

## 加油小百科

## 为啥加的油比油箱容量多?

□姚 炜

很多车主加油时经常疑惑“我这车的油箱容量是70升,但油表显示加了75升,是不是加油枪有问题?”

其实,这并不是加油机的问题,汽车油箱标注容量不等于最大容量。

为了防止油品溢出、保障车辆行驶安全,根据国家标准《汽车燃油箱安全性能要求和试验方法》,油箱的安全性能要求“额定容量应控制在燃油箱最大液体容量的95%”,通常为最大容量的88%~90%。同时,由于汽油是挥发性物质,会热胀冷缩,厂家为了提高汽车的安全系数,在设计油箱时会留有10%左右的安全空间,油箱标注容量比实际容量要小。

所以,汽车生产厂家说明书标出的油箱容量,是油箱的标称容量,而不是油箱的实际容量,不能作为判断加油站计量准确与否的依据。

## 油站知识 百问不倒

## 加油站如何应对投诉

□龚良峰 盛永华

成品油销售属于服务行业,加油站每天要服务不同类型的客户,在服务过程中,有时会出现客户现场投诉情况。那么,员工如何应对投诉呢?

发生投诉“领进门”,到现场发生投诉事件时,服务人员需先将客户领进办公室,避免事件扩大化,影响现场经营秩序。

客户抱怨“莫争辩”,在听取客户抱怨时,不与其发生争论,而是以诚恳的态度倾听客户心声,详细记录事件经过。

分析原因“找重点”,在和客户沟通过程中,要冷静地分析事件发生的原因,查找问题,就事论事,避免无意义的争吵。

解决困难“寻方法”,双方充分沟通后提出解决方案,加油站要以良好的服务态度赢得客户理解和信任,主动向客户表示歉意及做好服务的诚意。

应对处理“要效率”,遇到问题时避免拖延,如遇到事件无法解决或难以持续沟通时,要及时向上级汇报请求协助,避免影响事件后期处理。

对照分析“优服务”,根据投诉事件类型要及时予以分析,吸取教训,避免同类型问题重复发生,提高加油站服务质量。

## 司机之家



## 浙江湖州石油良朋加油站

□徐 婕

地点:浙江湖州石油良朋加油站

浙江湖州石油良朋加油站位于安吉县204省道西,客户以货车司机为主。良朋加油站针对货车司机需求,开辟了“司机之家”,通过提供餐厅、休息区、淋浴室、洗衣区,以及安全停车、道路救援、偷盗保险等贴心服务,尽力解决货车司机“急难愁盼”等问题,使“司机之家”成为他们的温馨港湾。

## 山东济南石油第137站郑洪刚

## “怎么郑站长一去,员工积极性就调动起来了?”



郑洪刚引导司机下载“加油中石化”APP。 李玉军 摄

## 优秀站长 谈管理

我叫郑洪刚,是山东济南石油第137站站长,2013年从部队转业到公司,16年军旅生涯,磨炼了我的思想意志。8年的加油站工作经历,使我从一名加油员,成长为加油站领班、站长、片区管理员、市公司企业管理部管理员,曾多次获得省市公司“优秀员工”“优秀共产党员”等荣誉称号。

## 以客户为中心,让回头客变为回头客

检验团队是否优秀,销售数据最直观。面对市场变化、道路限行、物流园搬迁等不利因素,我带领员工不等不靠,树牢“以客户为中心”的服务意识,全力以赴拓展客户资源。

我通过对加油站商圈调研,结合市场实际情况,完善了客户维护、走访、开发方案,并给每名员工制定了客户开发任务,为他们划定了客户联系区域,动员他们利用上下班或周末时间加强客户走访,想方设法深挖市场潜力,开发并回流客户。半个月时间,我们站员工走访客户500余家,开发大客户20余家。

为稳定客户资源,我带领员工征求客户意见建议,根据客户需求不断完善服务内容,持续提高服务质量。为增强员工提升销量的信心,我现场指导员工规范服务动作、加强与客户沟通,并建立客户档案,每月根据客户用油情况,做好跟踪服务工作。我还自费买了简易维修工具、手机充电器、小药箱等,拓展了增值服务项目,提高了客户满意度,把很多回头客变为回头客,日均销量也由10吨升至20吨。

站务会上,我从明确责任到精心引导,再到统一思想,对加油站当前工作进行了详细剖析,对比,希望与员工达成共识。“站长,我由于家庭原因想辞职。”站务会后,马上有员工找到我表示要辞职。我听后没有马上决定,而是与员工一对一谈心。通过谈心,我很快掌握了他们的思想状况,也了解到员工小杨夫妻都是加油员,因同时值夜班,导致孩子上学无人照顾。我根据实际情况,优化排班,调整班组成员,使小杨夫妻始终有一人在家照顾孩子。

针对销量下降,员工收入减少带来的恶性循环,我先是分析原因,寻找提升销量的突破口;然后从思想上为员工树立信心,不断调动起他们的工作积极性。

“郑站长,怎么你一去,员工的积极性就调动起来了呢?你用的什么办法,让员工做到站长在不在一个样的?”其他站站长问我:“我们站每个人都有责任担当意识,都具备自我管理控制力,最重要的是,大家不再为经营

## 走出站外,拓展非油品销售渠道

137站作为柴油主力站,尾气处理液是支撑非油品销售的重要支柱。面对社会上尾气处理液价高、质量低的现状,我在做好尾气处理液销售的基础上,不断增加商品品种,持续拓展非油品销售渠道。

我带领非油品管理员及站内的销售能手,用了两周时间前往附近物流园、商场观察学习,寻找拓展非油品销售的新渠道。在市场调研中,我发现易积分兑换能带动其他商品的销售。通过深入走访、交流,我更加准确地了解了客户的所需所求,并以此调整销



郑洪刚在为货车加油。 李玉军 摄

售重点。

在销售过程中,有位做医疗器械的客户说,他经常有应酬,而且喜欢喝酱香型白酒,但在很多饭店买不到。我便向客户推介赖茅酒,并向他承诺,只要有需求,一定送货上门。后来,我与这名客户成了朋友,我开会时不时通过微信向他推送油品调价、商品促销、优惠政策等信息,使他对加油站有了更深入的了解。

“今天晚上我有个应酬,能不能给我送两瓶赖茅酒来?”一次,一个雨天,有位客户给我打电话。妻子对我说:“别去了,大雨天,而且就两瓶酒,还没油费多呢!”我知道妻子是好意,但我还是马上开车,把酒准时送到了客户手里。一周后,这名客户来到加油站,对我表示感谢,并再次购买了20箱赖茅酒。此后,这名客户成为我们站的忠实粉丝。



郑洪刚向客户介绍商品特点。 李玉军 摄

## 公司评价:

济南石油经理 梁义忠:面对竞争激烈的市场形势,加油站要想发展壮大,必须以客户为中心。郑洪刚就是这么一位想客户所想、急客户所急的站长,他心里时刻装着客户,积极与客户交朋友,能够根据客户需要不断提升服务质量,使客户体验到提升,他用自己的努力和奉献让客户切实感受到,只有在中国石化加油站才能加到放心油、买到心仪的商品。

## 营销能手 说技巧

我叫徐春梅,是浙江衢州石油马墩口加油站员工。我于2014年12月入职中国石化,一直在加油员的岗位上兢兢业业,为顾客提供优质服务。我还在工作中摸索总结燃油宝销售技巧,实现个人燃油宝年销量破万瓶,月均销量超千瓶,最高一个月达2045瓶,成为衢州市石油的“宝王”,多次被浙江石油、衢州市石油评为“先进工作者”,还获得“燃油宝销售标兵”荣誉称号。



徐春梅在介绍燃油宝等商品。 邱丽芳 摄

## 浙江衢州石油马墩口加油站徐春梅

## 像销售珠宝一样销售燃油宝

□徐春梅/口述 邱丽芳/整理

## 现身说法+多方佐证,让人更加信服

我在入职加油站前曾在某珠宝店做过营业员,销售珠宝不仅要对产品了如指掌,而且需要用心了解客户需求,并付出努力。虽然在价值上,燃油宝无法和珠宝媲美,但它们在销售的本质上是相同的。我除了花大力气全面了解燃油宝的功效、原理、使用方法、品牌优势等,还关注了一些权威媒体及公众号,学习关于汽车的维修保养、营销技巧等专业知识。

在现场推介的时候,经常会有顾客提出各种各样的问题,诸如“让我们买燃油宝,是不是你们的油品质量不行啊”“油价这么高,为什么不在油里添加清洁剂”等。这时,我会耐心地向他们介绍燃油宝的功效、原理,以及国家发改委于2008年底取消清淨剂加价在汽油价格里的规定,然后向他们讲述自己及亲友使用燃油宝的感受,用数据对顾客最为关心的需不需要添加,能不能清除积炭、

能否帮助降低油耗等问题进行佐证。如“我的车连续用了两组燃油宝后,油耗从百公里10.5升降到10升,提速比以前快一些”“我朋友的车在低挡换高档踩油门时有异响,用了3瓶燃油宝后,换挡流畅了,没有了原来的那种顿挫感”“您可以翻下随车的用户手册,奔驰、宝马的主机厂都要求车主使用添加剂”。通过现身说法或用具体数据、用户手册进行佐证,会让人更加信服。

我在多年销售工作中,通过不断摸索、实践、改进,总结了一套推介话术。大多数同事在介绍燃油宝功效时,会用“燃油宝是发动机的‘清道夫’”这种专业的推介术语,而我会说:“咱家里的抽油烟机用了会积上一层厚厚的油污,如果不及时清洗就会影响排烟效果,汽车发动机也一样,它里面的油垢就是积炭,需要及时清除,燃油宝就是发动机的专用清洁剂”。

## 不把销售当任务,享受销售带来的乐趣和成就感

做销售,一个人业绩好并不能代表什么,



徐春梅在向顾客介绍燃油宝。 邱丽芳 摄

## 热卖 粮油组合



加油站:江苏泰州石油  
商品名称:谷康乐派牌“大米+食用油”黄金组合  
商品特色:谷康乐派粮油品牌,通过科学种植培育、精选优质食材,确保产品绿色、健康、清香。

## 对自己影响最深的一句话:

## 公司评价:

衢州石油柯城片区经理 邵俊:徐春梅待客真诚细心,服务有耐心、有爱心,推介有恒心、有技巧,善于总结,凭着一股韧劲、钻研劲和巧劲,不断突破自己,超越自己,实现了

都是燃油宝销售明星站。

## 要保持愉悦的心情,看到每样事物都会觉得很好

员工在为顾客服务的每一个举动都直接影响顾客对公司的整体印象,一个微笑、一句礼貌的问候很可能让顾客感到莫大的安慰,甚至很有可能因为这些细节服务,成为忠实粉丝。

每天上班前,我都告诫自己,要保持愉悦的心情,不要把生活中的坏情绪带到工作中。心情愉快了,看到每样事物都会觉得很好。服务过程中,除了耐心和微笑这两项必备技能,我还会仔细观察客户需求。遇到随身携带茶杯的顾客,我会主动给他们续上一杯热水;顾客的车窗、后视镜脏了,我会主动询问是否需要擦拭;顾客购买燃油宝等商品时,我会帮他们计算最优惠的价格;业务繁忙时,我会为排队等候的顾客奉送糖果,让等待也变得充满惊喜。

一次,有位顾客急着去营业厅办理业务,把3岁的小孩留在车里,小孩哇哇大哭。我见状,马上跑到营业厅拿了一桶爆米花给小孩,并逗他玩。顾客办完业务出来后很高兴,当场买了两组燃油宝。平时除了定期打电话问候、发送节日祝福,我还会为客户提供力所能及的帮助,一来二去,我和他们成了朋友。疫情期间,很多顾客通过微信转账让我代购燃油宝。

## 坚持就是胜利,有付出就会有回报。

从取场小白到销售精英的华丽转身。她充分发挥了大师傅的传帮带作用,服从大局,组织性强,哪里有需要就到哪里去,每到一站,都不吝传授销售秘诀,和同事共同摸索、共同进步。在她的带动下,片区涌现了许多燃油宝销售能手,带动了整个片区的燃油宝销售。

## “油瓶子+米袋子”

□赵晨 张晨莹/文

近日,江苏泰州石油易捷店出现了抢购粮油的热潮,谷康乐派牌“大米+食用油”的黄金组合受到客户青睐。仅一周,这一商品组合累计销售额就超10万元。

泰州石油以谷康乐派牌“大米+食用油”为元素,鼓励员工集思广益,对粮油组合进行地堆陈列、创意陈列,带给进站客户视觉冲击,促进粮油销售。

员工在为为客户加油时,会主动询问客户是否需要购买谷康乐派牌“大米+食用油”,并提醒客户赠券的有效时间、使用方法等,引导客户用券消费。

各站还根据往年销售数据合理进货,确保不断档、不滞销,并在电子显示屏、海报上打出“供应充足、理性囤货”的宣传标语,在客户群中告知客户粮油库存充足,让客户安心购买。

## 创意陈列



▲地点:贵州贵阳石油南明机场路加油站  
堆头名称:冰雪天地  
造型寓意:贵州贵阳石油以蓝色为主色调,结合冬奥会吉祥物“冰墩墩”打造冬奥主题便利店,店内销售冬奥主题文具、玩偶、钥匙扣、贵金属纪念币等80余款冬奥商品,营造出冬奥加油的浓厚氛围。

陈飞飞 摄



▲地点:湖北宜昌石油三友坪加油站  
堆头名称:兰心慧质尽在卓玛泉  
造型寓意:这里有一群慧精灵,守护着您;用我的真心,换您的满意。

钟宇 摄



▲地点:浙江台州石油白云山加油站  
堆头名称:如虎添“易”“捷”登高  
造型寓意:年关将至,为方便顾客采购年货,加油站以梯形地堆为基础,一层一层阶梯式堆砌,错落有致,寓意新年国货大发,如虎添“易”、“捷”登高。

张费 摄

## 推介技巧

## 移动积分兑换: “一问二帮三引导”

□陈明军 黄卫华

江苏南通石油海门工业园区加油站用好“一问二帮三引导”工作法,2021年手机移动积分兑换额在南通石油名列前茅。

“一问”,即有客户就问、有空闲就问、有机会就问。很多客户不是不知道手机移动积分能兑换商品,就是不太在意积分兑换。该站鼓励员工在对客户进行观察、分析后,为他们答疑解惑、精准推介。

“二帮”,即帮助客户操作。该站要求员工对各种手机型号的移动积分操作都做到心中有数、熟练掌握。对于现场客户,尤其是一些不善于使用智能手机的客户,员工要如何获得移动积分、积分兑换流程、挑选商品的步骤等指导客户操作,最终帮助客户实现兑换。

“三引导”,即员工在指导客户成功兑换商品后,在交还手机时,将客户兑换的商品送到他们手上,并在加油现场大声喊出来,让兑换成功的客户有强烈的获得感,也让没有兑换的客户在目睹这一幕后,增强参与活动的兴趣,从而提升兑换率。