牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 喜迎党的二十大

陕西西安石油草临路加油站

为新丝路的“钢铁驼队”蓄满能量

□王 云/文 本报记者 胡庆明/图

昔日,古丝路上商队驼铃声声悠扬;今时,“长安号”汽笛长鸣续写华章。

10年来,从古丝路起点——西安发出了一列列“长安号”国际货运班列,目的地从中亚地区延伸到欧洲腹地,贸易货物品种从单一变得丰富,昔日古丝路的盛况在中欧班列“长安号”的往返穿梭中得以重现。

截至2021年底,中欧班列“长安号”开行总量破万列,成为穿梭在“一带一路”上的“货运公交”。位于西安国际港务区核心区域的草临路加油站,成为这条新丝路上“钢铁驼队”的能源保供站。

(54)

● **名 称**
陕西西安石油草临路加油站

● **定 位**
位于西安市港务区秦汉大道与纺渭路交会处,西安国际港务区核心位置

● **特 色**
为中欧班列“长安号”高质量发展提供能源保供服务

● **成 绩**
2021年成品油销量**1.2万吨**,比上年**翻一番**

● **站长夏喜红的新年愿望**
去年,草临路加油站成为西安石油首座机出零售“万吨站”。从昔日的郊区小站,发展成为新丝路上为“钢铁驼队”蓄能的万吨级加能站,主要得益于国家“一带一路”倡议和区域经济的发展。迈入万吨站行列只是起点,新的一年,我们要继续抓住“一带一路”发展机遇,融入港务区建设和发展,为西安经济腾飞做好能源保障。

陕西省西安市部分区域地图

每天为近百辆集装箱车辆加油,每年为集拼中心供油近千吨

“我站向西1公里就是中欧班列(西安)集结中心,中欧班列‘长安号’就从那里驶出,周边有大小货运场20多个,天南地北的物流车辆络绎不绝。”草临路站站长夏喜红说,“特殊的地理位置决定了我们特殊的使命和责任。”

草临路站每天为西安国际港务区近百辆集装箱车辆加油,每年为中欧班列(西安)集拼中心转运车辆及工程车辆供油近千吨。疫情期间,他们也不放松。

“夏站长,我们每天需要2800升柴油保障中心内工程车辆正常运行,能否负责配送?”1月3日,夏喜红接到中欧班列“长安号”集拼中心相关负责人打来的电话。

受疫情影响,该中心原有油罐车无法外出采油,中心内转运集装箱的吊装车辆用油一度面临紧张局面。了解情况后,夏喜红第一时间协调配送车辆,积极对接资源,确保客户所需油品及时配送到位。直至疫情结束,草临路加油站累计为集拼中心配送油品18吨,全力保障了工程车辆用油。面对客户的点赞,夏喜红说:“关键时刻,‘国家队’就该顶得上。”

站长夏喜红(左一)带头走访港务区客户。

全运会期间 加油服务准时率达100%

“全运会期间,每天早晚各加一次油,必须在40分钟内完成38辆环卫车的加油服务。”第十四届全运会开幕前,客户吴飞向夏喜红提要求。他所在的公司长期负责港务区市政环卫工作,是草临路加油站的老客户。

第十四届全运会期间,该公司环卫车辆除了承担日常道路清扫工作,还担负着场馆内及周边清洁任务。为做好加油服务,草临路站提前一个月强化员工服务规范和基本功训练,开展应急模拟演练,加油服务准时率达100%。此外,西安石油还为草临路站增配4名安保人员,负责现场安全保障和车辆疏导工作,确保全运会安全顺利进行。

增加特色服务 满足物流车辆需求

近年来,西安国际港务区凭借完善的物流服务体系和得天独厚的营商环境“引凤筑巢”,吸引许多总部级企业和大型物流园区来此发展。草临路加油站及时掌握周边项目开工投营、客户业务动态等情况,积极参与竞标,为客户量身定制用油方案,相继开发6家大型物流公司,日固定加油量达15吨。

为更好地服务物流车辆,草临路站先后增加“共享小食堂”“司机之家”等特色服务,卡车司机可以到站休息、充电、喝水,还能加热饭菜。一个月往返西安、广东两地4趟的集装箱车辆司机肖师傅说:“对我来说,上车是工作,下车是生活。能在加油站吃上口热乎饭,比啥都香。”

每天,到草临路站加油的车辆络绎不绝。

业界动态

Oil Marketing Weekly

近日,安徽六安石油易捷便利店大力推广乐高益智玩具,包括小汽车模型积木、油罐车模型积木、加油站模型积木等,不仅可以丰富孩子们的生活,而且能锻炼他们的动手动脑能力。该公司各门店设置乐高益智玩具销售专柜,宣传“加一元多一件”优惠活动,深受小朋友和家长的欢迎。图为加油东站员工向小朋友介绍乐高益智玩具。 王 韡 摄

贵阳石油 培训服务礼仪和沟通技巧

本报讯 为提高加油站服务标准,近日,贵州贵阳石油在机场二加油站开展加油站服务提升综合培训,来自各县区公司的加油站站长、班长、店长、加油员等近30人参加。

该公司邀请曾在国际航空公司工作的老师,结合加油站、便利店工作实际,从仪容仪表、微笑礼仪、手势站姿、沟通技巧等方面,对员工进行讲解和示范。员工们分小组进行情景模拟训练,将所学内容进行实操检验,确保能灵活运用到实际工作中。

“原来加油站服务礼仪、与客户有效沟通,有这么多学问!”学员们纷纷表示收获满满。下一步,贵阳石油将聚焦现场服务,继续开展服务提升综合培训,激发一线员工服务热情,提高客户满意度。 (许金玲)

解析:服务是品牌,是形象,也是核心竞争力。作为对外服务的窗口,加油站不断提高服务标准和水平至关重要。加油站工作人员学好服务礼仪、掌握沟通技巧,是必备的素质和能力,有助于塑造企业形象、提高工作绩效。

运城石油 开发民营站提升分销量

本报讯 日前,山西运城石油以开展服务提升行动为契机,加大对民营加油站客户的摸排走访力度。1月,该公司共维系开发62家民营加油站,分销量同比大幅增长。

该公司制定闭环管理开拓措施,层层落实跟踪责任,构建信息收集、上下沟通、决策顺畅的运行机制。经营部每日剖析市场行情,准确把握销售价格和节奏,有效应对市场竞争。公司领导班子带队,定期组织经营部团队及各县区公司客户经理,对运城地区民营加油站进行地毯式摸排走访,实现量效双升。

下一步,运城石油将继续加大摸排走访力度,做到运城地区民营加油站摸排走访建档100%覆盖,为分销量持续攀升蓄势赋能。 (薛 爽)

解析:按照从制造商到消费者中间环节的特征与数目,可以将渠道模式分为直销、直营和分销。作为衔接生产和消费的桥梁,成品油分销体系是零售、直销的重要补充,销售企业作为产业链“链长”,必须重视分销业务,努力为客户提供全方位、多层次、个性化的商品销售服务,带动销量提升。

月售卡量:从“<20”到“>1300”

浙江嘉兴海盐石油第十二加油站完善推介话术、强化考核激励、开展良性竞争,月售卡量实现飞跃式增长

□董之嘉

“咱们站售卡量实现开门红,1月售出1317张!”近日,在浙江嘉兴海盐石油第十二加油站,当站长郑雅萍报出这个数字时,员工们瞬间沸腾欢呼。1月,该站以遥遥领先的售卡量,排名嘉兴石油第一。而在去年同期,该站售卡量不到20张。几十倍的增长,该站是如何扭转乾坤,实现售卡量飞跃式增长的?

改变推介话术,员工成为售卡能手

一直以来,第十二加油站的加油卡售卡量徘徊不前。为此,郑雅萍专程到站长站“取经”。回站后,她将所学应用于实践,结合站内实际,重点解决售卡量低的问题。

她花了几天时间,仔细观察员工与顾客沟通时的表情、话术等,发现每当员工询问顾客是否办卡时,通常都会被不耐烦地一口拒绝,导致推介办卡无法继续。于是,她决定从改变推介话术开始。经研究,她指导员工与顾客交流时,不再问“师傅,办卡吗”,而是问“师傅,您的加油卡呢?我来帮您加”!

若客户持有加油卡,就向他们介绍油站当前的优惠活动,如周六充值奖励、办卡加油送洗车券等;若顾客没有办理加油卡,就找准机会向他们宣传中国石化加油卡实惠、便捷等优势。“现在办卡只需要两秒,加油还能送免费洗车券。”这样的推介话术吸引了不少顾客。此外,该站还利用晨会、微信群等途径培训员工的业务技能,根据实际情况不断完善营销话术,使员工都成为售卡能手。

同步推进考核与奖励,激发员工售卡热情

今年初,公司下达一季度零售专项指标竞赛方案后,第十二加油站立即召开站务会,逐项传达,并下达任务指标。

在传达的过程中,郑雅萍发现部分员工对竞赛奖励细则一知半解,导致推介积极性不高。于是,她将奖励方案化繁为简,用实际案例深入浅出地为他们讲解,确保每一名员工不仅掌握竞赛方案,而且了解奖励细则。

员工清楚竞赛奖励内容后,推介动力十足,日均售卡量逾50张,带动了奖励金额翻番式增长。就这样,通过同步推进考核与奖励,员工的售卡热情被激发,售卡量不断攀升。

“比上一班多售一张卡”,形成良性竞争

有竞争才会有进步。每天,郑雅萍将当天各班组的售卡量发到工作群里,各班组将“比上一班多售一张卡”作为奋斗目标,形成了良性竞争,营造出比学赶帮超浓厚氛围。“你今天售出了几张加油卡?”“我们班再售出多少张加油卡就能超过上一班?”这是员工间最常见的对话。

第十二加油站地处525国道旁。春节前,很多回乡车辆到该站加油,且大多是现金客户。员工们紧抓时机、精准营销:“师傅,免费办张加油卡吧,加个油、洗个车再回家”“中国石化加油卡全国通用,两秒就办好”……很多客户因他们的推介而心动,纷纷办理加油卡。

员工们你追我赶售卡,使第十二加油站汽油持卡消费占比大幅提升。

中国石化供应商
锡安达防爆电机
与世界同进步
电话:0510-83591888 83591777
网址:http://www.xianda.com
单位:江苏锡安达防爆股份有限公司