“易”场购物盛宴 “享”受超值优惠

易捷公司自2018年起每年推出易享节活动,如今已有4年。今年的易享节自9月1日开始预热,10月10日-14日启动店庆日活动,10月31日结束。每次易享节都为消费者精心准备了各种福利,今年的易享节不仅为客户送去了“加一元多一件”、第二件半价、打折、满减、满额赠等优惠,而且提供了送货到车、送货上门、线上下单线下提货等多种服务,无论线上线下,消费者都能买得实惠、买得方便。

身边故事

柴油站人气单品竟在加气站热销

□刘静泽

万德站是吉林松原石油今年新开业的加气站。不过,让其他加油站奇怪的是,本应是柴油站热销的商品尾气处理液,在万德站成了销售排名靠前的人气单品。

自万德站开业以来,站长毕贵江发现,经常有一些新手卡车司机将该站误认为是柴油站。“既然来了,就不能让他们空手而归。”在收到易享节商品明细后,毕贵江决定引进50桶尾气处理液。随后,他在加油现场显眼位置,将尾气处理液排成两排并放上爆炸帖。只要有柴油车进站,该站员工便会上前向客户介绍易享节“加一元多一件”活动,推介尾气处理液,并邀请对方加入该站客户群。优质的商品、优惠的价格,吸引了许多货车司机购买。“这20公斤的尾气处理液价格真优惠,就是放在车里不方便,影响货物装载。”有的司机表示。为解决客户难题,该站马上推出“代管”服务,将司机寄存该站的尾气处理液注明司机姓名、车牌号码,以便司机随用随取。

易享节期间,万德加气站销售尾气处理液216桶,成为该站新的销量增长点。

外出不便老人在家享受活动实惠

□樊春华 吴 杰

10月10日17时,湖北襄阳石油襄东加油站站长王毅用手推车装了满满一车货,来到某家属院。“赵大娘,给您送货来了。这些商品都参加易享节‘加一元多一件’活动,蓝月亮洗衣液一桶67元,两桶68元;福临门福香大米一袋60元,两袋61元;鸥露纸一提18元,4提38元。”王毅向赵大娘一一说明。“姑娘,又麻烦你了!”赵大娘高兴地说。

赵大娘和老伴都八十多岁了,儿女都在外地上班,无法照顾老人。如今,两位老人外出不便,赵大爷眼睛不好,整天待在家里,赵大娘腿脚不好,只能在小区周边走走。有一次,满头大汗的赵大娘来到襄东加油站,说家里没盐了,炒菜正等着用呢。王毅在得知赵大娘家的情况后,留下了她的手机号码。此后,王毅隔段时间就会询问赵大娘需要什么生活用品,然后给她送到家中。

易享节期间,王毅估摸着赵大娘家里的洗衣液、大米、纸巾不多了,便在征得赵大娘同意后,将这些常用又实惠的商品送了过去。

勤走访售出30万公斤大米

□王 蕾 李 莉

易享节期间,江苏徐州石油第二加油站以米、面、油、酒、尾气处理液等为重点推介商品。站长、员工在跑遍当地8个乡镇、3个工业园区,走访了30余家大客户后,成功销售6000袋、1500箱,共计30万公斤大米。

某发电厂是第二站的轻油客户,该厂约有员工800名。站长魏银哲曾多次向该厂推介粮油等易捷商品,对方均以“已有供货商”为由拒绝合作。易享节期间,魏银哲前往几家大型商超,在比价分析后,决定重点推介性价比较高的北大荒长粒香米。他带着样品来到电厂食堂,请客户品尝。两天后,该厂与第二站签订了820袋大米的采购合同,用于发放员工福利。

在站长的带领下,员工组成销售小分队,分头前往医院、学校、工业园区,大力宣传易享节。一次,员工丁珊、李芹在走访时,发现工业园区内有7家快递公司,便逐个向他们推介易享节活动,其中两家快递公司当场订购了上百袋北大荒长粒香米。“我以前在东北待过,这个牌子的大米确实不错,再加上你们易捷的金字招牌,也给我们送一些吧!”当天卸货时,另一家快递公司负责人吴先生向油站员工订购了180袋大米。

我来帮忙

易享节期间,中国石化赤峰公司累计销售额1.97亿元,其中店庆日销售额7255万元、“双十”当日销售额4285万元,三项销售指标均位列江苏石油第一。图为客户在红星站易捷店现场挑选商品。 黄 卿 摄

易享节期间,浙江绍兴石油组织党员赴加油站开展“党旗引领做先锋,全员奋战易享节”主题帮扶活动,协助员工搬运商品、整理仓库、引导车辆、销售商品等,减轻员工工作强度,以优质服务带动营销创效。图为党员在钱滨加油站向顾客推介商品。 李方征 摄

10月10日,广西梧州石油启动易享节“加一元多一件”活动。梧州石油精选粮油、酒水等热销商品吸引顾客进店选购,并组织党员到站帮扶,确保服务质量。活动第一周,梧州石油非油品销售额实现同比增长。图为党员志愿者在新兴加油站向顾客推介商品。 黎 菲 摄

先锋开路

广东深圳石油

首日销售额突破4000万元

□刘科美 蔡 涛

10月10日,广东深圳石油易享节店庆首日销售额突破4000万元,成为全国地市公司销售状元。

提高站位,党旗始终飘在营销第一线

深圳石油在广东石油的统一部署下,将易享节活动列为“一把手”工程,公司领导班子带头抓动员、抓部署、抓落实,深入加油站调研,结合加油站实际情况细化营销措施、强化各级责任,切实提高政治站位。

深圳石油结合“我为群众办实事”实践活动,自10月10日起持续开展“机关服务基层,党员冲锋在前”帮扶活动。他们组建党员帮扶队、党员攻坚队,要求每名党员挂点帮扶一座加油站。在为期一周的店庆期间,深圳石油组织260余人次帮扶站点30次。帮扶人员主动参与现场服务,帮助加油、销售、送货、打扫卫生等,让党旗始终在一线飘扬、党徽始终在一线闪耀。

确立目标,全员营销借势发力争第一

易享节前夕,深圳石油确立销售目标,对要货、陈列、排班、纵围、开口、督导、奖惩等环节进行专项布置,以全员营销为抓手,努力做大销售规模。

易享节期间,深圳石油围绕“站内张开嘴、站外迈开腿”开展销售。各门店营销骨干借助“加一元多一件”优惠契机,大力推介商品,并为顾客提供搬货、送货等贴心服务。同时,各门店与粮油、水饮等品牌供应商联合开展促销活动,促进卓玛泉、长白山天泉、五常大米、易家香系列食用油、花见月洗衣凝珠等商品销售,并走到站外开展营销活动,扩大易捷品牌知名度。截至目前,深圳石油通过站外销售,签订尾气处理液、润滑油大单,价值500余万元。

齐头并进,抓好重点环节提营销质量

易享节期间,深圳石油重点关注人、货、场、源四个关键点,逐站、逐品、逐价进行统筹安排。他们认真解读营销政策,合理调配货源,避免货源不足,并在线上线下推介商品,不断扩大营销范围。仅10月10日当天,水饮、粮油等商品销售额突破1000万元、酒类销售额近400万元。同时,非油品部联合经管部现场办公,迅速协调解决问题,确保高效运行。

活动期间,深圳石油紧盯销售进度,及时统计分析销售数据,找准热销商品及销售契机,确保易享节持续攻坚不脱节、热销商品不脱销。

安徽石油

“皖美”营销吸引八方客

□董文军 俞飞彩 李 楠 史 阅

安徽石油通过进店帮扶、直播带货、“六进”活动、开辟购物街等措施收获了大笔订单,有效提升了易享节活动质量。仅10月10日当天,安徽石油基础品类销售额实现同比增长442.23%。

志愿者到站帮扶

“先生,现在我们店小西牛牛奶有活动,加一元多一件,价格超值。”易享节期间,合肥、芜湖、蚌埠、宿州、安庆、六安、铜陵等多个分公司组织管理人员开展志愿者下基层活动,促进非油销售。加油站现场,志愿者根据客户需求,有针对性地向客户介绍易享节的活动内容、商品特点等,让他们能够以最优惠价格买到心仪的商品。同时,志愿者在现场教授员工销售技巧,并针对员工的失败销售提出自己的建议,帮助他们逐步提升销售水平。

“皖美石化”带火直播间

“咔嚓”,随着苹果被咬下一口的清脆声响,主播开始向观众推介当地特色水果。易享节期间,安徽石油开展了“皖美石化”直播活动,除了向观众推介卓玛泉、鸥露纸等易捷重点商品,还推介了安徽特产、酒水生鲜、电器百货等,并首次介绍了汽车销售、旅游服务等业务。同时,直播增加了组团抽奖、点赞抽奖等活动,向总计200名观众赠送了礼品。直播活动当天,点赞超130万人次,成交额达1888万元,创历史新高。

“六进”促商品热销

“鸥露本色纸,竹浆纤维制,沾水不易破,健康又舒适。”在滁州全椒县集市上,南屏大道站站长吴成龙一边唱着自己编的顺口溜,一边拿着浸了水的鸥露纸向顾客演示,吸引了众多目光。不到1小时,小推车上的商品销售一空。滁州、黄山、铜陵等分公司积极开展进社区、进学校、进餐馆、进商超、进企事业单位、进乡镇集市“六进”活动,让客户近距离了解易捷商品品质,促进了商品销售。

开辟“易享街”引客来

“牛肉香、贡椿脆,桔梗化痰治三高;加一元、多一件,牛奶白酒论箱卖。”10月10日一大早,阜阳石油城西站旁响起了大喇叭声。阜阳石油利用城西站旁15平方米的空地开辟“易享街”,销售易捷商品,以及五香牛肉、桔梗、太和香椿等地方特色商品。阜阳石油在现场精心布置场地、摆放创意地堆、循环播放视频,安排员工前往加油站周边小区、购物中心、车站等地发放宣传单,并通过微信公众号、朋友圈、视频号等发送“易享街”信息,吸引众多客户前来逛“街”。10月10日,城西站基础品类销售额实现同比增长37.5%。

福建宁德石油

特惠商品价格比超市还便宜

□张璐婕

自易享节开展以来,福建宁德石油每日都会推出多款特惠商品,并通过科学调度、特色陈列、开口营销等措施加大销售力度。10月10日店庆日当天,易享节特惠商品销售额占非油品销售额的70%。

及时备货,确保商品充足

“本次活动力度大,各站一定要确保易享节首日货品充足,决不能出现断货的情况。”易享节前夕,宁德福安石油经理刘华经常在工作群里叮嘱各站站长备足洗衣液、大米、纸巾、葵花籽油、酸奶等爆款商品。截至10月中旬,福安石油易享节特惠商品销售额、吨油交易笔数排名均居宁德石油前列。

宁德石油零售管理部一方面对各片区加油站进行摸排,与中央仓对接要货数量,确保核心站点库存充足;另一方面积极协调中央仓,减少单次送货量,增加送货频次,避免各站货品积压。易享节期间,宁德石油各站商品库存合理,为商品热销提供了有力保障。

特色陈列,营造营销氛围

“你可以尝试摆放不同的造型,一定要让客户眼前一亮。”10月8日,宁德石油非油品管理部品工郑巧惠正细心指导闽东路加油站员工摆放堆头。

“这款大米也特价?”在闽东路站,客户刘女士停在了山形大米堆头前询问员工。“是的,这款大米口感好、味儿香,50元两袋,很实惠。”站长刘永南笑着说。宁德石油除了发动员工在客户群、朋友圈推送易享节活动内容,还鼓励各站利用摆放堆头促进销售。活动期间,非油品管理人员经常前往加油站进行陈列指导,并发放标识牌、爆炸帖、围挡等物料,强化店内宣传,以丰满吸睛的造型陈列,营造浓厚的营销氛围。

加强鼓励,强化开口营销

“先生,我们正在开展易享节活动,商品价格比超市还便宜。”每次为客户加油时,宁德熊城石油桥头加油站员工陈凯都会向客户推介易享节特惠商品。

“公司的奖励政策公平透明,只要多卖货就能多拿提成,我们都觉得有奔头。”截至10月中旬,陈凯凭借着勤说、勤跑,个人销售额在该站遥遥领先。

易享节前夕,各片区组织员工学习活动政策,鼓励他们多开口、多拿提成。“我们片区石化钱包会员占比较大,是一大优势。活动前夕,我们给员工解读活动政策、帮他们算提成、指导他们现场推介,争取让他们多拿奖金。”福安石油经理刘华介绍。截至10月中旬,福安石油特惠商品销售额、吨油客户参与人数等两项指标均居宁德石油榜首。

广西北海石油

百种“桂”货点燃“嗨购”引擎

□徐海兰

易享节期间,广西北海石油充分利用线上平台,通过开通预售服务、开展直播带货活动,以及围绕“东盟博览会”开展专项营销等,助推销售额创新高。截至10月17日,北海石油基础品类销售额实现同比增长64%。

预售服务开启实惠购物节奏

“我这货看似上千元,实际花费300多元,这都是在中国石化加油站买的。线上享受易享节预售服务,加油顺便提货,一键搞定。”10月10日,古先生把购物截图发至朋友圈,并附上了油惠俱乐部APP的链接。古先生算了下账单上的货物,一共有36种商品,从洗衣液、酒类、饮料到粮油、零食等应有尽有。

广西石油于9月自主研发了油惠俱乐部APP,并于9月下旬开通了易享节预售服务,客户进入预售专区,选择所购商品、提货门店,点击购买即可。该平台为客户提供了上千种商品,并同步开展“天天有爆款”“第二件半价”“加一元多一件”等优惠活动,客户纷纷表示,“在线购,上手易、停手难”。截至10月中旬,北海石油预售提货率达94%,排名广西石油第一。

借东盟会契机引进百种“桂”货

“朋友托我带一些回去,说这味道真不错!”在南方站易捷店,越南籍客户陈先生表示,不久前他从油惠俱乐部APP上购买的螺蛳粉分享给朋友后,得到一致好评,这次特来店内回购。

易享节期间恰逢东盟博览会举办,北海石油借此契机,引进食品、酒类、粮油、特产等142种“桂”字号商品,以及自主品牌東埔寨遍粒米等东南亚特产,并开通特色商品专区,丰富线上线下商品品种。他们积极利用线上平台推介,并为客户提供送货上门、门店自提、邮寄到家等多种配送选择。如今,易捷商品正飞进越南、老挝等东盟国家的寻常百姓家。

直播带货激发客户购物热情

“10月10日19时,易享节之夜,狂欢盛宴。看直播赢百元加油卡、购好物享多轮抽奖!”10月初,一条易享节微文在广西石油朋友圈频频转发。

易享节期间,广西石油以“易捷百日惠、直播购物季”为主题开展数十场直播带货活动。他们在广西特产专场,向客户推介良大头粮油、香菇、山茶油、易姐姐螺蛳粉等当地特产;在易捷国际专场,推介美容彩妆、母婴用品、营养保健等80多种来自海外的商品,吸引了众多观众购买。10月10日当天,仅北海石油观看直播人数就达上万人次,直播销售额达15万元。

定格精彩

10月10日至14日,云南迪庆石油采取提前备货、梳理客户、实地走访、送货上门、结对帮扶等措施,帮助偏远小站开展销售。其中,维西白水加油站销售额突破百万元,实现同比增幅1125%,排名云南石油第一。图为员工帮客户将商品搬进后备厢。
代泽万 张 梅 摄影报道

易享节期间,湖北长阳石油根据前期市场调研及当地客户特点,以日用百货为销售重点开展“加一元送一件”活动,并为客户提供在线预定、送货上门等服务,激发客户购买欲。截至目前,长阳石油日用品销售额实现大幅增长,创历史新高。图为长阳石油员工向顾客推介商品。
钟 宇 摄

易享节期间,河南濮阳石油在做好活动宣传、商品调拨、现场督导工作基础上,大力开展开口营销,引导员工主动向客户推介“加一元多一件”促销活动,并为客户提供送货到车、送货上门等服务。图为员工帮助客户搬运商品放入后备厢。
赵 耀 李梦璐 摄影报道

易享节期间,安徽阜阳石油借“加一元送一件”活动契机,大力走访工厂、学校等客户,积极推介生态小町米等粮油商品。仅一周时间,阜阳石油生态小町米销售额达15.62万元。图为某幼儿园园长前往北环路加油站为幼儿园购买生态小町米。 于海玲 摄

10月10日~14日,新疆阿克苏石油库车9号加油加气站销售额排名分公司第一。该站委托员工做到“三会一说”,即会说商品特点、会兑电子券、会宣传、说得清楚,让顾客享受“点菜式”消费体验。图为顾客在库车9号站购物。
吴 振 胡泽彬 摄影报道