

优秀站长  
谈管理

浙江温州石油瑞平加油站刘少春

## “换位顾客,想想我要什么样的服务”

## 刘少春

工作单位:浙江温州石油瑞平加油站站长  
入职时间:2006年(16年的加油站工作经历)  
工作岗位:从加油员逐渐成长为记账员、站长、片区管理员  
获奖情况:多次获得温州石油优秀员工、优秀站长、优秀党员等荣誉称号,以及浙江石油非油品技术比武个人金牌



刘少春在查询客户资料。 张彩燕 摄

## 顾客戴手套自助加油不妥

□黄旭敏

目前,天气比较寒冷,不少车主把自己包裹得严严实实的,手上也戴上了手套。戴手套无可厚非,但是戴手套自助加油就危险了。手套的材质大多为腈纶、涤纶等,主要摩擦或戴手套接触油机,就容易产生静电,可能引燃站内汽油挥发的气体。因此,加油时不要戴手套。

为了避免静电也引发事故,顾客在加油前,首先要放电,即把手放在加油机上的防静电装置上或操作键盘上放电。其次,加油期间不要再回车内,或整理衣服,避免重新产生静电。再次,尽量将加油枪伸进油箱口,减少加油过程中汽油的挥发,从源头上减少起火的介质。最后,加完油不要马上拔加油枪,因为油枪停顿后会有部分油品残留在枪口,而油枪跟静电也相关,容易引发闪燃等事故。

汽油颜色的不同,  
能否代表汽油质量存在差异?

□李方伟

不少车主在加油时,发现很多地区或是不同加油站的,颜色竟然都不一样的。有的是白色汽油,像水一样透明的,有的则是黄色汽油。汽油颜色差别是否代表质量有差异,什么颜色的汽油最符合标准呢?

其实,汽油质量的优劣与颜色深浅并无关系。颜色的深浅并不能判断油品是不是合格或者不合格。原油的产地不同,不同的炼厂采用的炼油工艺不同,使用的添加剂不同等,都会造成成品油的颜色不同。

油品颜色不同还有多方面的原因,第一,油罐或管道等存储装置受到污染的话,油品颜色会变深。第二,汽油被氧化后,颜色也会变深。第三,因为添加了一些添加剂,某些添加剂怕光,在光的影响下都会发生分解,在这种情况下也可能使油品颜色变深。

目前,国标对成品油颜色没有统一规定,因此,同一标号的成品油如果颜色不同,并不代表油品本身质量问题。根据经验,成品油的颜色会在水白色到淡黄色的范围内,都属于正常颜色。判断汽油质量只能进行试验,只能通过鉴定。

油站知识  
百问不倒

## 为客户加油应注意什么

□曾洲湖

加油站是一个存储、销售油品的公共服务场所,由于成品油是危险化学品,所以在为客户加油时应该注意以下几点,确保安全。

1. 告知客户禁止吸烟。汽车驶入加油站后,客户不论在站内还是站外,都不能吸烟。因为可燃性气体聚集过多,细微的火星都可能引发火灾。

2. 告知客户禁止拨打手机。拨打手机时,手机内部的电流增大,会产生射频火花,导致爆炸。

3. 告知客户停车熄火加油。停车熄火可以保证加油安全,避免发生危险情况。

4. 告知客户禁止使用塑料容器装油料。油品在塑料桶里流动摩擦会产生静电,由于塑料桶是绝缘体,不能及时将静电排除,当静电也在塑料桶内积聚到一定程度后,会与油料蒸气产生静电,严重时会引发爆炸。

5. 告知客户禁止在加油站内修车。维修汽车时,高温零部件或电气系统漏电可能引发火灾,同时维修工具之间碰撞,摩擦也容易产生静电和火花。

6. 告知客户油料不要加得过满,容易造成漏油,加油量以加油机自动跳枪为宜。

□刘少春/口述 张彩燕/整理

## 干好工作有章法

作为一名共产党员,“全心全意为人民服务”“舍小家为大家”的思想已经深入我的内心。

在销售工作中,我自创“望、问、挑、数、算、评”的“少春经营工作法”,通过发掘顾客,询问喜好,搭配商品、数据分析、比学赶帮、点评过程,不断提升经营工作质量。

同时,我以“望、问、挑、数、算、评”的“少春培训工作法”提升员工服务能力。现场,我会观察员工的性格特点、询问他们的工作特长,有针对性地进行指导,并督促他们主动手,组织开展销售竞赛,对销售过程进行点评等。渐渐地,站里的“大师傅”多了起来,其中部分“大师傅”被派往苍南、瑞安等片区及分公司,成为优秀的经营管理人员。

我还采取“望、问、挑、数、算、评”的“少春基础工作法”加强油站管理,通过日常检查、询问客户、实地演练、加强整改、评估改善等措施,稳步推进管理水平。

2021年,瑞平加油站油品、非油品都取得了较好的成绩,其中汽油持卡消费比例排名温州石油瑞平加油站持卡消费占比由最初的27%升至57%。

## 补足短板有办法

刚到瑞平加油站时,我内心非常忐忑。瑞平站是温州石油的标杆站,各项指标名列前茅。不过,该站汽油持卡消费比例较低,是短板。提高该站汽油持卡消费比例,让加油站再上一个台阶,成为我的工作目标。

确立目标后,我参加专题会议,强调提升汽油持卡消费比例的重要性,并布置售卡任务,制定考核办法。考核以比赛的形式进行,每天,班组在工作群通报持卡消费数据并做好记录,当班汽油持卡消费比例同比提升的班组将拿到奖励,下降则无;月底,按照班组成绩分配奖励。办法实施后,我每天都会准时参加班前会,嘱咐员工记住售卡任务、佩戴二维码胸牌,

并要求员工知晓上个班次、当班班组的汽油持卡消费数据,做到心中有数。我们站通过每日在工作群通报、在上班会议上汇报的方式,调动了员工推介加油卡的积极性。

同时,我们站通过调整加油卡推介办法,促进汽油持卡消费比例提升。员工改变以往直接询问的方式,由“您办张卡吗”改为“您好,加几号油,把卡给我,我来加油”。当客户表示没有卡时,员工便会建议“那您办张卡吧,只要10秒”“加油卡加油可免费洗车,还送优惠券”。同时拿出二维码胸牌让客户扫码办卡。不少客户接触了员工建议,很快完成了办卡、充值、加油、洗车等业务。

经过全站员工的努力,我们站的汽油持卡消费比例不断攀升,汽油销量实现环比、同比增长。2021年,瑞平加油站持卡消费比例排名温州石油瑞平加油站持卡消费占比由最初

的27%升至57%。

## 服务顾客有想法

不论是加油现场还是易捷店内,总是看到后备箱装着热情服务的身影。

“你们站的业绩持续在浙江温州排名前三、多月排名第一,你们是怎么做到的?”在2021年底总结会上,他们是顾客,来加油加菜,需要什么样的服务呢?你跟着我,我怎么做,你就怎么做,咱们保证让顾客高兴而来,满意而归。”随后,我把他带到泵岛,示意“引导、问候、行礼、确认、加注、推介、送客”等服务步骤,“挺直腰杆,正面迎车;双臂向前伸直,手心向上,五指并拢,你别小瞧这些细微的动作,它体现了我们对客户的关心。”“我明白了,不管是销售还是服务都要用心,这样顾客也会对我们以礼相待。”后台站长说。

刘少春在整理员工工牌。 张彩燕 摄



刘少春在整理员工工牌。 张彩燕 摄

## 对自己影响最深的一句话:

“如果你不能成为前行中的巨轮,那就从巨轮上的一颗螺丝钉做起;如果你不能成为太阳,那就从当一颗星星开始。决定成败的并不取决于你能力的大与小,而是用心做一个最好的你,最大限度地去奉献你的光与热。”

## 公司评价:

温州石油副总经理许雪斌:刘少春是我们温州石油的“铁人”,面对困难从不退缩,越挫越勇、越战越勇,有一种不服输的精神,有着“谁说女子不如男”的气魄。面对工作,她从不打折扣,要求自己非常高,坚信办法总比困难多,持续发扬有件件要上,没件件创造条件也要上的进取精神,认真完成各项工作任务。她还是一个优秀的培训师,培养出来的“大师傅”,销售能手不计其数,学员的成功让她更加干劲十足,也带动了整个片区乃至整个分公司的销售氛围。她更是一名新时代的奋斗者,一位扎根基层的优秀共产党员。



刘少春在向顾客推介商品。 张彩燕 摄

营销能手  
说技巧

江苏扬州石油秦邮加油站李小海

## 李小海

工作单位:江苏扬州石油秦邮加油站  
入职时间:2002年(20年的加油站工作经历)  
工作岗位:从加油员逐渐成长为领班长、站长  
获奖情况:个人尾气处理液销售额突破百万元,在销售公司劳动竞赛中获得“易捷之星”荣誉称号



李小海在查询销售数据。 周琳 摄

□李小海/口述 陈丽茹/整理

## 跑市场,变“坐商”为“行商”

屏淮加油站位于高邮城区,是座汽油站。要想销售尾气处理液,光在加油站接待客户上门是不行的,加油站外才会有更多的销售空间。我将加油站附近的物流企业进行梳理,制订好走访计划后,利用下班时间或周末,开车带着尾气处理液一家一家上门推介。第一天,我跑了两三家物流企业,都被拒绝了;接下来的两个多月,我又跑了37家物流企业,都是空手而归。

万事开头难,在四处碰壁之后,我琢磨着,想要把产品卖出去,就要让客户了解产品的优势。一个周末,我开车走访客户,发现油站旁边新开了一家汽修公司,主要开展货车保养业务。我想,机会来了,便立马上门推介尾气处理液。“使用劣质产品容易损坏车子,我们中国石油推出的悦泰海龙尾气处理液质量过硬,规格丰富,我们可以为您提供配送服务,请您考虑一下吧。”客户听了我的介绍后,对产品很满意,第一次就采购了10吨尾气处理液。

一天,我走访的物流公司马先生来站加油,我主动迎上前去,“马先生,中国石油的悦泰海龙尾气处理液品质非常好,而且现在有活动,您可以买桶试用。”这次,他同意先买50桶10公斤装的尾气处理液试用。

在推介过程中,虽然遭遇了很多次拒绝,但是我始终没有放弃,一次失败了,就再来第二次、第三次,很多客户在试用过程中逐渐成为忠实客户。在第二次客户走访中,有8家大客户跟加油站签订了采购协议。

## 强服务,变“回头客”为“回头客”

在跑客户的过程中,我始终把服务放在第一位。一次,我得知某车队需要大批尾气处理液,便上门走访,但该车队表示已有供货商了,我没有放弃,仍不时上门推介,给客户留下了深刻印象。直到有一天晚上,车队负责人打来电话说:“我们的供应商断供了,你能马上送50桶尾气处理液吗?”听到这个消息,我欣喜若狂,立马放下碗筷,将一桶桶尾气处理液搬上车,驾驶140公里,往返两趟,及时将商品送到车队,对方连声称谢。随后,我将发票开好,送到客户手中,“你这服务太到位了,这次多亏了你,以后常合作。”我的增值服务得到客户肯定,十分开心。

我们站虽是加油站,但是我会在站上常备300桶20公斤装及500桶10公斤装尾气处理液,并每周补货。只要客户一个电话,我就会将尾气处理液搬上车,及时为客户送货。同时,我会将这些尾气处理液陈列在加油现场,使它们成为无声的推销员。一个周末,我在为客户加油时,发现对方时不时看向尾气处理液。“先生,这是我们中国石油的尾气处理液,质量上乘,价格优惠,还提供配送服务,您要是有需要,可以买一些试试。”通过交流,该顾客又采购了两吨。此后,该客户一直在我们处采购尾气处理液,每两个月购进两吨。

“在哪里一年到头都是盼兮兮的,还能坐人吗?”由于我经常用私家车为客户配送尾气处理液,来不及打扫汽车内室,爱人经常埋怨我,但是我觉得这么做挺值的。

## 勤回访,变“被动服务”为“主动服务”

有句话说得好,想要客户跑了,坚持回访不能少。在与客户达成合作后,我坚持做好客户回访工作,根据客户的需求情况、配送频率等,给予客户合理化建议。

“张先生,年底了,快要进入货运高峰了,用不用我帮您联系一下中央仓,给您配送一批尾气处理液?”“好的,谢谢提醒。”我通过微信问候,电话联系等,了解客户尾气处理液的使用进度,并结合当前开展的促销活动为客户算经济账,帮助他们享受实实在在的优惠,巩固合作关系。

开发客户与维系客户相辅相成,我通过回访,不仅了解客户动态,而且能深挖潜在客户。我为某客户配送尾气处理液期间,通过打电话、发信息,上门回访等方式与对方保持紧密联系。基于对产品质量及售后服务的认可,该客户将其下属单位介绍给我,使我们站月增尾气处理液销量30吨。如今,该客户及其下属单位每月在我处站采购尾气处理液60吨。

有人问我销售秘诀,其实就是不仅要勤跑客户,而且要常联系、常回访,把客户当朋友处。当做好了自己该做的事情,老客户自然愿意介绍新客户给你。2021年10月,老客户姚先生给我介绍了新客户,月增尾气处理液销量5吨。



李小海将尾气处理液搬到车上,准备为客户送货。 周琳 摄

## 公司评价:

扬州石油非油产品经理施翔:李小海在工作上兢兢业业,做好加油站管理的同时,不局限于守着自己的一亩三分地,而是不断开拓销售渠道。他本人多次被评为扬州石油先进工作者,优秀加油站站长,他所带领的屏淮加油站有助于培养汽车的燃油宝、玻璃水、向导客户推广鸿露纸、牛奶等,这些与生活相关的商品很可能引起他们的兴趣。

每次促销活动,李小海都积极参与,在加油站的液晶显示屏滚动播放活动信息,广播播报或张贴海报宣传活动内容,以及在易捷店内摆放可兑换的商品,吸引客户咨询、兑换。最后,分解任务并跟踪落实,将任务分解到每天、每班、每人,站长每日在工作群通报完成情况,表扬先进、督促后进,持续做好易积分兑换工作。

面对激烈的市场竞争,李小海调研分析加油站商圈,以尾气处理液销售为突破口,坚持走市场、回访,以客户为中心,用真情真心打动客户,优质商品打开销路,得到了客户认可。接下来,扬州石油将持续增强员工“市场是地位,客户是饭碗”的意识,宣传树立“每个岗位都是经营点、每位员工都是客户经理”的理念,抓住营销机遇,提升经营效益。



创意陈列

地点:河北石家庄石油黄河大道加油站  
堆头名称:感受冰雪魅力造型寓意:将冬奥会吉祥物冰墩墩、雪容融玩偶及部分徽章、文具等商品摆放在展台上,并配合融入冰雪、冬奥等设计元素的店内装饰,寓教于乐,享受冰雪运动。

张建恩 摄



地点:中石化虎牌昆山海光加油站  
堆头名称:你若盛开,蝴蝶自来  
造型寓意:千姿百态、人和自然都期待甘露的滋润,契合消费者心理的城市加油站造景观令人心情舒畅。

褚再明 摄

“信、看、学、推、激”  
推介燃油宝

□戴明强

江苏宿迁石油宿城新区加油站员工王芳,连续多年获得市公司燃油宝销售冠军,她始终坚持“真诚让销售更有温度”的理念,强化服务营销、微笑营销,积极洞察并及时满足客户需求。同时,她每天都给自己确立一个小目标,不完成目标不下班,且每天回顾总结,形成了“信、看、学、推、激”为主要内容的燃油宝工作法。

自信就是树立信心,克服畏难情绪,面对拒绝,不要气馁,对产品品质有信心,相信开有商机;看就是仔细观察,重点关注顾客的打扮、言谈举止、车牌号码等要点,快速准确分清目标顾客;学就是积累知识,精通业务知识和商品特点,引导顾客树立“爱车要懂车、护车得实惠”的理念,推就是找准需求,根据客户需求采取灵活的推介方式;推就是用不同营销话术,提高成功率;激就是确立目标,每日回顾,每周总结,与同事交流沟通,比看货架、研讨货源等帮助协作,通过多年探索实践,王芳在宿迁石油的支持下成立了燃油宝工作室。她通过发挥劳模示范引领作用,推广燃油宝销售经验,以“技能传承、经验交流、业绩提升”为目的,激发全员工作热情,培养造就了一大批销售技能人才,推动了宿迁石油销售绩效的提升。