



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

大干70天! 攻坚克难扩销增效

——销售公司开展攻坚创效专项行动纪实

核心
阅读

□魏富盛 杨洋

今年以来,面对严峻的市场形势,销售公司坚持以客户为中心,于4月25日开展“大干70天”攻坚创效专项行动,要求各销售企业积极参与市场竞争,全力扩大油品、易捷商品、天然气经营规模,提升创效水平。各销售企业纷纷行动起来,坚定信心紧盯目标、抢抓机遇拓展市场、全力以赴扩销增效,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。本版推出专题,展示部分销售企业在此次攻坚创效专项行动中的亮点做法。

伴随着一声汽笛,一列44节油罐火车缓缓驶入北京石油长辛店油库。炎炎烈日下,油库接卸员在火车顶部连续奋战4个小时完成接卸作业,汗水湿透衣衫。“虽然天气炎热,但是为保障油品供应,一切努力都值得。”接卸员张迎抹去脸上的汗珠说。

4月25日,为应对国际油价上涨和疫情反复叠加带来的不利影响,销售公司部署启动“大干70天”攻坚创效专项行动,制定专项考核方案,紧盯全年目标,引导销售企业全力以赴扩销增效。

7月5日,攻坚创效专项行动圆满收官。各销售企业全力承接资源、大力开拓市场、用心提升服务水平,计划任务均超预期完成,为实现全年目标打下了坚实基础。

产销协同发力,保产业链稳定畅通

3月以来,疫情多点散发,国内成品油需求锐减,各地成品油库存居高不下,产业链稳定运行面临挑战。

销售公司应势而谋、因势而动,将“保集团产业链生产运行平稳”作为首要任务,充分发挥大区公司的供应链协同优势,按计划足额接收配置资源,畅通炼化企业后路。

销售华中推进安庆油库8万立方米扩容项目提前投产,拓展安庆石化汽油资源销售渠道;销售华北逐日跟踪省市出库和空容,提级管理每日运输计划;销售华东积极协调高桥石化打通外港海滨码头成品油发运流程,实现内港外港水路同时发运,成品油水路出厂能力大幅增强;销售华南加强与香港石油及社会单位仓储合作,累计租用罐容50万立方米,有效缓解沿海炼厂的出厂压力;销售西北强化资源统筹,加强走访区内销售企业,实地了解经营需求,提升资源服务质量。

全力承接资源的同时,销售公司组建市场分析决策专家团队,密切关注市场变化,增强市场快速反应能力。5月底,销售企业所有权库存、实物库存均由历史最高位快速降至合理区间,保证了业务正常运转。

抢抓市场机遇,促经营量稳中有升

“你们真是及时雨,我正为生产用油犯愁,你们就送油上门了!”前不久,福建某工程公司老板向送油上门的福建石油客户经理阮建兴连声道谢。

阮建兴抓住福建宁德复工复产的时机,跑遍重点工程工地,逐一帮助客户制定个性化用油、配送方案,同时,为客户配送米面油等生活物资,带动油非销量双增长。

攻坚创效专项行动开展以来,各销售企业千方百计拓市场、创效益,实现经营量效逆市突围。

抢抓市场机遇,加大客户开发力度。浙江石油通过差异化营销和管家式服务,不断扩大直分销经营规模;湖北石油以数字化转型推进拓市增效,1~5月直分销总量同比增长35.6%;天津石油发挥资源优势,挖掘天然气重卡潜在用户,锁定物流企业用气需求,5月天然气销量同比增长13%。

“一站一策、一路一策、一户一策”精准营销。北京石油加快“爱跑98”汽油市场推广,1~5月“爱跑98”汽油销量增幅排名销售企业首位;广东石油锁定货车加油卡用尾气处理液的刚性需求,开展油非互促活动,带动柴油销售同比大幅增长。

考核激励调动员工拓市创效积极性。安徽石油实行全联量薪酬考核鼓励客户经理拓市增量;湖南石油在加油站开展“赛业绩、晒收入、看考核”劳效评价;贵州石油健全省、市、县、站四级大客户经理体系,明确销售与绩效、薪酬挂钩机制,调动客户经理开拓客户的积极性。

聚焦效率提升,体验升级让客户满意

客户从进站加油到完成现金支付仅需70秒、扫描二维码办理加油卡仅需20秒、在加油机上显示客户折扣信息仅需两秒……随着“加油站服务提升百日竞赛”活动的深入推进,各销售企业聚焦效率提升、体验升级等方面,为客户提供优质服务。5月,客户服务评价满意度达99.94%。

为客户提供多元化服务。5月,易捷公司开展“酒水节”主题营销活动,启动易捷“甄酒馆”建设计划,引入直播带货,实现“月月有主题,天天有直播”。同时,丰富自有品牌、优化商品结构,多元化推进汽服、广告、餐饮、保险等新业务开展,1~5月销售额实现同比增长。

为客户提供贴心服务。今年以来,销售公司全面开展“加油站服务提升百日竞赛”活动,重新编制“加油六步法”“收银五步法”新流程,以标准流程提升服务水平。同时,销售公司实施清洁提升计划,开展“厕所革命”,提升现场环境卫生水平;推进加油站夜间亮化工程,对加油站品牌柱、檐口标识、罩棚照明等进行亮化提升改造,助力油站深挖夜间销售潜力。

为客户提供暖心服务。疫情期间,各销售企业充分发挥加油站网络、服务优势,设置核酸检测采集点和临时休息区,为客户提供停车、休息、消杀等服务,同时,开展赠送防疫礼包、餐饮打包、无接触取餐服务等关爱活动。截至5月底,销售公司已建设投营2388座“司机之家”,深受消费者好评。



安徽石油

零售
攻坚“五字诀”
助力零售量拔头筹

本报讯 安徽石油坚持百日竞赛和攻坚创效双轮驱动,念好“快、准、严、细、实”五字诀,5月自营机出零售量完成率达116%,排名区内销售企业第一;攻坚创效任务完成超进度14%,排名区内销售企业第二。

部署上突出“快”。开展攻坚创效专项行动后,安徽石油层层召开动员大会,解读方案,制定考核激励措施,激发市县站三级拓市场、稳客户、增效益的活力;紧盯目标进度,建立“日通报、周分析、旬点评、月总结”机制,营造“落后看中间,中间看先进,先进更先进”的竞赛氛围。

营销上突出“准”。安徽石油紧紧围绕攻坚创效目标,在汽油大站安排引导员维持现场秩序,提高车辆通过率;以“千站亮剑”为抓手,建立柴油重点站站长群,灵活选取车流量大、竞争激烈区域的站点开展活动;联合省农业农技厅建立农用油保供服务机制,开设354座“三夏”农机保供站。

管理上突出“严”。安徽石油坚持以督查、整改、提升促活动高质量开展,建立完善省、市、县三级视频巡查机制,从严落实现场服务日巡查制度,及时通报突出问题,明确处罚措施,做到精准发现问题、严肃反馈问题、严格督促整改。目前,跑动服务、微笑服务、亮声服务已成为油站员工的工作常态。

服务上突出“细”。安徽石油以提升进站率、通过率、加满率、回头率和满意率“五率”为目标,围绕加油“六步法”、室内收银“五步法”、交接班等操作流程,开展“加油站服务提升百日竞赛”情景模拟大赛,演绎20余种在加油站现场出现的消费服务场景,考查、增强员工的服务规范及临场应变能力,从而提升客户体验。

效果上突出“实”。安徽石油按照“全覆盖、全过程、无缝隙”的原则,实施“治破治旧”亮形象工程,分批次对全省800余座“老旧破小”站进行改造,通过拓宽进站口、亮化墙面、更新设备、增设照明牌牌柱、设置引导和停车位等措施,提升油站可视度;在站内布置盆栽、种植花卉,为客户营造干净、明亮的消费环境。

(孙德荣 俞跃周)

浙江石油

直批
攻坚抓住时机
巩固直分销经营规模

本报讯 5月以来,浙江石油抓住疫情逐渐好转、气温升高、消费回暖等有利时机,不断巩固直分销经营规模,直分销量同比增长15%。

层层传递抓住客户购买意愿。随着国内成品油市场价格不断公开透明,客户对价格更为敏感,能在第一时间抓住客户的购买意愿是实现销售的关键。为此,浙江石油商客中心每天向分公司分享成品油市场情况,分公司商客部通过客户经理向客户传递市场动态信息,引导客户经理在市场发生变化时能够及时联系客户调整采购策略,实现共赢。

围绕痛点开展促销优惠活动。5月以来,国内油价持续走高,物流企业运输成本增加。针对运输企业的痛点问题,浙江石油根据不同地区的资源到货成本制定不同价格区间,开展全省柴油促销。此外,该公司从关怀客户的角度出发,针对杭州地区受亚运会延期影响的建筑相关终端客户、环杭州湾区域的物流及相关行业客户,开展多种形式的促销优惠活动。开展攻坚创效专项行动期间,浙江石油共组织开展优惠促销活动6次,锁定了物流运输大客户。

管家式服务巩固市场终端。当前,浙江石油共有一万余家直分销终端客户。开展攻坚创效专项行动期间,浙江石油紧盯终端客户,创新客户经理走访模式,要求客户经理主动提供配送、测水高和清罐等管家服务,并帮助客户开通行证、维修加油机、提供专业油品培训等,以服务提升客户满意度。开展攻坚创效专项行动期间,该公司客户经理累计走访客户5000余家。浙江石油还创新直分销专业线条人员薪酬考核,分保底薪酬、绩效薪酬、增量薪酬三部分,对新增直分销客户的有效销量按同比例进行额外奖励。开展攻坚创效专项行动期间,浙江石油开单客户数同比增加12.8%,其中核心客户直分销量同比增长8%。

(舒志国 洪宇)

新疆石油

天然气
攻坚月度天然气销量
创历史新高

本报讯 新疆石油大力推进天然气业务、做大天然气规模,通过拓展优势资源渠道,锁定重点客户开展长期战略合作,5月销售天然气创月度历史新高。

研判市场动态,制定营销策略。该公司密切关注市场动态,做好天然气市场调研和信息监测,通过总结市场规律制定科学营销政策,采取快进快销方式全力扩大天然气直分销规模。其中,哈密石油通过加气站日常经营数据分析发现,进站加气车辆多,但加满率较低。为此,他们对进站车辆进行客户调研,在加气站单笔加注指定公斤数的基础上开展“气非互动”活动,让客户得实惠,有效提升平均单枪加注量。

优化气源结构,增强创效能力。新疆石油坚持以客户为中心,锁定多家LNG(液化天然气)工厂资源份额及上游工厂一手优势资源,通过资源、价格、库存联动,增强资源创效能力。资源供应困难时,该公司天然气管理部采购、销售紧密联动,通过调整外采策略、合理分配资源,优化气源气价,同时,积极引进疆外气源,确保资源供应。

优化战略布局,放大采销优势。为推进天然气市场一体化,新疆石油、阿克苏石油区地两级公司多次拜访西北油田天然气销售中心,协调直分销客户实现油气双采购。新疆石油还与全疆大型LNG工厂达成采销合作协议,做强阿克苏、巴州CNG(压缩天然气)集群,做大高速公路哈密、吐鲁番LNG大通道市场。

合理控制损溢,降低运营成本。新疆石油通过强化管理,使加气站运行时率在80%以上,天然气损溢管理控制在2%以下。库车分公司天然气母站严把预算关、审批关、报销关,杜绝一切非必要开支。同时,利用电价峰谷平价计价规则,积极协调直分销客户车辆集中夜间充气,电费控制成效显著。

(毕辉 孙筱)

山西石油

易捷服务
攻坚易捷多途径、多业态发展
成为效益增长点

本报讯 山西石油克服疫情带来的不利影响,紧跟复工复产节奏,紧盯消费市场复苏与开发,以门店为中心拓展消费场景,加快易捷商品销售业务攻坚创效步伐。截至目前,该公司易捷基础品类销售额同比增幅排名区内销售企业第二。

优化业务流程。山西石油做好商品全生命周期管理,优化供应链业务流程,引进头部品牌和单品,建立动态淘汰机制,商品上新及淘汰率分别提升至15%,采购占比提升至86%;定期公开招商,建立供应商备选机制,强化供应商管理,严格考核供应商到货率及服务质量;优化物流配送方案,6月中旬实现全商品仓储。同时,山西石油细化配送门店分类,在太原完成“一周两配”试点工作,并总结经验在全省推广。

优化品类结构。开展攻坚创效专项行动以来,山西石油持续优化商品品类结构,5月引进新供应商9家、新品272种;加强与政府、银行等单位合作,引入第三方营销资源,同时,助力政府发放“晋情消费、悦享生活”电子消费券促消费活动,开展“加爱跑、抽飞天”“5月出行季、复工复产”等线上主题营销活动及“加油中石化、购物享七折”品牌营销活动,强化深度融合。

多业态齐发展。该公司以“线上直播+线下社群”为模式,今年以来开展直播带货54场,并持续开展“六进”(进企业、进学校、进机关、进社区、进乡镇、进商圈)活动,不断扩大易捷销售半径;积极进军工业车公司2000吨车用尾气处理液采购项目;全力服务地方发展,助力“晋货出晋”,以“三晋消费帮扶超市”投营、“关公故里、樱你而来”电商直播及生鲜产品进驻易捷为代表的助力乡村振兴活动有效开展,易捷多途径、多业态发展成为公司扩销增效新亮点。在太原石油滨河加油站,开业不久的“三晋消费帮扶超市”首次引进山西特色商品200余种,引导社会各界通过消费的方式参与支农、扶农、助农,受到好评。

(刘丽婷 秦晓耕)