

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

江西抚州石油通过营造氛围、激励考核、摆摊设点、现场培训等措施,促进话费积分兑换易捷商品活动深入开展

“积分兑换易捷商品,不用花您一分钱”

□黄旭敏

“客户您好,在中国石化加油站,使用移动、联通的积分可兑换鸥露纸等商品,还可参加买燃油宝送玻璃水等优惠活动,欢迎您前来。”2月,江西抚州石油东乡加油站站长艾叶在客户群发送了这样一条消息。

2月,抚州石油组织各县区公司大力开展话费积分兑换易捷商品活动,通过营造兑换氛围、加大激励力度、站外拓展客户、加强员工培训等措施,调动员工工作积极性,提升兑换额。2月,抚州石油移动积分兑换额同比增幅43.1%,在江西石油名列前茅。

营造氛围,吸引客户参加活动

开展话费积分兑换活动期间,抚州石油在加油现场、易捷店内张贴海报,在液晶显示屏上滚动播放活动信息,在兑换商品上放置爆炸贴,并在店内外设置专区,将兑换商品摆成各种造型,吸引客户咨询、兑换。同时,他们加大线上宣传力度,发动员工在朋

友圈、微信群转发活动内容,引导客户到站参与活动。

同时,抚州石油在各店收银台醒目位置摆放水牌,宣传兑换活动,并统一制作下发二维码卡片,方便客户扫码操作。“您好,现在用手机积分可兑换燃油宝、鸥露纸等商品,活动下周就结束,您可要抓紧时间兑换啊。”临川一站员工利用加油间隙的黄金3分钟,主动向客户推介当期活动,并出示二维码胸牌,一步一步引导客户操作。

激励考核,激发全员销售热情

抚州石油将兑换任务分解到片区、库站、个人,每月进行考核,并加大奖励力度,鼓励各县公司给予先进集体、个人额外奖励,做到多层奖励、覆盖全员,激励及时、兑现到位。2月,抚州石油有6名员工获得“兑换能手”称号,并得到了相应的物质奖励。

“先生,您看看手机话费积分能兑换什么商品。”2月20日,黎川河源站站长黄芬向一位正在店内开票的客户推介易积分兑换活动。“你帮我看一看有

多少积分,我从来没关注过。”客户将手机递给黄芬。“您有1.1万积分,280积分可兑换一包鸥露纸,您能兑换30包呢。”黄芬说。“太好了!之前就听说话费积分到期就会清零,但是平时比较忙,总想不起来兑换,谢谢你的提醒。”客户高兴地说。

“您好,您的手机有多少积分了?我们站现在开展话费积分兑换活动,如果积分多的话,可以兑换几瓶燃油宝;如果积分少也没关系,兑换几瓶卓玛泉或几包鸥露纸也挺划算的,不用花您一分钱。”南丰付坊加油站是夫妻委托站,只要顾客进站,夫妻俩就会主动询问、推介。2月,该站话费积分兑换额4200元,排名南丰石油小站前例。

“一站当天积分兑换590元,当班员工求赞;五站当天积分兑换1500元,当班员工求赞。”每天,各站员工都会在工作群里晒当天的业绩,管理人员则在群里为员工点赞。

摆摊设点,拓宽活动开展范围

为了扩大活动开展的范围,抚州

石油组建营销团队前往企业、社区、工厂、村镇、汽车城等地摆摊设点,促销易捷商品、兑换话费积分,让市民在家门口就能享受便捷服务。“在小区门口摆摊设点,很接地气。其目的就是服务小区居民,让易捷商品走进千家万户。”东乡八站站长说。

“鸥露纸的吸水性特别好。”2月18日晚,在南城中心广场一侧,一名身穿蓝色工装的石化员工手拿一张餐巾纸浸泡在水盆里,然后取出拧干,向围观的市民说:“你们看,这纸泡在水里都不会溶解,现在用话费积分兑换,可以免费拿回家。”

到站帮扶,提升员工销售技巧

抚州石油要求各分公司及时关注活动排名靠后的站点,并组织销售精英到这些站进行帮扶、指导,以及邀请培训专员送课到站,现场实操演示、解答员工疑问,通过言传身教的方式,做到先进带动后进。

“张先生,我们站目前有很多优惠活动,这些组合商品有折扣,那些商品可以用话费积分兑换,很多商品

还可以用电子券换购,叠加下来,您可以省不少钱呢。”在南丰五站,领班李红琴指着货架说完,便拿起计算器为张先生算起“省钱账”。为实现精准营销,李红琴在各类营销活动方案出台后,总会计算怎样才能让客户用较少的钱买到心仪的的商品。由于加油现场不方便使用手机,她便在口袋里装上本和笔,记录客户的联系方式、购买需求,然后根据活动方案及客户需求,重点选择几类商品向客户进行精准推介。

“小李,你算的账比我算的细多了,这些商品算下来,又省了好几百元。帮我装车吧。”张先生在李红琴的推介下,除了用话费积分兑换了商品,还买了近千元的商品。“微笑多一点、嘴巴甜一点、态度好一点,回头率就高一点。”站务会上,李红琴分享了自己的销售心得。

非油拓市
Oil Marketing Weekly

营销也需要另辟蹊径

□季刚

“你爱我,我爱你,蜜雪冰城甜蜜蜜”,相信,很多人都听过这首蜜雪冰城奶茶的宣传神曲。该奶茶品牌之所以突然走红,其中有个原因,就是它抓住了短视频流行的趋势,制作简单、有趣的主题曲并播出,迅速吸引了人们的眼球。

最初,由于该品牌奶茶售价在10元左右,在三四线城市销售较好。后来,该奶茶品牌为了进军一二线城市,便在这种薄利多销营销方式的基础上另辟蹊径,以出其不意的宣传方式,让更多消费者对它熟悉起来。

其实,开展营销工作也需要在方式方法上另辟蹊径。当然,另辟蹊径不是投机取巧,也不是恶意炒作,而是在原有的销售方式上,换位思考,增加新的营销方式。一位销售能手在分享燃油宝销售经验时说,他在推介时,会用白色的手套在排气管尾部轻轻摸几下,让客户查看变黑的手套,然后再告诉对方可以使用燃油宝来清除车内发动机的积炭。这种推介方式获得了客户的认同,让他们感受到该产品确实能够解决问题,从而带动了燃油宝销售。

当我们遇到问题时,不妨试着打破思维定式,另辟蹊径,或许能够“柳暗花明又一村”。

前沿速递
Oil Marketing Weekly

衢州石油
借力政府消费券提升销量

本报讯 自2月中旬开始,浙江省衢州市柯城区政府向市场投放“满100元减25元”电子消费券,消费券可在衢州石油指定加油站叠加使用。截至目前,衢州石油品、非油品销量均实现同比增长。(邱丽芳)

宜昌石油
推广营销口袋书提升服务

本报讯 近日,湖北宜昌石油针对营销工作、商品推介等编写口诀并推广。宜昌石油针对营销工作,推出“车辆引到位,方便来消费;燃油宝先行,再推油优惠……”的口诀;针对商品推介,推出“人到中年不得已,茶杯里面泡枸杞……”的口诀,并制成口袋书,组织员工学习,提升员工销售技巧。(钟宇)

上高石油
与4S店合作推出权益包

本报讯 近日,江西上高石油深化与4S店的合作,双方进一步整合现有资源,共同推出“中国石化权益包”。客户购买汽车即可获得权益包,可享受加油优惠、免费洗车、免费保养,以及粮油套餐、易捷折扣券等优惠。(胡小涛)

乌兰察布石油
首笔化肥销售额超10万元

本报讯 近日,内蒙古乌兰察布石油深入走访春耕用户,详细了解客户的生产需求,并与化肥厂家合作召开客户座谈会,在沟通中加强联系,提高客户认可度。截至目前,乌兰察布石油首笔化肥销售额达10.8万元。(张捷)

濮阳石油
深入开展百日竞赛活动

本报讯 近日,河南濮阳石油积极开展“加油站服务提升百日竞赛”活动。濮阳石油组织员工观看规范操作教学视频、开展环境卫生整治工作、推广无接触式加油服务,加强现场管理监督,不断提升加油站现场服务质量。(赵耀)

十堰石油
开展石化钱包开发评比

本报讯 2月以来,湖北十堰石油利用钉钉工作群开展石化钱包开发评比活动,要求各站站长每日定时在群内通报开发量、使用量及油品销量等,由管理人员对各站情况进行评比,提升了开发客户数量。(王敏)

近期,安徽合肥石油开展了易捷商品自查工作,严防过期、变质,以及标识不清、产地不明等商品上架,确保商品质量百分之百合格。图为中心加油站员工检查商品。孙德荣 摄



雪容融展台受客户青睐

近期,河南新乡石油开展陈列竞赛,助推“加油站服务提升百日竞赛”活动走向深入。新乡石油各站在加油现场、易捷店内摆放造型各异的堆头,在装扮环境的同时,吸引客户进店。图为新乡石油小店加油站员工手工制作的雪容融展台,吸引了很多顾客前来咨询、购买商品。

长城润滑油杯
新闻摄影竞赛

湖北恩施石油向市场要销量、向服务要增量、向管理要质量,非油销售额持续提升

勤说勤跑,撬开市场之门

□王楚怡

年初以来,湖北恩施石油通过向市场要销量、向服务要增量、向管理要质量,持续提升非油销售额。1~2月,恩施石油非油销售额同比增长22%。

向服务要增量

“先生,现在我们站开展促销活动,加油满200元及以上送购物抵扣券,您可以进店了解一下。”在石家沟加油站现场,员工主动向进站客户推介当期活动,并引导他们进店,而店内员工则热情地接待进店客户,根据对方需求推介商品。

吴亚兰售出苹果卡300张。

向管理要质量

“这款牛奶原价69元一箱,用券后84元两箱,在此基础上,再送您两包鸥露纸。”“这是我们的爆款大米,折后价格只要28.8元一袋,这款米品质上乘,自己吃、送人都不错。”施州加油站调整推介话术,大大提高了推介成功率。1~2月,恩施石油用券率排名湖北石油前列。

年初,土桥加油站引进了一款食用油,尽管员工主动向客户推介,但销售状况不佳,一个月只卖了几桶。看着仓库里堆积的食用油,站长周宁燕坐不住了,一方面向公司申请促销政策,另一方面带领员工走访周边的饭店、餐馆进行推介。

刚开始,他们四处碰壁,后来,终于有位餐馆负责人觉得这款食用油促销后的性价比比较高,便把加油站滞销的食用油全部买了下来。了解到对方还有米、面等采购需求,周宁燕便向他推介了加油站热卖的大米。“开始就为了把滞销的食用油卖出去才想着走出站外,没想到还收获了一个大客户。看来,以后还真得多跑跑市场。”周宁燕笑着说。

年初,恩施石油修订了《便利店临时商品及商品报损管理办法》,对如何促销滞销积压等商品有了明确规定。规定出台后,站长在商品销售过程中加强了进销存管理,并及时处理临时商品,有效减少了损失。同时,恩施石油在全州范围内开展烟草、润滑油专项盘点工作,做到全州110家易捷商店盘点全覆盖、无遗漏,进一步强化了管理、规避了风险。

恩施石油通过细化服务内容,不断提升服务质量。他们以“你要什么,我卖什么”为指导,深入市场调研,根据城市、乡村等的特点引进适销对路的商品,实现“你买什么,我有什么”的目标。同时,他们根据客户需求,提供现场导购、送货上门等服务,大大增强了客户黏性。

“女士,您尝尝这个白水苹果,又甜又脆。”这天,高速出口加油站员工吴亚兰带着白水苹果来到附近的物流园区,向客户推介苹果卡。自恩施石油推出苹果卡销售业务后,吴亚兰便持卡下单买来苹果试吃,“苹果品质好,我也就有底气推介了”。在物流园区推介当天,



纸皮核桃成畅销商品

□冯晓燕文/图

“您好,这是来自新疆阿克苏的薄壳纸皮核桃,多吃核桃能增强记忆力、补气养血,现在店里正在开展促销活动,折后价格非常划算。”3月初,在浙江台州石油白云山加油站,员工何馨正热情地向客户推介店内新品。

白云山加油站地处闹市区,附近遍布住宅、商业区、写字楼,是车流量较大的一个站点。年初以来,该站根据市场调研结果及顾客消费需求分析,结合“加油站服务提升百日竞赛”活动,开展了主题为“新年囤货发发发、如虎添翼捷节高”的促销活动。他们在加油现

时尚易站
Oil Marketing Weekly

非油课堂
Oil Marketing Weekly