

确保“十四五”开好局 以优异成绩庆祝建党100周年

“易心易意” 只为客户

易享节期间,各地销售公司从加强商品供应到开展特色陈列、从大力开展现场推介到积极拓展店外销售渠道,全力助推销售额稳步提升。在为期两个月的易享节活动中,客户买到了物美价廉的商品,各公司也实现了非油业绩的提升



10月,江苏南通石油以“‘10全10美’逛易捷,人生补给不停歇”为主题开展易享节活动。南通石油借活动优惠力度大的优势,积极开展线上线下宣传、营销等,提升客户购买率。图为顾客在南通石油任港路站易捷店挑选商品。张白峰摄

浙江金华石油

极致用心蝉联冠军

□王佳晶 金小盼

浙江金华石油抓住易享节店庆日增量契机,通过共享客户资源、营造视听氛围、开展“拼单购”活动等措施,在10月10日~14日为期5天的易享节大促中再创佳绩,非油品销售额突破6500万元,蝉联浙江石油冠军。

客户共享,构建“一客多源”商圈

“陈先生,明天我把油给您送去,您前两天订购的300盒铁皮枫斗和400盒枸杞也都到货了,明天一并给您送去。”10月10日,磐安商客部经理周任良正逐个给客户打电话联系送货事宜。“周经理,这次易享节的商品价格很实惠,我想再买些。”“好的,明天我和同事一起去拜访您!”听着电话那头的欢声笑语,周任良立即联系非油品部经理陈华玉再次上门走访。

一直以来,磐安商客部与多家工厂保持着稳定的直分销售业务往来。磐安非油品部与商客部通力合作,客户共享、资源互通、同步走访,挖掘客户在员工福

利、大型活动、食堂餐饮等方面的非油品消费潜力,让直分大客户成为易享节大客户。

“一客”变“多源”、“送油”加“送货”,易享节期间,金华石油为物流园区油品大客户提供“米面酱醋”组合,让车队司机买得实惠、吃得放心;为工业园区用油企业搭配“小家电+日用品”组合,让上班族享受便捷生活;为重工业厂家提供“养生保健”套餐,让员工感受企业关怀,提升了大客户消费获得感,构建了“一客多源”大客户经理。

视听营销,吸引客户进站消费

“今天加油站这么热闹!”车主感叹。“先生,从今天开始到14日是我们中国石化一年一度的易享节店庆日,加1元可以多得1件,商品种类很多,自用、送礼都划算,您可以下车看看。”徐村加油站员工陈春华热情地向顾客推介。

徐村加油站毗邻高速公路路口,站前道路车流量大。该站除了加强现场推介,还配备大喇叭,循环播放活动信息,并利用刀旗、海报、窗贴等营造销售氛围,给车主视觉、听觉上的热闹感受,吸引他们进站消

费。

同时,金华石油各站精选30款重点商品,分区、分类搭建地堆,便于客户挑选、拿取,缩短他们的选购时间。仅店庆日半天,就有4座站销售额破百万元。

花样拼单,满足客户不同需求

“我想买洗发水特惠装,176元一套,加1元多1件,谁和我拼单。”在横溪加油站客户群,吴女士发起拼单邀约。“我想要一套,我5点下班,咱们5点半加油站见。”丁小姐迅速响应,拼单达成。

虽然很多客户对易享节优惠价格心动不已,但又不想同时购买两件,横溪加油站根据客户需求,在群里推出“拼单购”活动。

金华石油通过线上线下拼单、多物多地拼单,提高拼单成功率。金华石油推出“跨站拼单”服务,客户预约拼单后,在易享节活动期间均有效;针对购买多款商品的顾客,加油站帮助他们“团队拼单”;针对不同客户在不同站点提货的需求,加油站结对推出“两地拼单”。易享节期间,金华石油日均拼单量2000笔,带动销售额40万元。

北京东北石油

花式服务聚力易享节销售

□李莹

北京东北石油通过强化宣传、深入帮扶、抓好服务等措施,聚力一年一度易享节。易享节期间,东北石油易享节销售目标完成率居北京石油前列。

北京石油组织销售能手成立先锋队,前往加油站向员工讲授销售技巧,并进行一对一指导,促进现场销售。

同时,东北石油组织管理区成立志愿者服务队,分区前往加油站做好卫生保洁、小食堂帮厨、便利店陈列、资料整理等辅助工作,以及在加油高峰时段做好车辆引导、开口营销等工作,为现场营销注入活力。

当好宣传扩音器

“易享节商品,加一元多一件。”在紧邻旅游景点的怀丰路加油站,饮品堆头前张贴着醒目的爆炸贴,吸引了很多顾客驻足。“易享节,狂欢购,加一元多一件,快来抢购!”在银燕加油站,现场传来欢快的背景音乐及娓娓动听的女声,这是该站为易享节专门制作的音频,营造出浓厚的营销氛围。

东北石油引导各站加强线上线下宣传,并巧用“陈列+音响”,让宣传“活”起来。各站充分利用站内空间,张贴海报、悬挂横幅,利用液晶显示屏、喇叭等循环播放易享节活动信息;员工积极发放宣传单,逢车必问,不放过任何一个开口营销的机会。多维度宣传让顾客“看得见,看得见”,提升了销售成功率。

吹响引领先锋号

“我们一定要熟知商品优惠信息,帮助顾客算好经济账,为他们制定最佳购买方案。”易享节期间,东

架起服务连心桥

“您好,我帮您把车上的垃圾清理了吧。”尽管易享节期间车多人多,但是在位于高速公路路口的航桥加油站,员工还是会利用加油间隙主动收集顾客车内的垃圾,为他们提供便利。该站还为顾客提供口香糖,以及添加热水、指引道路等服务,赢得客户赞誉,留住了一大批忠实客户。

东北石油要求各站在做好现场服务的同时,有针对性地开展特色服务,为易享节引流造势。“我帮您把大米、食用油送回家吧。”在广达加油站,站长柳辉准备为一名腿脚不便的顾客提供送货上门服务。该站通过送货上车、送货到家等服务,持续提高客户满意度。“虽然易享节期间客流增加,但是我们不会忽略细节服务,让顾客任何时候都能买得放心、买得开心。”柳辉笑着说。

贵州贵阳石油

“我们不怕累, 只愿您能满载而归”

□张静思

易享节期间,贵州贵阳石油南路加油站通过佩戴宣传发箍、站外开发客户、为顾客算细账、提供送货服务等方式,提升非油品销售额。店庆日,南路加油站基础品类销售额实现同比增长,排名贵州石油第一。

工地上,还能节省您的运输成本。”易享节期间,该站加强客户走访,当他们得知周边工地需要一批尾气处理液时,便向对方推介“加一元多一件”活动。在全面了解活动内容后,工地负责人当即下单购买了1000桶尾气处理液。

布置现场方便选购

“‘加一元多一件’活动不够直观,作为消费者,我更想参与活动后,商品价格是多少?”易享节前,有客户提出建议。店长颜朝凤收到客户反馈后,立即组织店员加班制作爆炸贴,将活动商品的原价、加1元套餐价、折算单价、规格等全部标注清楚,帮助顾客算账,方便选购。

送货到车送货上门

“活动真的很实惠,我很想买点,但是大包小包的,提起来太麻烦了。”前来加油的张先生看到易享节活动介绍后说。“您放心,我们提供送货服务,您要是拿不了,我们可以帮您搬到车上。”店员说道。易享节期间,该站不仅为客户提供送货到后车厢服务,而且为消费满200元、3公里范围内的客户提供送货上门服务,解除了客户的后顾之忧。

广东广州石油

人头攒动的购物盛宴

□刘远征

“加一元多一件,买到就是赚到!”“我早就看好了油米组合,现在购买相当于半价,真实惠!”10月10日一早,广东广州石油东郊站易捷店人头攒动,购物氛围火热。短短1小时,该店销售额突破百万元。

易享节期间,广州石油通过提早部署精心准备,强化组织做大营销,加强宣传充分激励等措施促进销售,销售额达1.1亿元。

提早部署精心准备

“易享节是一年一度的重大节日,我们要充分考虑资源、营销、激励、服务等环节,保障活动顺利进行。”易享节前,广州石油召开动员会,统一思想,强化组织、确立销售目标、制定实施方案,力争给客户奉献一场实惠、便捷、高效的购物盛宴。

广州石油在客户需求调研的基础上,增加饮料、食品、日化等品类的订货量,并将饮料食品、粮油副食、家用日化等商品进行组合,提高客户购物效率。他们还建立临时仓库储备商品,加强调度,确保商品供应。同时,他们连续推送关于活动优惠内容、重点商品介绍的微文、短视频,营造营销氛围。

强化组织做大营销

“要注重营销组织,资源要跟上、设备

要跟上、人员要跟上、服务要跟上。”易享节期间,广州石油加大客户营销工作,安排专人做好订单、付款、配送、发票等服务,满足客户需求。

“这次活动不仅价格优惠,而且能够送货上门,我们单位的粮油就在你们这儿买了。”珠江二站老客户张女士说。易享节前,她收到了易享节活动邀请,经过价格对比,果断地下了单。

易享节期间,广州石油要求各站在繁忙时做好推介、答疑等工作,闲暇做好补货、清洁等工作,提升现场工作效率。他们还开展党员帮扶活动,安排党员分批到大站要站开展导购、搬货、送货等工作,并引车入位,维持现场秩序,提升客户体验。

加强奖励激发热情

“公司提高了活动期间的计提标准,希望每一个人都能发挥才能,做大销售量。”在体育西门店,店长王亚萍向员工传达公司的奖励政策。

易享节期间,广州石油通过确立奖励目标,设置销售先进单位、先进个人奖励等奖项;每日通报销售情况,并在店庆日当天按小时通报销售进度;在工作群里,慰问、表扬、晒单等,激发员工销售热情。他们还总结销售经验,并制成短视频、小故事在抖音、微信等平台上推送,帮助员工提升销售技巧。



10月10日~14日,安徽池州石油在三县一区6个站点设立易享节活动专区,精选粮油、饮料、副食、酒水、露露纸等200多种商品,开展“加一元多一件”促销活动。10月10日,池州石油销售额突破200万元。图为池州石油员工向客户推介易捷商品。孙宗奎摄



易享节期间,河南南阳石油围绕重阳节、易享节两个主题举办了直播活动,向观众展示了水饮、粮油、特产等易捷商品,并介绍了“加一元多一件”活动。直播吸引了1.2万余名观众参与,商品销售额36.8万元。因为主播向观众推介商品。姜明武摄

上海沪东石油

让易享节成为朋友圈的“热搜”

□朱用杨 帆林一川

自易享节启动以来,上海沪东石油通过制定经营方案、加强宣传造势、发动全员参与等措施,取得显著成效。店庆日第一周,沪东石油非油品销售额实现同比增长翻番,销售规模排名上海石油第一。

早部署重执行,落实联动机制

易享节前,沪东石油参考往年易享节销售数据,以及结合本次活动方案,制订销售计划、分解销售任务、逐级传达指令,确保站长、员工了解掌握。

同时,沪东石油制定“以帐篷扩仓库,以帐篷增店面”的经营方式,为59个站点购置了防水帐篷,在帐篷内摆放商品,提高便利店存储量的同时,吸引顾客的注意力。易享前夕,商品预销量300余万元。

为配合易享节销售,沪东石油落实专人实时跟踪

各站销售情况,并安排运输小队、后勤车辆随时待命,灵活开展站间调配工作,确保各站货源充足。

多平台广宣传,营造火热氛围

“平时这款矿泉水销量就不错,这次活动优惠力度大,应该多买几箱。”沪东加油站站长袁本荣在客户群建议。

易享节期间,沪东石油加强线上线下宣传,助力易享节销售再创佳绩。他们利用朋友圈、微信群推送微文,将易享节打造成为朋友圈的“热搜”活动;拍摄以易享节为主题的视频,在公众号、各门店滚动播放。播出仅3小时,公众号点击量突破1000次。

同时,沪东石油积极打造易享节样板站,精心布置店面、设置活动专区、陈列热销商品、摆放各式地堆,方便顾客拿取。他们还要求各站拍照上传门店布置情况,寻找差距,在提升陈列水平的同时,营造浓

厚的活动氛围。

定目标强考核,全员积极参与

沪东石油秉持“人人有指标,全员做销售”的理念,将销售与薪酬挂钩,鼓励全员参与。易享节期间,沪东石油班子成员、机关人员带头领任务,站长、员工负责本站销售;管理人员每两小时公布各站销售数据、活动进度、站点排名等,营造全员营销氛围。

易享节期间,香山加油站增设“送货上车”岗位,免去顾客搬重物的烦恼,也保证了现场通过率;沪东加油站设立视频导购专员,在线为顾客推介商品;锦绣加油站推出“一对一”服务,顾客进店下单后,拿货、搬货均由员工完成。员工还充分利用小推车、小喇叭,前往社区开展售货、送货等便民服务,增强了客户对易捷品牌的好感。活动期间,沪东石油销售规模在百万元以上的门店达5家。