

牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 喜迎党的二十大

浙江缙云石油长坑加油站通过站房改造、加强现场服务、优化商品陈列等,实现非油品月销售额大飞跃

一个人的标杆站

□练金燕

在位于浙江省缙云市东渡镇的330国道附近,有一座农网小站——缙云石油长坑加油站,一座仅有一人的承包站。2021年,该站非油品月销售额从最初的零元升到最高7万元,油品销量从最初的85吨升到1000吨,成为缙云石油员工口中津津乐道的标杆站。

承包前,该站仅有两台加油机、两把加油枪,罩棚面积只有60平方米,月均销量7吨。开始推行承包经营时,面对这个烂摊子,很多人都望而却步,站长郑益红却认为办法总比困难多,通过实施改造、培育客户、提升服务水平,渐渐摸索出“郑益红家庭承包站管理工作法”。2021年,该站非油品销售额、轻油销量均实现同比增长。

提升站油形象,明确销售目标

“站站站貌跟不上,再好的服务也会打折。”自长坑加油站旁的330国道重建后,车流量激增。郑益红经过调研分析,果断向上级提出油站改造建议。改造后,长坑站站容站貌焕然一新。“一段时间没来你们站,想不到变化这么大,标识牌都亮了,店面整洁、商品齐全,真是大变身啊!”老顾客王先生看到油站的变化,不禁赞叹。

形象提升后,如何提升非油品销售额,又成了亟待解决的难题。郑益红主动学习商品知识、销售技巧,并加强现场营销,逢人就推介促销活动或新进商品;根据客户不同需求及促销活动特点,将商品进行组合销售,不仅价格实惠,而且为客户节省了挑选商

品的时间;组建了客户微信群,一有优惠活动、新品到店等信息就及时在群里发布,吸引客户进店购买,并利用空余时间,前往周边工厂、小区等发展团购客户。截至目前,该站非油品月销售额最高达7万元。

强化服务质量,逢人逢车必推

“刘先生,又要出车啊!茶杯里要不要加点水?”看到老顾客刘先生来加油,郑益红热情地迎上前。

在长坑站,郑益红既是站长又是员工,尽管有时忙得顾不上喝水,但是服务质量一点儿都没有打折。郑益红总是“变着花样”为顾客服务,在她的口袋里,总是放着一瓶喷雾和一块抹布,一旦发现车的后视镜或车窗有灰尘便帮忙擦拭;看到外地车,她会询问

司机是否需要站内休息一会儿再出发。就这样,她将很多回头客发展成为站里的回头客。

“看到车辆进站时,必须加快脚步、主动上前推介,抓住每次机会;推介时嘴巴要勤,用简明的语言、最短的时间向客户介绍优惠活动,让客户听得明白,又不耽误时间;与顾客交流时脑子要快,当顾客需求与所推介的商品不一致时,要迅速转变思路,引导顾客消费。”郑益红还秉持“人人都有需求,我要向每一位进站顾客推介”的理念,逢人就推介商品,并总结出一套服务经验,促进了交易的达成。

陈列突出重点,叫货精准齐全

“每次来你们站,我总得先看看店里的促销堆头,看看有什么商品优惠

呢。”老顾客孙先生说道。

“好的陈列能够吸引客户眼球。”郑益红在店内店外显眼位置摆放易捷商品及促销商品,并将关联商品摆放在一起,便于后续推介,加深顾客对商品的印象。她还结合店内布局及照明情况摆放货架,提升顾客进店体验。

促销活动期间,郑益红对重点客户进行梳理、分析,采取上门走访、打电话、发短信等方式有针对性地为客户推介。上班族是该站的主要客户,郑益红根据客户特点,引进了速食食品、零食等符合他们需求的商品。由于方法得当,该站在每次促销活动中都能实现销售额增长。



大厨变身卖米郎

□黄竹青

广西南宁石油职工食堂的厨师蒋祥春最近特别开心,去食堂就餐的员工都发现了。“蒋师傅,您是捡到宝了吗?笑得跟朵花儿似的。”“嘿嘿,我捡到宝了!”蒋祥春确实捡到了宝——成功售出大米5000斤。

“大于150天,打赢市场攻坚战”,在南宁石油全员销售氛围的影响下,后勤人员也行动起来。蒋祥春从公司直销店为职工食堂采购了一批香米,口感好、价格实惠。“这么好的大米应该会有市场。”想到这儿,他立即行动起来,按照通讯录逐一与快餐店、培训机构食堂、幼儿园等单位联系,一遍一遍推介商品。对于犹豫

的客户,他建议对方先买一些试吃,并开着自己的电瓶车为他们送货上门。1周时间,蒋祥春售出5000斤大米,还开发了一家固定大客户,每周大米用量2000斤。

“我再联系几个大排档,大厨我要兼做卖米郎了。”蒋祥春信心满满地计划着。在接下来的日子,蒋祥春一边忙着食堂的日常工作,一边忙着销售大米。“您要1000斤?好的,放心,按您的要求,周六上午10点前给您送到。”蒋祥春经常是刚熄了炒菜的炉火,便急忙冲出厨房给客户回电话,顾不上吃饭,转身又赶紧与业务部联系配送事宜。

蒋祥春忙了1个月,销售大米共计1.2万斤,还开发了3家固定客户。



用购物券买年货更实惠

2022年1月,安徽六安石油开展年货节活动。年货节期间,顾客注册安徽石油APP并绑定加油卡,在持卡加油满额后即获取150元减66元电子购物券,可用于置办年货。图为1月4日,加油东员工向客户推介年货。王韩摄



“车媒婆”卖车有一套

□樊春华

“张站长,朋友让我来找我,说让你帮忙买车不吃亏。”2021年12月16日一大早,顾客刘先生跑到湖北襄阳石油隆鑫泰加油站,找到站长张红平,让他帮忙买一辆东风风神越野者。

张红平马上开上私家车,带上刘先生前往70公里外的襄阳市高新区东风汽车销售部。路上,张红平热情地向刘先生介绍:“我们襄阳石油与东

风商用车销售部签有协议,每辆车在最低售价的基础上还能再优惠,并送大礼包和3年免费保养。同时,您关注我们中国石化APP,还会有更多优惠,加油卡充值有折扣、使用‘一键加油’功能每升油可优惠0.8元。”

自襄阳石油开展汽车销售业务以来,张红平便采取打电话、发微信的方式,向亲戚朋友介绍这项业务。只要有人找他买车,他就会根据买车的喜好,从车型介绍到看车选车、从定

车到上牌等,提供一条龙服务,“买车对于普通家庭来讲是件大事,我能够体谅买车人的心情,会想办法帮他们把价格压到最低。”

有人给张红平起了个绰号,叫“车媒婆”,他在帮助客户买车时,先是观察买车人的表情,揣摩对方的心理预期,并加以引导,陪他们多看车型、多方比较,帮助消除疑虑。就这样,张红平最高1个月销售汽车8辆,销售额达200万元,成了远近闻名的汽车销售达人。

江苏宝应石油广洋湖加油站通过营造氛围、精准推介、追踪服务等措施提升易积分兑换额

乡村小站易积分兑换比赛夺魁

□戴建

江苏宝应石油广洋湖加油站地处扬州水乡,周边只有一条主要公路通往外界,月均轻油销量100吨。自徐美夫妇承包经营该站后,从易积分兑换业务入手,提升非油品销售额。2021年四季度,该站在宝应石油区域小站易积分兑换比赛中夺得第一名。

注重宣传,营造氛围

“您好,这些都是手机积分可以兑换的商品,您看看有喜欢的吗?”徐美花一边为汽车加油,一边指着旁边的堆头向客户推介。

走进广洋湖加油站,加油岛中间的小桌子上整齐地摆放着燃油宝、润滑油、卓玛泉等重点商品,旁边的海报上清楚地写着兑换政策。同时,易捷店的商品堆更是满满当当,丰富的兑换商品吸引很多顾客驻足。“这是兑换说明,上面有兑换攻略、商品图片,您看看怎么兑换更划算。”徐美花把兑换政策提炼成简洁明了的说明文字并配上图片,打印制成宣传单向顾客派发,让顾客能快速了解,有效提升了兑换率。

紧盯现场,分类推介

加油现场和便利店是推介易积分活动的主要阵地,徐美花在加油过程中向顾客介绍兑换办法,并根据顾客具体情况有针对性地推介。如果顾客开的是新车,她会说:“新车用一段时间就要添加燃油宝了,可以防止积碳,还能增强动力。如果您手机里有积分可以兑换,不用掏钱就能换购。”如果车里有家庭成员,她就会重点推介润滑油:“我们中国石化的润滑油质量好,是百分百竹浆做的,柔软、吸水,还结实,用手机积分兑换,一分钱不花,全家人都可以用,您试试。”说完,她还不失时机地递上一张润滑油给顾客试用,大部分顾客试用后都会选择积分兑换。由于可以兑换、质量上乘、比较实用,该站润滑油兑换率最高。

广洋湖加油站的客户除了汽油客户,还有不少柴油客户,怎样才能吸引他们参与易积分兑换活动呢?经过观察了解,徐美花发现他们对纯净水、无芯卷纸比较感兴趣,便特意将这两款商品放在柴油加油机附近。每次为货车加完油,她便会提醒司机:“你们

成天在外忙碌,没时间兑换手机里的积分吧,可别浪费了,上次有位司机手机里有5万多积分都过期清零了,太可惜了,我帮您看看手机积分有多少,能兑换哪些东西。”很多顾客都接受了她的推介,高高兴兴地将积分兑换成了商品。

建立台账,周期兑换

徐美花有一本易积分兑换台账,虽然简易,但在她眼里可是个宝贝。台账上,一笔笔记着顾客的姓名、车牌号、兑换时间、商品数量、剩余积分等信息。每过一段时间,她就会翻看台账,看看哪位客户的积分可以兑换了、哪位顾客的燃油宝或润滑油快用完了,做到心中有数。只要这些顾客到站,她就会及时提醒。

“张先生,一个‘疗程’的燃油宝用完了吧?您查看一下手机积分,看看能不能再兑换一组。”顾客觉得徐美花像朋友一样,感到十分亲切,也对她的敬业精神由衷钦佩。



营销要学会有的放矢

□季刚

一次,机关人员小林到加油站帮忙,站里员工告诉小林,星巴克的听装咖啡卖起来有难度。当天下午,小林在加油站帮助销售非油品时,重点推介这款咖啡。小林以驾驶奔驰、宝马等品牌汽车的私家车主为目标客户,不到半天就销售了5箱咖啡。

营销需要有的放矢,不能眉毛胡子一把抓。要学会细分客户,根据不同的顾客来推介商品,才能做到事半功倍。比如,有些顾客对价格比较敏感,喜欢货比三家,销售人员可以向他们介绍优惠活动、对比优惠前后的价格,让这些顾客感到买得实惠;有些顾客比较关注商品的品质与品质,销售人员可以向他们推介一些高档商品,以促成销售;有些顾客讲究便利,销售人员可以提供送货到车、送货上门等服务,让顾客便捷购物。

同时,公司层面可以组建营销团队,对进店顾客的消费习惯进行数据分析,并结合每家门店的销售数据、顾客群体、周边商圈等特点,实施“一店一策”,调整门店的商品品种、服务内容,并经常性地帮助门店进行大数据分析,指导他们有的放矢地开展非油品销售工作。



前沿速递

宜春石油新零售商业模式获突破

本报讯 江西宜春石油深化“互联网+加油站+便利店+第三方”的新零售商业模式,深挖线下资源,打造多功能服务矩阵,推动广告、汽服、家电、整车销售等业务开展,2021年销售额突破1000万元。(聂凯)

安徽石油与同庆楼开展战略合作

本报讯 2021年12月31日,安徽石油与同庆楼餐饮公司签订战略合作协议。同庆楼是唯一在A股主板上市的民营餐饮企业,享有“中华老字号”称号。双方合作后,同庆楼系列产品在安徽石油易捷便利店全面销售。(孙奎堂)

濮阳石油合作开展整车销售业务

本报讯 2021年12月,河南濮阳石油实现整车销售零突破,客户在濮阳石油喜提新车并拿到该公司开具的第一张机动车销售统一发票。2021年,河南濮阳石油与陕汽轻卡经销商合作开展整车销售业务,助推门店转型发展及基础品类销售。(赵耀杨凯)

长阳石油借年货节开发非油客户

本报讯 2022年1月,湖北长阳石油借年货节契机,组织全员开发非油品大客户。其中,长阳石油管理人员利用在县政府开会契机,成功开发银行等大客户,一举拿下价值33.5万元的年货大单。(云舒)

信阳石油聚焦4S店开拓油品市场

本报讯 2022年1月,河南信阳石油利用元旦、春节购车旺季契机,聚焦4S店开拓新车油品市场。元旦假期3天,信阳石油前往多家4S店,为新车客户办卡330余张、充值额16.76万元,带动油品增量4.5吨。(李梦尧)

河池石油年货节促进非油品增销

本报讯 自2021年12月21日起,广西河池石油启动以“新年囤货666,如虎添翼捷高”为主题的年货节活动,以爆款商品打折、抽取66元红包为主要促销方式。截至目前,河池石油非油品销售额实现同比增长185%,排名广西石油第二。(卢毅张哲)



日前,安徽石油首台交管智能体检机落户合肥石油南路加油站。驾驶员通过智能自助设备,可完成视力、辨色力、听力、身高等体检项目和拍照,并可现场打印体检报告和照片,整个流程用时不到3分钟,极大提高了体检效率。图为南路加油站员工指导客户使用交管智能体检机。孙德荣摄



急客户所急 赢忠实粉丝

□杨希芹文/图

“我陪嫂子看病来了,医院人太多,我转了好几圈都找不到停车位,真是愁死了。”不久前,刘先生在山东滨州石油市区6站加好油开票时,在电话里和家人抱怨。“先生,看病要紧,您把车停在我们这里吧。”当刘先生挂断电话后,一旁的员工王雪梅关切地表示,并赶紧给他找好了车位。“太好了!谢谢你帮我。”刘先生感动不已。

市区6站门前开阔,不仅设有停车区,而且开设了一家独立的易捷店,面积100平方米。店内分两个区域,外侧是赖茅酒专区,陈列了多款赖茅酒;内侧是茶室,销售云南普洱茶、龙井等特色商品。每天一早,王雪梅总会泡好一壶香气宜

人的普洱茶,等待客户到来。

两个小时后,刘先生从医院回来取车,王雪梅热情地招呼他们到茶室休息,并向他们介绍各款赖茅酒、普洱茶等商品特色。最后,刘先生买了一箱传承赖茅酒。几天后,刘先生通过微信找到王雪梅,表示在店里买的传承赖茅酒口味纯正,并且很有收藏价值,再次购买了22箱。

此后,只要站里开展促销活动,王雪梅就会通过微信告知刘先生。享受实惠的刘先生,经常在朋友圈分享易捷商品及优惠活动,成为该站的忠实粉丝。

