

## 确保“十四五”开好局 以优异成绩庆祝建党100周年

福建龙岩武平片区通过党员、站长领着学、帮着算、带着干，激发全员非油品营销热情，成效显著。1~11月，该片区基础品类营业额计划完成率排名龙岩石油第一

# 全员参与营销 个个争当能手

□林展鹰 傅美丽

“团结就是力量。我们带着全体员工一起干，形成攻坚合力，攻克了很多难关。”在月度经营分析会上，福建龙岩石油武平片区负责人分享了非油品营销经验。

年初以来，武平片区通过党员、站长领着学、帮着算、带着干，激发全员营销热情，促进非油品经营。1~11月，该片区基础品类营业额完成计划的154%，排名龙岩石油第一。

领着学，激发销售热情

年初，龙岩石油非油品销售竞赛活动方案下发后，武平片区党支部立即召开会议，组织广大党员、站长深入

学习，研究部署执行方案、逐站对接销售任务，为顺利完成非油品全年任务打牢基础。

结合党员责任区创建工作，党支部党员分别认领非油品攻坚责任区域。他们坚持到现场摸排，与员工沟通交流思想，制定攻坚措施，并与员工一起为客户提供加油、推介商品、维持秩序，形成合力攻坚的浓厚氛围。在党员带动下，涌现出许多能吃苦、有干劲儿、有激情的促销能手和销售标兵，如平川加油站员工钟四招，7~10月销售菊花茶2000箱；集贤加油站员工兰英，月均销售25公斤大米300袋。

“不要害怕拒绝，并保持积极的心态，销售一定会成功。”每月，片区将促销能手、销售标兵的经验及心得体会通过片区经营分析会、班组会推广学习，

营造出先进带后进、后进赶超先进的良好氛围，提升了片区整体营销水平。

## 帮着算，明确攻坚方向

为调动员工开口营销的积极性，片区将员工收入与绩效挂钩，实行“多劳多得”的考核模式，同时帮员工算销售、算利润、算收入，并定期通报加油站、员工的销售情况，及时予以奖励，让员工充分认识到只有付出才有收获，使他们从“要我营销”向“我要营销”转变。

“推介时，我们要抓住加油时的黄金3分钟，并用‘买一瓶可以省多少钱’代替‘现在一瓶多少钱’，直观地将优惠金额呈现在顾客面前，以激发客户的购买欲。”片区分批次组织员工到

标杆站学习开口营销技巧，并在现场互换角色，增强体验感。

“我们要充分利用兑换政策，加大饮品促销力度，确保多上量、多获利。”作为永富加油站的挂点党员，党支部书记陈秋生认真分析市场形势，帮助永富加油站找准营销发力点，并算好利润账和收入账，调动员工营销积极性。三季度，永富加油站饮品销量同比增长210%。

## 带着干，齐心协力攻坚

“李先生，您提出的要求我已经上报公司了，过两天就给您答复，感谢您的支持。”在日常工作中，片区党支部班子成员带头开展市场调研，明确客户开发方向，协助加油站和客户经理

做好客户开发维护，并在客户走访过程中，挖掘客户个性化需求，做到精准营销。

“您好，鸥露纸有韧劲儿，耐用，现在购买有折扣，很划算。”在乡镇大集上，党员赖春梅热情地向客户推介符合他们需求的商品，才愿意买单。

只有用心，才能抓住客户需求，提供更优质的服务。各种各样的营销方案不是凭空想出来的，而是在日复一日的工作中梳理客户需求和要求、总结销售经验和规律、分析自身优势和特点、不断纠偏和改进得来的。这就需要全员共同努力，多下一些功夫，抓住机会促成销售。

该片区党支部班子成员、党员干事想在前、干在前，团结广大员工心往一处想、劲儿往一处使，营造出“全员参与营销，个个争当能手”的浓厚氛围。截至目前，武平片区累计获得5面龙岩石油非油品月度红旗。

非油拓市  
Oil Marketing Weekly

## 手机积分兑换“捡回”600多元

□樊春华

12月1日上午，一辆快递三轮车驶进湖北襄阳石油白鹤乡加油站，员工朱俊小跑着迎上前，将车引至9号加油机旁，“我自助加油。”快递小哥掏出加油卡对朱俊说。

“好的。”朱俊回应道，随后问，“跑快递每天肯定打不少电话吧，您是移动的号还是联通的号？”“移动。”“在我们站，您可以用手机积分换购商品。您用手机扫一下我胸前贴的这个二维码，可以查看您有多少积

分。马上年底了，积分会清零，过期作废就太可惜了！”

“好啊，你帮我看看。”加完油后，快递小哥掏出手机扫了一下朱俊胸前贴着的二维码。朱俊帮他查看后，发现对方积分竟高达64653分，可兑换价值640元的商品，这让快递小哥惊喜不已。“我每天要打一两百个电话，根本不知道手机积分还能兑换商品。真是太谢谢你了，让我捡回了600多元。”随后，快递小哥兑换了大米、鸥露纸等商品，高高兴兴地离开了加油站。

## 免费洗车引客效果佳

□邵凯杰

“我每次到回龙站都是加油外带洗车，中国石化洗车点洗车干净，还不收费。我们学校有很多教职工都在这儿洗车。”不久前，江苏镇江石油回龙站老客户顾先生一边等候洗车，一边与其他顾客闲聊。

回龙站属家庭承包站，为了提升该站销售业绩，站长王优风向上级公司申请增设洗车业务，并同步开展油品积分送洗车营销活动，即客户下载小程序并绑定加油卡，持卡加油后自动生成积分，每200积分可兑换洗车一次，吸引了很多客户参与活动。自开设洗车业务以来，该站日均油品销量由3吨升至15吨。

“要想让洗车机在高频使用下仍能保持正常运转，平时必须加强维护、保养。”王优风每天下班后，都会

认真检查洗车机、水罐容量，加注清洁剂，确保第二天正常使用。他还请来有着多年机械修理经验的哥哥加盟，共同经营该站。王优风的哥哥定期做好洗车机的维护、保养，通过添加润滑剂、更换老化零部件，降低故障率，并备足各种零配件以备不时之需。国庆期间，该站平均一天洗车超过360辆次。

“张先生，加完油洗洗车吧，用积分洗车不花钱。”王优风经常利用加油间隙，提醒客户及时洗车。“好嘞，这几天跑长途了，车上一层土了。”张先生回应道。王优风在介绍经验时说：“每次洗完车，我都会向客户道别，感谢他们对我们站的支持。尊重客户，也是让他们成为回头客的关键。”

截至目前，回龙站每月洗车量均位居镇江石油榜首，并迈进江苏石油前列。

## 农民工爱到站里来

□陈明军 费海霞 文/图

“小张，来一箱卓玛泉。”近日，一位农民工来到江苏启东石油汇龙加油站对员工张晓说。

汇龙站地处启东市新城区，周边建筑工地较多，进店客户以建筑工地的农民工为主。该站根据客户特点，专门为农民工开辟了休息场所，安装了空调，并免费供应绿豆汤、茶水、热水等，赢得了农民工的认可。

“您好，天气干燥，你们在室外工作一定要多喝水，这是卓玛泉，来自高原的水，好喝又解渴，现在搞活动，价格优惠，来一瓶尝尝吧。”当农民工到站休息时，汇龙站员工会热情地向他们推介卓玛泉、鸥露纸等生活用品。“别说，卓玛泉

入口柔软，确实好喝，我是越喝越爱喝。”农民工小刘笑着说。如今，很多农民工成为卓玛泉的粉丝。

“黄先生，你们工地上的挖掘机需要更换润滑油吗？这款长城润滑油质量上乘，价格实惠，现在买还能抽大奖呢！”听了员工介绍后，工地负责人黄先生买了两桶长城润滑油试用。一段时间后，工地上的挖掘机几乎都用上了长城润滑油。

汇龙站通过优质服务及耐心推介，吸引了越来越多的农民工进店消费。截至目前，该站非油品各项指标均位列启东石油前列。

时尚易站  
Oil Marketing Weekly



## 商品组合卖 顾客更青睐

□周丽洁

“先生，来看看我们的商品套餐，特别实惠。”不久前，在江西景德镇石油宝石加油站，员工彭晓萍利用加油间隙，热情地向顾客推介泵岛堆头上的商品组合套餐。“这个套餐不错，家里请客刚好要买两瓶酒，其他的玻璃水、纸巾都是需要

用的，一起买便宜多了，划算。”顾客李先生在彭晓萍的推介下选购了一套商品。

11月以来，景德镇石油在加油站开展了商品组合套餐营销活动，各站根据商圈及客户特点，定制了包括粮油、酒、奶制品、玻璃水、纸巾等商品在内的组合套餐，并打折销售，让客户享受优惠。各站将商品组合摆放在醒目

位置，并附上价格比对表，吸引顾客消费，营造了浓厚的销售氛围。

“这个活动就是想发挥商品全价的优势，充分满足客户需求，为客户送去优惠的同时提升销量。”景德镇石油非油部负责人表示。组合套餐活动仅推出一周，销量就达200套，带动了非油品销售额的提升。

## “荷塘里也能掀风浪”

杨梅加油站是浙江临海石油最小的站，何宝花夫妇承包该站后，通过不懈努力，实现月均销售额超10万元，成为样板站

□蒋修飞

“进站客户虽然少，但一个都不能错过，再有就是多花点儿心思拓展站外销售。”浙江临海石油杨梅加油站站长何宝花在分享经验时说，小站非油品销售，靠的是内外兼顾。

杨梅加油站是临海石油最小的站，场地小、位置偏，日均轻油销量不足1吨，非油品销售业绩也曾经垫底。都说荷塘里掀不起风浪，但自从何宝花夫妇承包该站后，该站经营状况得到较大改善。目前，该站非油品月均销售额超10万元，成为台州石油承包小站的非油品样板站。

## 组合商品价格取整

“不买了，这么多饮料挑着麻烦，找回来的零钱也不好拿。”一次，一位摩托车车主在购买饮料时的牢骚，引起了何宝花的注意。杨梅加油站的客户大多是周边村庄的摩托车车主，且年纪较大。该站曾利用现场推介、摆放堆头等方式吸引客户购物，但效果不明显。

不愿意找零，那就取整；不愿意挑选，那就组合。说干就干，何宝花夫妇从集市上买来塑料袋，将饮料搭配成10元一捆、20元一捆、30元一捆；把

方便面与卤蛋、火腿肠捆扎在一起，盐、醋、鸡精捆扎在一起，放在泵岛边的推车里，并贴上爆炸贴，让顾客一眼就能看到。

“这办法还不错。夏天天气炎热时，一天能卖几十捆饮料。”何宝花说，“捆扎销售为客户带去了实惠与方便。同时，我们将组合商品搬到泵岛，在加油的同时借助实物推介，进一步提高了成交率。”

## 积极争取福利采购

“让你一个女同志搬上搬下，哪好意思啊，我们自己来。”某船厂部门负责人徐先生看着送货上门的何宝花说。

何宝花的爱人杨前竹是当地人，他在走访客户时发现，杨梅加油站附近的几家造船厂，每年中秋、春节都要给员工发放福利，对食用油、牛奶等商品的需求较大。夫妻俩便多次上门走访，虽然吃了不少闭门羹，但是他们不灰心，仍耐心为客户算优惠券折扣账、油非互动优惠账，最终，成功将其发展为非油品定点团购客户，这些船厂福利采购额均超过3万元。同时，他们收获了几十位忠诚的用油客户。

尝到成功喜悦的何宝花夫妇，目光瞄向更广阔的市场，通过不断走访周边企业，陆续开发了运输公司、老

“桃的甜感、茶的醇香，来尝尝我们单位研发的桃茶。”不久前，何宝花得知杨梅村要召开村委会，便在开会前赶到会议室，请参会人员品尝桃茶。

“这款饮料不适合作为会议用水。”村支书杨永才婉言谢绝。不甘心的何宝花一直等到会议结束，再次推介：“杨书记，这款桃茶是我们单位帮扶福建乡村的特色产品，购买它也代表咱们村的一份爱心，况且，它好喝、不贵。”

“我们村委会经过商议、咨询，决定把这款桃茶作为会议用茶。”最终，村委会购买了50箱桃茶。有了杨梅村的销售经验，何宝花夫妇又走访了周边的几个村组，一个夏天销售桃茶500箱。

“只要不认输，办法总比困难多。”靠着这股韧劲，何宝花夫妇硬是让杨梅加油站非油品销售业绩迈上了一个新台阶，提前3个月完成了年度销售任务。

非油课堂  
Oil Marketing Weekly

## 花式营销 离不开用心用情

□秦紫函

近年来，易捷便利店通过接力促销、高峰期营销、走出去营销、情感营销、贴心营销等花式营销，吸引了众多客户的关注与支持。

花式营销成绩显著，是员工用心用情对待工作的结果。对客户来说，相似的营销话术听过太多，只有员工真正站在他们的角度推介符合他们需求的商品，才愿意买单。

只有用心，才能抓住客户需求，提供更优质的服务。各种各样的营销方案不是凭空想出来的，而是在日复一日的工作中梳理客户需求和要求、总结销售经验和规律、分析自身优势和特点、不断纠偏和改进得来的。这就需要全员共同努力，多下一些功夫，抓住机会促成销售。

只有用心，才能提供周到服务，赢得客户信任。有些加油站会请网约车司机到站休息、帮老人送货上门、免费提供洗车服务等，虽然这些做法看起来都是“分外事”，但是有效帮助客户解决了问题，增进了与他们之间的感情，为加油站带来了客流，也为商品打开了销路。

营销的方式多样，核心是员工用心用情。否则，花样再多也不会赢得客户信赖，且难以实现长久发展。

## 前沿速递



“感恩‘柚’你”直播 助力乡村振兴

近日，贵州铜仁石油在铜仁市万山区黄道乡丹阳村香柚基地，通过“加油中石化”微信小程序开展以“感恩‘柚’你”为主题的直播带货活动，主销扶持商品万山金兰香柚。在两小时的直播活动中，数百人到现场采摘，直播间观看达1.2万人，实现销售额21.15万元。直播结束后，铜仁石油在线上线下持续销售万山金兰香柚，助力乡村振兴。

马志萍 摄

## 九江石油 优化收银区陈列氛围

本报讯 11月，江西九江石油开展“收银区陈列提升月”主题活动，以先进先出为原则，对商品进行正面陈列、前置陈列、丰满陈列，优化门店陈列、突出促销商品，营造良好购物氛围。

(田辉)

## 石家庄石油 为客户发放防疫随手礼

本报讯 11月，河北石家庄石油选取出现疫情反弹的辛集、晋州、深泽等三地加油站，以及核心示范站、市区站等共120座站，开展防疫随手礼发放活动，为进站客户赠送口罩、消毒湿巾、免洗酒精、消毒凝胶等，受到客户称赞。

(张建恩 孙新伟)



11~12月，安徽淮南石油开展燃油宝销售竞赛活动，按照片区、加油站、个人燃油宝销售额排名，评选出明星片区、明星加油站、明星员工，并给予奖励，激发了员工销售热情。11月，淮河大道加油站燃油宝日均销售量突破50瓶。图为该站员工向客户推介燃油宝。

宋晖 摄

## 抚州石油 专项行动加快商品周转

本报讯 11月，江西抚州石油开展专项行动，易捷商品周转率同比提高5%。抚州石油建立滞销商品跟踪、促销、调拨、处理机制，减少库存积压；加大逾期、过期商品审核及惩罚力度，形成低库存、快周期、无积压、高效能的运转模式。

(黄旭敏)

## 湛江石油 提前完成基础品类销售任务

本报讯 11月22日，广东湛江石油提前30天完成基础品类年度销售任务。年初以来，湛江石油牢牢把握节假日销售契机，从提升门店形象、强化运营督导、加强员工培训、优化营销方案、提升客户体验等方面入手，提升进店率、消费率，做实做大非油品业务。

(吴静微 陈金凤)