

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

自销售公司推出易捷养车节活动以来,北京石油以易捷养车卡为主打商品推动活动开展

推广养车卡 油非双增长

□慧 彭慧津

“自从办了这张养车卡,加油、洗车都有优惠,特别方便。”4月11日,在北京石油华顺加油站,车主王先生正在用易捷养车卡洗车。3月中旬,销售公司推出易捷养车节活动,北京石油以易捷养车卡为主打商品推动活动开展,助力油非双增长。截至4月,养车卡累计销售22.6万张,打响了养车节第一炮。

提前谋划,突出活动重点

北京石油以增加加油站会员为重点,推出养车卡,并精心制定营销方案,持续增加客户黏性,确保易捷养车

节活动取得实效。

养车卡在内容设计上,采取按月发放优惠的形式,优惠内容涉及加油、购物、洗车、养车等多个领域,优惠价值达6999元,销售价格为198元,客户获得感明显;在营销模式上,重点突出会员专享资格,活动期间,中国石化会员可以98元的专享价格购买市场价198元的养车卡。同时,北京石油利用加油站广告位、微信公众号、APP首页弹窗、企业微信群等渠道宣传引流,在短时间内获得了客户认可。

“我在微信公众号上看到了养车卡介绍,优惠多、挺划算,便趁着今天来加油的机会办一张。”在龙达加油站,老客户刘先生为养车卡点赞。

层层部署,激发全员动力

北京石油采取市公司、分公司、片区、加油站四级联动模式推广养车卡,层层动员部署,确保活动取得实效。

北京石油组织相关部门管理人员召开专题会议,统一思想,提高认识;分公司召开动员大会,组织员工学习易捷养车节活动及养车卡推广方案,深入研究群策群力;片区召开经营分析会,根据各站实际情况确立销售目标,确保营销政策直达一线员工,并邀请营销专家到站开展营销培训,提升员工营销技能;加油站上班前班后会上,向员工强调养车节活动的重要性及养车卡推广奖励政策,调动员工销售积极性,提振

士气。“开发养车卡会员,既能完成销售任务,又能多拿销售奖金,当然得努力推介了。”员工小张说。

多措并举,全力奋战抢市场

北京石油各分公司根据自身实际特点,量身定制销售策略,鼓励各站扩大营销范围,深入挖掘潜在客户。

养车卡推广期间,大兴分公司要求各站长现场指导员工开口推介,做到进店必宣传、逢客必开口,并推出一听、二问、三比、四总结的四步营销法,提升现场销售质量。通州分公司开展了“服务看我行动,养车伴您左右”主题活动,组织党员先锋队进社区、公园,向顾客推介养车卡,并帮他

们细算账,让顾客直观地感受养车卡的超值优惠。京东分公司以月、周、天、时为单位,组织各站“晒”养车卡销量、会员拉新数量、计划完成率等数据,让员工眼里有“数”、心里有“劲”,激发员工工作热情。

同时,各站将养车卡的具体内容、优惠价格等以海报形式展示给客户,将海报张贴在加油站入口等显眼位置,并利用站内广播循环播放养车卡的音频广告,营造活动氛围。截至目前,养车卡会员数量日均增长5500余人,带动非油品日均销售额增加150余万元。

非油拓市
Oil Marketing Weekly

垫付油款赢得非油客户

□黄旭敏

江西南丰石油第一加油站站长吴毅宏为人热情、诚恳,进站客户都愿意跟他聊上几句。某石场负责人姚先生是该站的老客户,每次来县城办事,都会到第一加油站找吴毅宏唠几句,顺便买上千余元的烟酒、食品带回去。

说起这位老客户,还要从去年底的一天说起。那天18时,石场司机到站挖机及两只大油桶加油,在付油款时发现钱没带够,还差1200元。当时,姚先生在外地,一时半会儿赶不回来,而司机表示有几家施工单位在石场进石渣,石场必须加班加点进行生产,他要在天黑前赶回石场。吴毅宏赶紧拨通姚先生的电话说明情况,并说:“姚先生,今天这种情况比较特殊,这1200元我个人先给您垫上,等您回来再把钱还上,您看行不行?”身在外地的姚先生连声道谢:“吴站长,您放一百个心,我回来第一件事就是到您

站里还钱。”

“谢谢你帮了我大忙,是我没考虑周到,以致没留足油款。”次日下午,姚先生来到第一加油站,将钱还给了吴毅宏,并表示感谢。“石场用油量大,您可以办几张加油卡,便于统计、查询用油量。”吴毅宏提出建议。“好,我明天就办卡。”说完,姚先生在店里逛了起来。

“你们店里的商品还挺全。”姚先生看着琳琅满目的商品说。“是的,不仅品种丰富,而且质量过硬,这些烟酒都是正规渠道进货。”吴毅宏马上向对方介绍易捷商品及优惠活动。听完介绍,姚先生当即买了一箱长白山矿泉水:“我们石场离城比较远,工人想买包烟都得到几里外的村里去,我打算在石场里开个小卖部,省得工人每次都走那么远的路,以后我就在你这儿进货。”

此后,姚先生成了该站的忠实客户,还和吴毅宏成了朋友。

“听”来的销售大单

□刘强军

4月,河南济源石油与济源邮政储蓄银行合作推出“加油满减”活动。该活动持续至6月底,每月投放“加油满减”优惠券1600张,预计增加汽油销量80余吨。这次合作,是无意中“听”来的。

近期,我们公司准备搞一次促销活动,提升邮储银行卡的发行量,领导想找一些信誉好的商超门店进行合作。”济源石油财务人员在与朋友聊天中偶然获知这一信息后,便马上向公司汇报。济源石油随即安排专人上门

与邮政储蓄银行沟通,洽谈合作事宜。

“全市现有工会会员14.4万人,目前持有邮政储蓄工会卡的有10.3万人。中国石化在济源有51座加油站,终端网络覆盖全市,油品质优量足,绝对有保障;我们公司还有各种营销活动,完全可以满足不同会员的差异化需求,并能让客户享受到实实在在的优惠。强强合作是对咱们品牌最好的宣传,更能有效提升邮储银行卡发行量。”精诚所至,金石为开。济源石油用信誉和诚意,让邮政储蓄银行将济源石油作为指定商家,联合开展了“邮储银行工会卡加油满减”活动。

佛手茶成外地车友新宠



□吴晓哲 邹勤文/图

“这是你们金华本地的特产吗?”4月22日,在浙江金华石油城北加油站内,一名操着外地口音的顾客拿起一盒佛手茶问道。“您好,这是我们加油站刚刚引进的佛手茶,以金华特产佛手搭配普洱、桂圆、党参、玫瑰等制作而成,品种多、味道好,送人自留都不错,您可以试试。”员工陈新红热情地介绍。

作为“金华第一站”的城北加油站,位于金华市迎宾大道高速公路入口,邻近双龙洞、黄大仙等著名景区,车流量较大。平时,很多外地车主都会在上高速公路前,前往城北站加油,并购买一些路上吃的零食或当地特产。

“你们店有什么金华特产吗?想买点儿回去送朋友。”一次,顾客的一句话引起了该站的注意。不久,该站在增加浙江特产的同时,重点引进了当地特产——佛手系列产品,包括佛手白茶、佛手普洱、佛手美人茶、佛手多福茶等,以满足外地客户的需求。

“佛手茶具有疏肝理气、和胃止痛、燥湿化痰等功效,自上架后,受到客户追捧,很多外地车主都会买上几袋。现在,我们推介起来越来越熟练,买的人自然也多了起来。”城北站站长吴健乐呵呵地说。

时尚易站
Oil Marketing Weekly

微信群里做营销

□肖颖

3月中旬,王女士前往江西九江石油德化路加油站加油,顺便买了大米和牛奶。“您好,加个加油站微信群吧,可以了解中国石化更多优惠活动。”王女士结账时,站长孟祥超向她介绍,“近期,我们公司开展了养车节活动,参加活动可以免费洗车、领取满99元减30元的易捷购物券,还有很多优惠活动,我在微信里推送给您吧。”王女士听后,欣然接受。

3月底,王女士在做饭时发现食用油快用完,便想起孟祥超说的易捷购物券,随即在微信群询问。她按照孟祥超的介绍,关注了江西石油微信公众号,领取了购物券,买到了物美价廉的食用油。

河北沧州石油肃宁经营部把推广“油滴套餐”列入常态化工作,在员工培训、督导调度、现场推介等方面下足功夫

“油滴套餐”促进油非深度融合

□张洁 尹颖俐

河北沧州石油肃宁经营部把推广“油滴套餐”列入常态化工作,大力拓展“油滴”会员,促进油非深度融合,在员工培训、督导调度、现场推介等方面下足功夫,收到良好效果。3月,肃宁经营部“油滴套餐”非油贡献率达72%,排名沧州石油第

一层层传递任务压力

“‘油滴套餐’的推广是促进油非相融的有力抓手,能带动油非经营指标全面提升。”在站长会上,肃宁经营部经理张重阳说。肃宁经营部管理团队将“油滴套餐”推广指标进行分解,并带头认领推广任务,向站长、班长、员工传递任务压力。

肃宁经营部按照加油站规模分

区、分析原因、制定提升方法。针对城区主力站点,该经营部坚持每日调度,时刻追踪任务完成情况。一季度,该经营部连续3个月超额完成“油滴套餐”推广任务,计划完成率排名沧州石油前三。

营造全员销售氛围

“汽油客户偏爱纸巾、口香糖等小商品,柴油客户购买泡面、毛巾居多,要对客户需求做到心中有数,才能按需推介。”肃宁4站站长陈立军在岗前培训时说。

在“油滴套餐”推广中,肃宁经营部召集站长、易捷店管理员成立政策研究小组,研究解读营销活动方案,然后面向全员开展专项培训,调动全员推广积极性。

肃宁4站针对“油滴套餐”中满减优惠券,推出“方便面+酱油+带鱼罐头”“面露面巾纸+卫生纸”等畅销商品优惠组合,鼓励员工积极推介,

营造全员销售氛围。3月,肃宁4站

更多固定客户的同时,邀请他们加入客户群。

为了活跃客户群氛围,孟祥超不断收集最新的话题和新闻,并利用午休及下班时间,设置话题与客户互动;赶上七夕节、妇女节、中秋节等,孟祥超会在群里发红包,活跃气氛。同时,他发动员工每天在各自朋友圈推送促销活动信息,让客户随时掌握加油站动向。

“我们一定要做好服务,为客户营造舒心的消费氛围,不能让他们觉得群里说的跟店里做的不一样。”孟祥超说。该站通过客户群,向客户介绍易捷网上商城,引导客户关注并使用,享受各种活动优惠;引导客户到加油站领购购物券,在店里换购商品。同时,孟祥超仔细休息的员工,按照客户档案走访客户,根据他们的需求提供送货上门服务;去企事业单位推介商品,获取

加油加气站向导。

“我们一定要做好服务,为客户营造舒心的消费氛围,不能让他们觉得群里说的跟店里做的不一样。”孟祥超说。该站通过客户群,向客户介绍易捷网上商城,引导客户关注并使用,享受各种活动优惠;引导客户到加油站领购购物券,在店里换购商品。同时,孟祥超仔细休息的员工,按照客户档案走访客户,根据他们的需求提供送货上门服务;去企事业单位推介商品,获取

加油加气站向导。