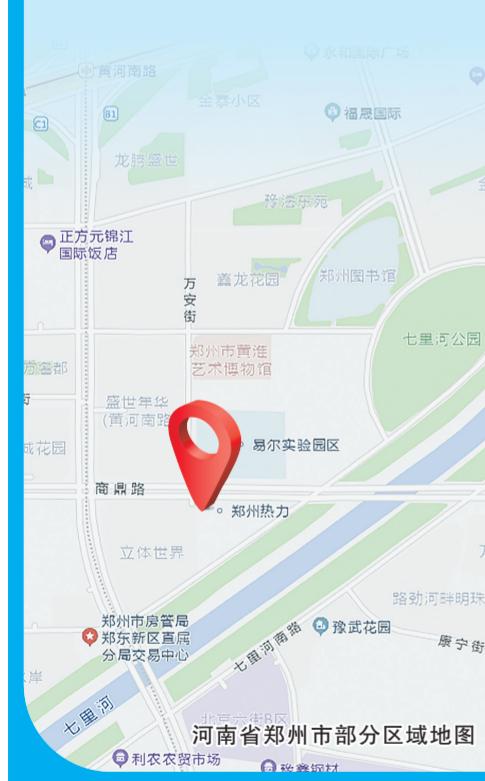


●名称 河南郑州石油中央大道加油站

●定位 位于郑州市黄河南路与商鼎路交叉口,距七里河公园车程4分钟

●特色 是“高学历”加油站,也是新入职大学毕业生培育基地

●成绩 去年成品油销量近8000吨,非油销售额逾500万元



□费丽嘉

云南昆明石油北二环北加油站是城市快线上的万吨级站点。今年初,该站非油品销量不断下滑,站长刘志强心急如焚。经过一段时间的观察,刘志强认为“员工不开口营销”是问题的症结。

为鼓励员工开口、提高推介成功率,刘志强从车辆进站率、车辆通过率、商品购买率入手总结出一套管理办法。施行一段时间后,该站非油销售额大幅提升,排名公司前列。

合理确定开口营销达标额,给员工布置“作业”

北二环北加油站合理确定员工开口营销达标额,一改以往以全站非油品销售业绩衡量开口营销管理成效的工作思路。

“每日开口营销达标额就像给员

40秒内,与顾客建立有效沟通

昆明石油北二环北加油站制定办法布置“作业”,让员工开口营销、有效营销,打破奖励上的“大锅饭”,非油销售额、员工收入大幅提高

工布置的当日作业,班后会可以根据员工的“作业”成绩评定销售业绩。”刘志强说。该站将经营目标分摊到进站率、车辆通过率、商品购买率中,计算每日经营达标总额,以日均进站1500次及通过率40秒为参数标准计算出开口营销达标次数;以每次非油销售额200元作为参数,计算出每名员工每日需要完成的开口营销达标额。

“以前我总觉得只要开口推介商品就行,不求成功与否,结果非油销售额一直上不去。现在我清楚地知道每

天需要完成的非油品销售任务,有了明确的奋斗目标,业绩也就有了突破。”北二环北加油站加油员朱晓芬说。

凡有客户就广推、客户需要重点推、活动优惠快速推

北二环北加油站还对员工的开口营销提出了要求:“凡有客户就广推、客户需要重点推、活动优惠快速推”,改进了开口营销的方式。

在此基础上,该站员工还通过研究各类日常商品的购买率,总结出许多开口推介的经验。比如,女性对牛奶、零食的优惠活动更感兴趣,带孩子进站的客户进店率更高,客车司机对优惠券的需求远远大于对矿泉水的需求……

“只有有效的客户沟通,才是提高开口营销成功率的关键。因此,在车辆通过的40秒,我们要争分夺秒,建立与顾客的有效沟通。”刘志强说。面对客户的拒绝,刘志强引导员工从客

户需要的角度出发,不要一再推介顾客不需要的商品,在提高顾客购买率的同时,也要提升客户满意度。

薪酬二次分配考核,杜绝奖励“大锅饭”

“我们根据车辆进站率、车辆通过率、商品购买率,建立薪酬‘二次分配’考核奖励机制,杜绝奖励上的‘大锅饭’。”刘志强说。

该站依据开口营销达标额完成情况、单件商品销售提成及现场跑动率对员工进行非油考核。“现在大家是争着‘开口’,顾客多次夸赞我们加油站员工的服务热情周到!”加油员李雪飞说。强化开口营销后,她的非油月均销售额从百元提升至万元。

李雪飞并非个例。如今,北二环加油站员工人均非油销售额比开口营销管理办法实施前提高56%,收入也大幅提高。

业界动态
Oil Marketing Weekly

秋收时节,农民抢收抢种用油需求与日俱增。为保障农业生产用油,安徽淮南石油在52座柴油销量较大的加油站设置农用车专用绿色通道,并为县城柴油需求量较大的加油站增设柴油专用加油枪,做到专机专用,24小时供应柴油,保证农业机械随到随加,受到农户好评。图为寿县小甸加油站站长为农机具加油。宋晖 摄

东阳石油
基层问题线上领办高效解决

本报讯 基层库站问题线上审批、线上领办,是浙江金华东阳石油“我为群众办实事”实践活动的一项重要举措。该公司积极探索为群众办实事的新路径,形成了上报问题、下发整改、盯守审核、经理室复核的基层问题解决闭环机制。

基层库站将存在的问题通过钉钉系统上报,支公司副经理对问题进行分类并分配给相应部门,由部门负责人落实解决。问题整改后,经加油站站长复核后向副经理报备,由副经理结束流程。

该举措避免了加油站员工为反映问题在油站、机关两头跑,也避免了基层需求上报不及时、整改措施不落地等情况。开展基层库站问题线上审批、线上领办以来,东阳石油累计为基层解决各类问题150余个。(金浩阳)

解析:基层问题线上领办、闭环管理,既方便了基层库站员工反映问题,也提高了问题整改效率,是为群众办实事的好路径。

滁州石油
LNG直批业务实现零的突破

本报讯 近日,安徽滁州石油联系中石化北京清洁能源公司从董家口港口发货20吨LNG(液化天然气)到安徽某水泥公司,完成首笔交易,实现了LNG直销批发业务零的突破。

近年来,滁州LNG市场处于起步阶段。滁州石油确立LNG发展目标,以拓展LNG直销批发业务为突破口,通过市场调研摸排出几家使用LNG的大型企业。该公司对点供客户有针对性地跟踪、开发和维系,灵活应对市场变化。在了解到安徽某水泥公司月均LNG用量达100吨时,滁州石油多次与客户沟通,最终凭借进货渠道广、资源保供好、售后服务佳等优势打动客户,双方签订《液化天然气LNG买卖合同》,预计全年可为滁州石油带来189万立方米的天然气销量。下一步,滁州石油还将在天长平安东、西两座加油站利用现有场地开展LNG零售业务。

(刘勇 汪金峰)

解析:多一项业务多一分竞争力。滁州石油LNG直销批发业务零的突破,实现了产品多元化,为企业持续发展提供了保障。



石化员工团购网

百万石化员工专属优惠购物平台

石化员工团购网 石化员工团购网 公众号 商城 (京东)

咨询热线:4000-700-838



中国石化供应商
锡安达防爆电机
与世界同进步

电话:0510-83591888 83591777
网址:<http://www.xianda.com>
单位:江苏锡安达防爆股份有限公司