

奋进新征程
建功新时代 | 牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 喜迎二十大

用一颗“匠心”要求自己

□杨希芹

前不久,看到一篇报道:某汽车公司有一名喷涂工,对工作要求精益求精。一般情况下,喷涂工90秒喷涂一处车身划痕已是不错的成绩,但他仍多学多练,花了5年时间,将喷涂用时提高到30秒,效率提高了3倍。他被公司誉为“涂装高手”,并培养了大批优秀技术人才,为公司创造了巨大的经济效益。

不管做什么工作,都应用一颗匠心来要求自己,加油站工作也不例外。在一些偏远小站,经常有农户为农用车加油。由于车的油箱小、油管细,油在添加过程中难免会溅出来,很多农户看到后既心疼,又无能为力,员工也觉得是常事。而有一名乡村小站员工,在一次次为农车加油过程中,认真估算不同农用车的油箱大小,并用心摸清油管走向,注意把握加油速度,小心加注。通过多次练习,这名员工无论为什么类型的车加油,油都不会溅出来,这让农户非常满意,也为小站带来越来越多的回头客。

无论从事哪一个行业,匠心始终是劳动者应有的追求,工匠精神始终是成功不可或缺的因素。在加油站工作中,员工们也应自觉用一颗匠心来要求自己,督促自己不断提升业务技能,实现客户满意。

企业看台

Oil Marketing Weekly



洛阳石油

直分销量2月居河南石油第一

本报讯 2月,河南洛阳石油直分销实现同比增长63.7%,总量排名河南石油第一。他们要求客户经理盯市场、盯客户、盯需求、盯对手,大力开发维护客户,实现空白客户全覆盖;从“卖油品”转为“卖服务”,引导客户把“算价格”变成“算成本”。同时,他们引入对标考核机制,盯目标任务、盯工作进度、盯落后单位、盯薄弱环节,实现直分销量增长。(梁汇涛 陈平杰)

萍乡石油

“上门服务”助力销量提升

本报讯 1~2月,江西萍乡石油通过上门服务,实现充值额超2800万元。年初以来,他们安排两名客户经理对大客户提供上门服务,面对面介绍一键加油业务、积分优惠活动等,并指导客户在线充值,增加了客户黏性,促进了销量增长。(汤华叶金)

江门石油

“爱心咨询台”为市民答疑

本报讯 近日,广东江门石油开展了以“质优量足,客户满意”为主题的宣传活动。他们在白沙加油站设置“爱心咨询台”,派发油品知识宣传单、展示油品,并就市民关心的油品质量等热点问题现场答疑解惑,加强了品牌宣传。(李丽珍 张凤娇)

宜春石油

举办服务技能培训

本报讯 近日,江西宜春石油对县区公司管理团队及站长进行服务技能培训,并采取笔试测试+实操考评的方式进行考核评比,进一步提升了全员服务标准化、规范化水平。(聂凯)

扬州石油

与江苏油田开展用工合作

本报讯 近日,江苏扬州石油从江苏油田采油一线招聘了15名员工。用工双方的合作,既解决了销售企业一线员工招聘难、入职后对企业文化认可度低的难题,又解决了油田采油业务自动化提高、分流减员压力大的难题。(朱文莹)

濮阳石油

开展竞赛促服务提升

本报讯 近日,河南濮阳石油开展了“加油站服务提升百日竞赛”活动,组织员工学习“加油服务六步法”“室内收银五步法”,向客户介绍“一键加油”业务及“爱心驿站”“司机之家”等服务项目,并加强现场监督管理,不断提升加油站服务质量。(赵耀)

近日,浙江湖州石油德清中心加油站开业,进一步提升了当地市场占有率。该站还开展了促销活动,客户加注92号汽油每升可优惠0.2元。图为德清中心加油站员工为客户加油。

叶吟徐婕 摄影报道

山东威海石油通过加强“绿色发展、绿色平台、绿色通道、绿色基础、绿色科技、绿色文化”建设,应对市场变化

打造“绿色油站”提升核心竞争力

□本报记者 李玉军 通讯员 董鹏超

山东威海石油去年以“精致威海·绿色油站”为主线,加强“绿色发展、绿色平台、绿色通道、绿色基础、绿色科技、绿色文化”建设,应对成品油市场变化,相继获得销售公司“综合能力进步地市公司”前25强、“华北地区地市级公司发展进步能力第一名”等荣誉。

贯穿绿色发展,增强扩销实力

威海石油根据当地成品油市场特点,在适应市场环境、巩固市场份额、扩大销售规模上发力,并统筹竞合关系,持续保持绿色发展。

“市公司通过下放权限、细分区域,给了片区很大发展空间,我们可以拓展零售业务、开发直销客户等方面主动作为,保持良好的状态参与市场竞争。”威海石油某片区负责人说。

2021年,威海石油放开“市场竟合维护、巩固开发客户、拓宽营销渠道”等12项权限,挖掘各县市公司经营潜力,并加强与政府部门、第三方合作,打造良好的营销市场环境。

威海石油还根据建设“油气氢电

服”综合加能站要求,深挖网络潜力,大力推进新站、合资站的建设,以及解决老站历史遗留问题。2021年,威海石油新建站4座、筹备站5座,并为20座站引进了光伏发电、充换电等业务。

打造绿色平台,搭建大服务格局

威海石油努力构建以“人·车·生活”为核心的商业生态圈,通过开展多业态跨界营销、增加线上服务、站点亮化升级等措施,不断擦亮“金字”招牌。

在数字经济时代,威海石油敏锐地嗅到了商机,紧跟流量市场及网红热点,丰富商品种类、结构。2021年,各站商品平均库存种类从最初的293种增至500种。同时,他们致力于“油站+”建设,开展多业态跨界营销,相继引进快餐、烘焙、代缴水电费等增值服务,并建成9家综合示范店,全年带动基础品类销售额比上年增长56%。

当下,朋友圈已成为商品销售的渠道之一,威海石油致力于打造“线上+线下+N”服务平台,坚持在朋友圈、客户群里拓展业务。他们大力推广“加油中石化”APP、“电子钱包”业

务,吸纳注册客户31.4万个。

构建绿色通道,增强核心效能

威海石油将管理效率与经营效益有机结合,通过加强内部管理、对外经营,消除经营瓶颈,建立适应市场竞争经济现代管理的高效运行体系。

如今,每月带队前往加油站现场开经营分析会、周例会,已成为威海石油领导班子的工作常态。在会议过程中,他们不仅对经营现状、销售数据进行分析,就问题给出解决办法,而且与站长、员工交流,为他们鼓劲儿。“沟通渠道畅通了,员工目标明确了,干劲儿更足了。”威海石油零售部负责人说。

威海石油深化“以客户为中心”的服务理念,一方面通过加强客户走访、开展“五进”活动等方式,提升服务质量;另一方面通过优化班组排班、完善考核制度,激发员工销售热情。2021年,威海石油新增客户89家,增量1万余吨。

夯实绿色基础,深挖内在潜力

威海石油坚持基础管理与改革一起推进,全方位提升经营管理质

量,并以明确制度、加强督查等措施确保各项工作落实到位。

他们全面梳理加油站HSE管理制度,印制并发布《威海石油加油站安全管理制度汇编》《加油站HSE工作明白纸》《加油站安全标准化手册》等,持续提升HSE管理水平。

同时,威海石油采取视频监控与现场督查相结合的方式,加强现场管理、查看经营数据等,持之以恒地推进基础管理工作。2021年,威海石油现场督查515站次、夜查132站次。

突出绿色科技,厚积发展后劲

威海石油坚持“数字化商业”与“科技手段”协同发展,从大数据应用、智能集成、系统开发、新型物料使用等四个方面入手,充分释放科技创效能。

“我们及时把握数字经济机遇,在数字化运行、信息化应用等方面下足了功夫。”威海石油相关部门负责人说。威海石油借助DSS(决策支持)系统,将营销数据与专业知识相结合,采取人机交互的方式进行精准分析,构建高效灵活的自主品牌服务体系。同时,他们依托钉钉应用系统,建立多款实用模块;与联通合作,开

发加油站视频检测系统,这些智能应用系统为威海石油提质增效提供了有力保障。

弘扬绿色文化,凝聚核心力量

威海石油坚持“人才强企”“以人为本”,激发全员活力,并将思想政治工作贯穿全过程。

“我们大力推行‘员工卓越计划’,创建员工价值评价系统,综合评价员工价值,并搭建学习平台,帮助员工提升技能。”威海石油相关负责人介绍,“我们在文登13站建立培训中心,以此为基础构建创效智慧方阵。”

威海石油通过关怀人心、文化润心,不断凝聚奋进力量。他们针对员工推出一套长期的福利与身心健康支持项目,通过调整员工的个人状态,来提升组织绩效。同时,他们不断优化加油站环境,清理站房杂物、装修员工宿舍,让员工能够安心工作。



经营方略
Oil Marketing Weekly

上门服务保障客户复工复产

□相晓超

“陆经理,我们油料仓库里还有3吨柴油,放了一个多月了,在用之前有什么要注意的事项吗?”2月23日上午,浙江宁波石油客户经理陆斌接到某建筑工地负责人宋先生的电话。

宋先生是宁波石油的老客户,他在春节前按施工计划购买了一批柴油,后来因施工计划变动,购买的柴油没有用完,便打算在春节后复工时使用。由于停工时间接近40天,宋先生不清楚存放的柴油会不会有质量问题,便向陆斌咨询。

“宋先生,根据您说的情况,如果柴油储存条件符合要求,一般情

况是不会出现质量问题的。我们下午到您那里,帮您看看柴油储存情况和加油设备状况。”陆斌在电话里回复道。

下午,陆斌与维修人员一起,带上取样瓶、量油尺、测水膏等,驱车来到宋先生所在的工油料仓库。到达现场后,他们依次检查油罐阀门、管线、加油机等设施设备状况,测量罐底水高、观测油样,均无异常,柴油可以正常使用。接着,他详细了解工地复工计划所需的柴油量,并建议宋先生根据近期的油价制订购油计划。

“没想到你们还主动上门服务,有了你们把关,我们用油就放心多了!”宋先生向陆斌表示感谢。

转变督导职能 重塑督查体系

□徐 钰

提升督导效率

温州石油建立督查登记反馈流程,以信息化手段助力督查队、片区管理团队提升巡站质量,完善现场督查条款录入、督导现场定位、后台一键导出督查数据等功能,并参照系统后台数据督促问题整改,提升各级人员履职水平。他们根据加油站对督查问题的整改时间、进度及现场确认,对相关人员的经营、管理能力进行评价,并增加后进站点的督导频次,敦促其加快解决问题。温州石油通过系统数据分析,提高了督导精准性。

开展诊断式培训

温州石油将督查重心从“重基础、轻经营”转变为“经营管理并重”,连续举办专题培训,以痛点为靶点,在服务提升、营销管理、薪酬考核、服务提升等方面的专业技能,同时聚焦基层执行力建设,加强帮扶、督导,夯实加油站管理基础,持续提升现场服务质量,全力推进“加油站服务提升百日竞赛”活动。

推进全员督导

温州石油完善零售线条履职能力建设。他们利用零售专家组月度帮扶机制,推进“一站一策”工作落地,突出标杆选树、样板建立,以点带面提升零售运营质量。同时,督查队在服务大讨论中充分发挥“耳目喉舌”的作用,将相关问题及时汇总至零售管理部,及时沟通解决问题。温州石油通过系统数据分析,提高了督导精准性。

长城润滑油杯
新闻摄影竞赛



确保油库安全运营

3月,贵州黔南石油都匀油库再次进行全面安全检查,确保安全运营。他们安排专业团队检查关键部位、重点环节,强化全要素、全流程、全时段管控;全面提升安全防控等级,提前做好人力、物资储备,以及防灾、减灾、救灾应急准备。图为都匀油库员工对油品进行检测。

陈童花 摄

江西景德镇石油通过提供细节服务、规范服务、亮化服务等,不断提升客户满意度

把服务做到客户心坎里

□周丽洁

江西景德镇石油坚持“以客户为中心”的服务理念,为客户提供细节服务、规范服务、亮化服务等,把服务做到客户心坎里,用高质量服务赢得了客户口碑。1~2月,景德镇石油零售量实现同比增长5.8%。

细节服务,润泽客户心田

“您好,跑长途辛苦了,来点陈皮糖,路上吃。”在浮梁景九加油站,站长刘新安端出一盘陈皮糖,送到货车司机手上。1~2月,景德镇石油零售量实现同比增长5.8%。

规范服务,树立品牌形象

“客户在我心中,服务看我行动,加油!加油!加油!”在昌江景都站的班前会上,当班员工喊出了响亮的服务口号。

景德镇石油要求加油站开展规范交接班仪式、服务操作演练、日常视频练习,培养员工规范服务的好习惯。他们一方面邀请专业的礼仪老师授课,从专业角度给员工做服务礼仪示范,并结合“加油服务六步法”“室内收银五步法”及文明用语,进行实操训练。另一方面,召集表现优异、成绩突出的标兵、能手组成讲师团,每月深入县公司开展一次集中培训,讲授营销话术、规范操作等,帮助员工提升业务技能。

“就冲你们的微笑和精气神,我也得常来你们站加油,给你们五星好评。”瓷都站老客户付先生满意地说。“我们非常重视评价体系的运用,每个月都会针对客户选出的满意及不满意的站点进行奖励、处罚,并不断改进服

务、回流流失客户,提升客户满意度。”景德镇石油零售部负责人表示。

亮化服务,营造舒适环境

“夜间的加油站还这么亮堂,照得我们夜班司机心里暖暖的。”一天夜里,刘先生在昌江站前站加完油后深有感触地说。

年初以来,景德镇石油从亮化加油站入手,改善客户消费环境。他们通过做好城区站点的夜间服务、县城站点的灯光管理等,提高加油站夜间亮度及辨识度。他们还大力推进每周四的加油站大扫除活动,擦拭品牌柱、加油机标识牌等,并在卫生间和洗手台摆放绿植、香薰等,打造靓丽环境。同时,景德镇石油积极实施微改造工程,调整加油站油品布局、安装加油机胶管挂钩、平整地面、更换破旧标识等,营造良好舒适的消费环境。

“实施亮化工程后,客户进站率、满意度都提升了,员工的心情也舒畅了,脸上的笑容更灿烂了,便利店的销量都比以前提升了。”昌江站前站站长杨梦琪说。

Management Frontline
Oil Marketing Weekly

增值服务引客留客

□陈晓梅 张 洁

面对成品油市场竞争,河北沧州石油新华孟村经营部通过抓经营调度、增值服务、客户开发等,促进油品销量稳步提升。2月,新华孟村经营部轻油销量实现同比增长32%,排名沧州石油第三。

“我们要抓住元旦、春节销售机

遇,加快销售节奏,为2022年经营工作打下基础。”在年初的站长会上,新华孟村经营部经理表示。为提升经营管理水平,该经营部定期组织管理团队召开碰头会、经营调度会,并结合加油站实际情况,在各站之间合理调配人员,确保重点站人力充足,为整体销量提升做好保障。同时,他们积极组织员工开展培训、研究优惠政策、分解经营指标、明确考核措施,让全员充分了解营销政策和任务目标,工作起来更有动力、热情。

“您好,欢迎光临中国石化。”“先

生,现在办理会员套餐返还优惠券,非常实惠。”在新华孟村经营部,员工热情地向进站客户推介。为提升客户消费体验,该经营部狠抓现场服务,积极落实擦车窗、倒热水、收捡车内垃圾等增值服务,增强客户消费体验,持续提升客户满意度。

“维系客户是保证销量的根本。”新华孟村站长王文彬在员工例会上表示。该经营部要求各站深入周边商圈,在摸清市场动态、客户需求的基础上,大力开发柴油客户。2月,该经营部开发柴油客户9个,增量113吨。同时,他们根据市场柴油紧缺的实际情况,及时调整销售策略,在取消优惠的同时,对老客户