

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

(65)

●名称
贵州贵阳石油北京西路加油站

●定位
贵阳市云岩区
北京西路小湾河桥头附近

●特色
新形象、新业态、新活力

●成绩
2021年单站成品油销量近两万吨,
排名贵州石油第一



对北京西路加油站,他们有话说:

客户杨女士评价:

我是上班族,公司就在北京西路站附近,每次下班后,我都习惯到油站放松心情后再回家。面对充满青春活力、热情洋溢的员工,我顿觉疲惫一扫而空;在“女士停车位”加完油顺便洗个车,车靓了心情也靓了;在水吧喝点饮料、吃点小食、欣赏一下窗外风景,不由发出生活原来可以如此惬意的感慨。

员工李佳俊感言:

我是一名00后,我站同事大部分与我年纪相仿。大家共同话题很多,在工作上也能够互相理解互相帮助。无论谁有事,其他人都会二话不说顶上去。对我们来说,油站是成长平台更是家,我们愿用年轻时尚的心态扮靓油站,用活力满满的朝气感染客户。因为大家都有一个共同目标:为客户提供最好服务,让他们来了还想来。

站长王猛展望:

每日到我站加油的车有2600余辆。为不断提升客户体验,我带领员工把功夫下在现场,推行微笑服务、快捷服务,与顾客分享最新营销信息,交流节油和车辆保养心得,拉近与客户的距离。同时,作为“万吨站示范党支部”副书记,我也将继续带领员工加满“油”、起好步,用心服务客户、擦亮石化品牌,用实际行动喜迎党的二十大胜利召开。



□施延吉 许金玲 姜楚乔 文/图

“江南千条水,云贵万重山”。作为中国唯一没有平原的省份,贵州省以山地铸就独特风骨。有西南“小香港”之称的省会城市贵阳,随着近年来经济高速发展,已成为一座具有高原山地特色的现代化时尚“潮都”,曾入围“十佳不夜城”和“网红城市”百强榜单。

随着贵阳市消费水平不断提高,贵阳人吃得“更讲究”、穿得“更时尚”、逛得“更多元”。位于小湾河畔

的贵州贵阳石油北京西路加油站,连接贵阳新老城区,方圆十公里范围内有贵阳热门网红打卡点威尼斯小镇、钟书阁、贵州省博物馆等,既是网红打卡点,又是网红休息点。

作为2020年8月投营的“观山湖区第一站”,北京西路加油站不仅周边绿草如茵、河水清澈,而且设施功能齐全,是贵阳石油首座全品号加油站,拥有销售公司授牌的贵州首个“万吨站示范党支部”,去年单站销量排名贵州石油第一。

不断探索“加油站+”新业态,成为当地著名的拥有新形象、新业态、新活力的“三新”加油站。

提升“加油站+时尚”体验

看到“90后小伙在乡村墙上彩绘受到网友点赞”的新闻后,北京西路站员工受到启发,用彩色喷绘把站内围墙涂鸦成网红墙,吸引众多年轻人前来打卡。“女士停车位”也是该站一大亮点,涂成粉红色且面积宽敞的车位受到女性车主喜爱。此外,该站还开设水吧,提供现磨咖啡、奶茶等饮品,以及关东煮、烤肠等小食。



□钟艺

从全员营销到全民分销,浙江石油解锁“易捷养车卡”销售新模式

售卡新纪录:每分钟7张

石油借力易捷养车节,限时推出98型、198型两款“易捷养车卡”,即客户一次性花费98元或198元,就可以享受加油优惠、免费洗车、实惠养车等权益。与市面上各类打包服务、捆绑销售的套餐类养车产品不同,浙江石油推出的“易捷养车卡”是一款轻量型养车产品,聚焦加油、洗车、保养等客户三大核心需求,摒弃不必要的捆绑,切实降低客户养车成本。同时,通过将油品销售与易捷服务组合,实现油品差异化优惠,受到客户青睐。

“易捷养车卡”自上线以来,受到车主广泛好评:“加油、洗车、保养,卡里的每一项权益我们都用得上!”

立足不同岗位挖掘养车卡卖点

“易捷养车卡”上线后,浙江石油开展覆盖各级机关、业务线条和油站员工的全员营销竞赛,要求他们从不同角度挖掘“易捷养车卡”卖点。客户经理认为“卖卡就是卖油”,通过“易捷养车卡”分期权益,锁定客户长期消费,稳油固客;油站员工认为“养车卡是燃油宝销售的助推剂”,主动做好燃油宝与“易捷养车卡”的关联销售。各线条的积极性被调动起来,涌现出一大批销售明星。

绍兴石油员工方佳琳利用拜访大客户的机会销售“易捷养车卡”400余张;衢州石油城关加油站燃油宝销售能手叶红娟,通过销售燃油宝带动销售“易捷养车卡”120多张。

为营造“易捷养车卡”销售的浓厚氛围,浙江石油还开发全员可见的“易捷养车卡”销售实时数据面板,员工可以实时看到自己的销售业绩,通过每日排行竞赛有效调动起他们的销售积极性。同时,浙江石油推广“易捷养车卡”销售业绩好的油站、片区经验,并对相对落后的公司进行帮扶,带动全省“易捷养车卡”单日销量最高突破4700张。

裂变式分销让易捷养车卡“火出圈”

“加油优惠重磅发售,限时成为养车卡推荐官,为朋友省油费、为自己赚油费!”4月初的一天晚上,浙江石油微信公众号的一篇文章阅读量逾10万人次。参与“易捷养车卡”分销降低用车成本,成为浙江车友热议的话题。

浙江石油还让客户成为“养车卡推荐官”,以实现裂变式分销。活动期间,客户分享活动链接,成功推荐一人办理“易捷养车卡”即可返现5元加油红包,上不封顶。

活动吸引了大批客户参与,截至目前,客户分享活动链接逾10万次,售出“易捷养车卡”3400多张,“没想到推荐办理养车卡还能赚外快,一晚上我就获得了150元加油红包!”长年在嘉兴石油创源加油站的网约车司机牛师傅,将活动链接分享到朋友圈,轻松推销出30多张“易捷养车卡”。

裂变式分销让易捷养车卡“火出圈”,在浙江地区掀起销售热潮。



近日,河南南阳石油在“加油站服务提升百日竞赛”活动中,以完善加油站服务功能为抓手,大力发展绿色新能源充电业务,在城区外围加油站建成5座充电桩并投入运营,为新能源货车提供充电便利,为打通城市供应链作出贡献。图为卧龙园通加油站员工为新能源货车充电。
姜明武 摄

钦州石油
首获海上直分销大单

本报讯 今年以来,广西钦州石油大力开拓海上用油市场,通过“线上沟通+线下合作”,于近日成功拿下1500吨直分销供油大单,首次实现海上发油,将供油渠道从单一的陆上供油转变为“陆上+海上”多元化供油。

钦州石油将“海上供油”作为油品销量新增长点,及时完成海上发油项目改造,精心制作钦州油气库海上发油宣传册,制定海上油品销售方案,开展海上油非互促营销活动。

疫情期间,钦州石油实施疫情防控网格化管理,坚守零感染底线。该公司要求所辖临海油库做好特殊时期人员优化排班,组织员工开展休班“开小灶”和晚班“夜课堂”活动,学习海上发油操作规程及应知应会知识,实现员工100%掌握海上发油操作、应急处置措施和风险辨识,同时,制定海上发油绩效奖励方案,激励员工提升业务技能、增强服务意识,为经营创效贡献力量。

(杨景贺 李慧芳)

解析:钦州石油为海上船舶供油拓展了销售渠道,将直分销业务首次推向海上市场,带给销售企业启示:面对激烈的成品油市场竞争,只有及时调整营销思路、灵活把握销售机遇,变被动为主动,才能掌握市场主动权。

铜仁石油
语音提示为基层减负

本报讯 “002号枪,支付200元成功”“非油品抵扣券金额10元”……近日,在贵州铜仁石油印江加油站,支付成功的语音提示不断响起。

铜仁石油利用“站级一体化”系统的语音功能,配备语音调频发射器、语音接收器,通过语音调频发射,将语音提示同步传输到员工随身携带的语音接收器。客户手机支付后,语音接收器能同步接收并进行语音提示,不仅使顾客清楚支付信息,而且员工能及时知晓顾客付款情况。

“语音提示减轻了员工的心理负担,再也不用担心顾客支付不成功去退款,有效提高了油站车辆通过率。”印江站站长黄敏说。

目前,铜仁石油第一批语音提示设备已在55座加油站成功安装。下一步,该公司将继续推广,实现101座在营加油站语音提示全覆盖。

解析:“站级一体化”新零售模式在深化管理、强化服务、精准营销方面有巨大的想象空间,是助力企业提质增效、转型升级的重要抓手。充分利用“站级一体化”系统,销售企业可以提升软硬件,更好地为客户提供快捷、便利的服务。

石化员工团购网
百万石化员工专属优惠购物平台



咨询热线:4000-700-838



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