

牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 喜迎党的二十大

个性化定制
满足消费者需求

□段明钊

随着春节临近,商家的营销活动层出不穷,花样翻新。某饮料厂家除了在外包装上增加喜庆元素,还根据消费者要求,印制消费者姓氏及其姓氏的由来、图腾,以个性化定制吸引消费者购买,尽管饮料价格比平日高出许多,但是销售火爆。个性化定制,让批量生产的饮料有了个性化标识,让消费者精神更愉悦、心里更满足。

加油站,作为营销一线,应调整营销思维,从顾客最看重的地方入手,尝试个性化定制营销模式。首先,要找准客户的兴趣点。在竞争严重的成品油行业,只是宣传油品质量、品牌价值,不能完全吸引客户。该饮料厂家把消费者的姓氏由来、姓氏图腾印制在产品外包装上,契合了人们对姓氏文化的兴趣点,有效提升了客户参与度。其次,要选择恰当的时机。春节讲究团圆吉祥,某饮料厂家为产品注入喜庆元素,与国人过年的理念相吻合,也是其热卖的原因。最后,要提准客户的心理。消费者都希望在消费的同时获取附加价值,个性化定制恰恰满足了客户的这种需求。

其实,中国石化去年推出的冬奥纪念版“冰墩墩卡”就是很好的尝试,加油站可以尝试这种个性化定制营销,在满足消费者需求的同时,提升经营业绩。

企业看台

Oil Marketing Weekly

阜阳石油
9座站完成光伏发电项目

本报讯 截至2021年底,安徽阜阳石油完成李洼、祥和等9座站的光伏发电项目,并与国家电网签订了发电合同。该项目采用“自发自用,余电上网”方式,所发电量接入加油站内部配电箱,供站内使用,多余电量馈入公共电网。(于海玲)

蚌埠石油
油气合建站实现开门红

本报讯 2021年12月26日,安徽蚌埠石油首座油气合建站开业一个月,天然气销量达160吨。开业期间,蚌埠石油加大宣传力度,提升品牌形象;建立客户群,了解客户需求及周边天然气价格;关注市场动态,灵活制定优惠政策,不断提升经营质量。(贺建阳)

抚州石油
油品数质量抽检100%合格

本报讯 近日,江西抚州石油在当地政府管理部门抽检中,油品数质量100%合格。抚州石油通过卸油前核对油罐车各部位铅封是否完好,接卸时认真检测油品密度、温度、颜色、气味等,以及明确油罐车司机负责连接卸油口管线、计量员连接加油站油罐接口,严把油品数质量关。(黄旭敏)

衢州石油
开展“多加油、加满油”活动

本报讯 1月,浙江衢州石油开展了“多加油、加满油”活动。活动期间,衢州石油实行一户一策,努力挽回流失客户;实行优化排班、联量梯度考核、销量上墙公示等,营造销售氛围;采取视频监控、现场暗查等方式,对加油站高峰期通过率进行抽检,确保活动质量。(邱丽芳)

长阳石油
配合政府打非取得成效

本报讯 2021年四季度,湖北长阳石油配合当地科信局、公安局、应急局、市场监管局等部门,历时3个月,成功打掉一非法经营油品的黑窝点。2021年,长阳石油配合相关部门共查处3个黑窝点,查封1个撬装站、拆除10个自建罐等,有效净化了油品市场环境。(云舒)



新年伊始,浙江省宁波市北仑区突发疫情,宁波石油立即开辟防疫车辆加油绿色通道,全力保障油品供应,并提供热水、洗衣、饭菜加热等便民服务,协助解决因疫情管控滞留司机的生活难题。图为北仑石油某加油站员工为防疫用车加油。 杨羽念 摄

沧州石油通过细心摸排市场、提供周到服务、挖掘重点客户等措施,三项指标排河北石油第一

紧盯客户 做大做强直分销业务

□张洁 韩琳

2021年,沧州石油不断完善客户的走访、维护、开发,通过细心摸排市场、提供周到服务、挖掘重点客户等措施,全面夯实客户基础,直分销计划完成率、同比增幅、差价收入等指标均排名河北石油第一。

细心摸排市场,大力走访客户

沧州区域内有4家炼化销售企业,周边还有40多家地方炼厂,直批市场竞争激烈。沧州石油与多个成品油销售企业、地方炼厂建立联系,搭建信息渠道,并订阅了“油品资讯”“金创联”等资讯,第一时间掌握市场动态及价格等信息。

同时,沧州石油加大客户走访力度,将走访任务落实到区域经营部、专兼职客户经理两个层面,并加强客户经理业绩跟踪与考核,每月通报走访情况,分析问题原因,让客户经理明确努力方向。

“我们把客户分为意向型客户、价格敏感型客户、中小型客户等三类,然后结合客户库存运转周期,有针对性地进行客户走访、回访。”客户经理杨建忠说着,将客户资料逐个编号、分类,存入直分销客户档案。沧州石油有15名专兼职客户经理,他们深入市郊、县区开展市场调研,实地走访社会加油站、物流运输企业、商企企业、加工制造企业等潜在客户,并与部分客户达成合作协议。2021年,沧州石油累计走访客户380家、1900余次。

服务细致周到,用心留住客户

“由于疫情反复,各行业的油品需求减少,要想办法留住客户。”客户经理薛庆申看着销售报表自言自语。面对特殊的市场形势,薛庆申重新制订走访计划,以打电话、发微信,以及建立客户群的方式与新老客户保持联系,并保持手机24小时开机,对客户需求做到有求必应。薛庆申还专门向当医生的爱人请教防疫知识,及时与客户分享,得到大量潜在客户的认可,为营销奠定了良好基础。

“薛经理,运输车抛锚了,客户还等着油呢,这可怎么办?”在一次油品配送中,运输车出现故障,司机小刘马上拨通了薛庆申的电话。“你先别

着急,我马上过去。”说罢,薛庆申立刻联系修理厂,并与维修人员赶到现场。很快,车被修好,油品按时送到了客户手中。还有一次,配送车不慎闯入限行区域,被交警扣留。得知情况,薛庆申马上前往现场协调,讲明油品是农业用油,得到了交警的谅解,最终,油品及时送到农户手中。凭借热心周到的服务,薛庆申拥有了众多粉丝,他们都愿意找他购油。2021年,薛庆申个人直分销计划完成率177%,排名沧州石油第一。

另辟销售渠道,挖掘重点客户

“渤海新区多个建设项目被列为省属重点项目,将来港口的发展会更快。”在一次亲友聚会上,客户管理部

副经理韩琳得知这一消息后,立刻马不停蹄地走访多个职能部门,大力宣传中国石化的油品质量、精确计量、售后服务等。通过不懈努力,韩琳成功开发某铁路工程的22个施工标段,并与多家单位对接了油品供应业务。2021年,沧州石油省属重点建设项目累计购油420吨。

2021年,渤海湾区域海警巡逻船增加了巡逻频次。沧州石油紧抓契机,与其签订了年度成品油销售框架协议,积极为海警提供油品配送、装卸等服务。2021年,渤海新区海上用油量较2020年增长65%。

经营方略

Oil Marketing Weekly

微改造满足
群众加油需求

□王艺蕾

2021年,江西南康石油从解决群众加油难题入手,逐站实施微改造,提升加油效率的同时,实现了顾客、员工双满意。

“别说车了,人都快转不开。”城南站位于市区重点交通枢纽,尽管销量逐年递增,但是受地理位置限制无法扩建,加油现场常常发生拥堵。2021年,南康石油对城南站实施双罩棚改造。他们调整现场布局,扩增面积400平方米;为该站增添4台4枪智能加油机,且每台加油机汽油品种齐全;在地面涂刷多彩地坪漆,并标明油品标号;与银行合作,增添刷脸支付、无感支付等功能,这一系列举措提升了车辆通过率,更提升了顾客消费体验。

“怎么这么慢啊!”“就两台加油机,确实忙不过来!”赣丰站位于南康区人口最多的唐江镇,是当地唯一的中国石化加油站。由于站前马路拓宽,导致该站进出口收窄,加之仅有两台双枪加油机,已经不能满足客户加油需求。发现问题后,南康石油一方面与当地政府沟通,将赣丰站罩棚面积增加120平方米;另一方面为该站增加了两台4枪机,以提升加油效率。改造后,赣丰站轻油销量增长45%。

“前面有辆货车,把其他加油机挡上了。”龙岭站位于105国道,进站客户以货车司机为主。由于加油车道较窄,大型货车加油时会挡住其他加油机,造成汽车客户不能顺畅加油。问题出现后,南康石油及时拓宽龙岭站加油场地,并增加了副罩棚,使该站成为南康石油第一座双罩棚加油站。同时,他们扩大站内进出口、拉长加油区停车道,为货车、汽车加油提供便利。改造后,该站车辆进站率、通过率明显提升,柴油销量比改造前增长55%。

疏导图解决
现场拥堵问题

□孙宗奎

“北进、南出。这张疏导图好,一目了然。”安徽池州石油唐田加油站老客户贺先生加完油后,将车开到加水区说,“以前,来这里加油就怕无序和拥堵。现在按照站长发给我的疏导图,加油、加水快多了,时间能节省一大半。”

唐田加油站位于236国道旁的唐田镇,该路段是皖赣线长途货车必经之路。此前,该站配套设施不全,导致车流稀少。后来,该站增设了加水、洗澡、休息、购物、洗衣等配套设施,满足了货车司机的基本需求,进站率随之提升。

随着进站率的提升,拥堵问题也随之出现,司机怨声载道。站长王芳琴观察发现,加油站坐落在U形弯道里,只有让车辆循环进出才能解决拥堵。王芳琴找人绘制一张“北进、南出”的疏导图,然后制成展板摆放在加油站进出口处,并在加油车道两旁画出指示标志。同时,王芳琴将图发到客户群里,提醒客户“北进、南出,加油更顺畅”。醒目标识让客户一目了然,解决了因车多、路窄、场地小导致的车辆拥堵乱象,车辆通过率大幅提升。



到站帮扶
为客户提供便利

2022年1月,贵州六枝石油组织机关管理人员前往大站、要站开展帮扶活动。活动期间,帮扶人员除了在现场为顾客提供加油、售货服务,还帮助加油站梳理各类档案、维护设备设施、打扫站内卫生等,为客户提供便利的同时,减轻了员工负担。图为六枝石油管理人员在郎岱加油站梳理客户档案。 赵斌 摄

长城润滑油杯
新闻摄影竞赛

水马围挡解决车辆乱停难题

□王楚怡

临的老大难问题。为解决这个问题,前几任站长不是安装U形护栏,就是协调交警设置违规停车警示牌,或是安排员工看守,但都收效甚微。

前不久,加油站附近的一座老旧民房着火,由于消防车无法驶入狭长的小路,便试图在加油站入口搭云梯救火。然而,加油站入口停满了社会

车辆,消防车被迫准备在马路上搭云梯。好在民房火势不大且发现及时,消防官兵很快将火熄灭,但是这给他敲响了警钟,加油站入口无法顺畅通行的安全隐患必须消除。

第二天上班途中,邱海天看到市政人员正在紧急抢修水管,周围围上了一圈水马围挡,车辆要绕行、行人要

连夜忙碌只为客户顺利开业

能正常开业。“从厂家发货,最少需要3天,那就无法按时开业了,我可担不起这个责任!”燃气公司技术人员黄先生得知情况后着急地说。“您先别急,我们想想办法。”黄晓阳安慰他。随后,他一连拨打了几家兄弟公司的电话,终于得到一条有用的信息:玉林石油有一条富余的接卸管线,接卸口尺寸正好合适。但新的问题又来了:浦北县到玉林市距离远,一来一回最快也要8个小时,不能保证燃气公司按时开业。

时间一点点过去,此时已经22时,黄晓阳、苏小梅还在想办法。“蓬莱加气站也有接卸管线,如果尺寸一致,可以先拆下来借给燃气公司使用。”想到这儿,他俩马上对比数据,确认蓬莱加气站的接卸口与燃气公司的接卸口尺寸、螺旋孔位均一致。为确保安全无误,他们又将接卸口数据、图片发给厂家技术人员,与对方反复研究安全性、可行性,直至凌晨2时。

短暂休息后,黄晓阳、苏小梅及技

术人员余居伟于凌晨4时前往40公里外的蓬莱加气站。余居伟快速拆下接卸管线,小心翼翼装上车,然后一行人前往燃气公司。早晨8时,他们到达燃气公司,顾不上休息,与对方技术人员一起安装接卸管线。

“太感谢你们了!装置接卸口与气罐车的接卸口尺寸丝毫不差,可以安全接卸了!”燃气公司技术人员高兴地说。10时,燃气公司顺利开业,第一车液化天然气安全卸入储气罐。

山东石油商业客户中心通过组织讲师团队、设置专业课程,加强直分销人员的培训

“商客堂”让从业人员更专业

□刘 霄

2021年,为打造一支贴近市场、能打胜仗的直分销经营队伍,山东石油商业客户中心以“阳光、超越、开创、担当”为主题,开设“商客堂”培训平台,为直分销线条人员拓展经营渠道、规范资金管理流程、提高综合业务能力等提供技能支撑,促进直分销经营迈上新台阶。2021年,山东石油直分销销量同比增长13.7%,完成率计划的111%,在销售系统排名第二。

讲师团队为学员答疑解惑

面对竞争激烈的市场形势,“商客堂”充分发挥培训提升作用,推动商客线条人员在扩大销售规模、提升岗位吸引力、提升经营总量、提高团队综合

素质等方面发挥积极作用。

“感谢‘商客堂’,为大家提供了一个学习交流的机会,让我掌握更多的销售知识的同时,提高了我的学习能力、自主创新能力,令我受益匪浅。”2021年12月30日,参与“商客堂”巡讲课程的客户经理说。为充分发挥身边人就是最好老师的指导帮扶作用,“商客堂”组织省市公司直分销线条管理人员、客户经理、营业室工作人员等兼职讲师近30人,不仅在线授课,而且举办了40堂线下巡讲课程。其中,10余名特高级客户经理通过面对面分享经验、答疑解惑等,帮助中初级客户经理提升了成交率,增强了他们的销售信心。

专业课程为学员储备知识

为丰富巡讲内容,“商客堂”创新

开设“油来油趣”“油理油据”“油你守候”等多个培训专题,为各市公司搭建了“交流、分享、学习、充电”的平台。其中,“商客堂”通过巡讲《透过现象看本质》课程,从国际视角深入分析了全国成品油价格变化原因,指导直分销人员精准掌控销售最佳时机及增量节点,全力以赴做大直分销经营规模。尤其在资源紧张时期,直分销线条加强与零售经营线条的协同联动,第一时间启动柴油保供机制,优化采购联动、预判市场走向,保障了成品油市场的稳定。

“商客堂”在《做好地毯式客户走访工作》课程的巡讲中,把地毯式客户走访作为年度重点工作之一,组织市县客户客户经理开展全天候、无空白的客户走访维护,确立阶段性走访目标,实现边走访、边建档、边开发客户的目标。

管理前沿

Oil Marketing Weekly