



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

编者按:今年以来,销售公司为提升窗口单位服务水平、彰显中国石化良好的品牌形象,全面开展“加油站服务提升百日竞赛”活动。目前,该活动已进入验收评比阶段。各销售企业通过此次活动,创新了哪些服务方法?客户评价如何?现展示部分销售企业的经验做法,敬请关注。

浙江金华石油以“三会、两队、一机制”为抓手着力解决问题、注重经验分享、提升服务质量,6月客户好评率达99.98%

集众智强服务提升客户满意度

□ 严程林 王佳晶

今年以来,浙江金华石油深入推进“加油站服务提升百日竞赛”活动,以“三会、两队、一机制”为抓手,第一时间响应一线诉求,着力解决问题、注重经验分享、提升服务质量。6月,金华石油客户满意度持续提升,好评率达99.98%。

开“三会”,聚焦服务集思广益。“我们站特意在营业厅外,将近期的活动商品摆成精美地堆,可顾客还是直接走到便利店挑选商品。”武义汤

村岭加油站站长章久峰很迷茫。“你们用17种商品设置地堆,且每种商品都有爆炸贴,显得多且杂乱。倒不如挑选六七款超值商品,让折扣一目了然,可能效果更好。”在营销小组会上,武义城西站长董丽君给章久峰提建议。

金华石油组织机关管理人员不定期参加加油站站务会,及时了解员工的想法与建议,做好答疑释惑工作;安排部门业务骨干和油站销售能手成立营销小组,定期召开营销小组会,探讨方法、创新模式;每月定期开

站例会,总结分析月度工作,共享经验和做法,带动公司服务水平整体提升。

用“两队”,服务一线做好帮扶。金华石油团委青年志愿者项秀琪在义乌徐村加油站帮扶时,发现高峰时段车辆都在内侧车道排队加油,造成拥堵。“进站口处设置立柱上写着‘自助加油’,车主可能认为那边只提供人工服务。”项秀琪随即向徐村站长建议,将“自助加油”标识牌变成可拆卸的,在高峰时段卸下以便引流。

金华石油组建“青年帮扶队”,协助油站改装“自助加油”标识牌、擦洗清理立柱、拆洗油品灯箱等,截至目前已到站帮扶176次。与此同时,该公司打造尖兵“服务示范队”,对视频检查扣分、低星服务评价站点进行指导,有效增强了一线员工的服务意识。

执行“一机制”,发挥考核指挥棒作用。“‘加油六步法’我们很熟练,但还要认真练习,才能在日常工作中做到规范。”针对二季度服务大考,金华石油双龙加油站站长祝灵娟对照考

核细则分析短板,实现立查立改。金华石油组建服务提升专家团队,对照百日竞赛条款,完善“周一抽查、一月一督导、一季一通报”服务提升长效机制,即分公司业务部门每周进行线上视频抽查;每月深入油站进行穿透式检查,根据检查情况颁发“红黄旗”,鼓励先进、鞭策后进,并及时反馈检查问题,明确整改日期和标准;每季度针对油站站容站貌、服务、站长履职等开展大考,并结合日常考核进行通报和奖惩,进一步提升油站管理水平。

广东韶关石油要求员工对客户多问候、多关心、多换位思考,提供有温度的服务,客户评价排名由倒数跃升为全省第二

换位思考提供有温度的服务

□ 杨红 李伟

“老板,跑夜路一定要注意安全。您车上载的东西较多,慢一点行驶。”“李姐,您这条裙子可真好看。下雨天路不好走,您小心点别弄脏了!”……在广东韶关石油雄兴加油站,站长李伟热情地迎来送往。

如何为客户提供有温度的服

务?李伟不断在现场观察、分析和总结,独创了“三多”服务,即多问候、多关心、多换位思考。客户进站时,热情地问候,多察言观色。有一次,一位客户进站加油时,李伟发现他的脸色很不好,于是贴心地向他需不需要帮助。客户说自己因为受寒引起胃病,十分难受。李伟将他扶进休息室,为他找来藿香正气水,还端来一杯热水,客户症状缓解后,十分感动,成为雄兴加油站的常客。

在日常服务中,李伟发现,随口的一句“慢点开”“注意安全”“我可以帮到你吗”,往往都会收到意想不到的效果。很多客户因为贴心的问候,选择把油箱加满或进易捷便利店购买商品。李伟因此在雄兴站大力推行“三多”服务,并引导员工树立“油站就是家,我们对待客户要像对待家人一样”的服务理念。雄兴站的客户满意度不断提升,客户评价排名全区前列。

很快,李伟所在的南雄始兴经营管理部也开始推行“三多”服务,带动经营管理部的客户服务评价不断提升。今年初,为改变客户评价一直不理想状况,广东韶关石油抓住开展“加油站服务提升百日竞赛”活动的契机,将“三多”服务升级为市公司层面推广的“三多一有”服务,即多问候、多关心、多换位思考,为客户提供有温度的服务,并选择样板站站长及

获得公司“服务之星”称号的优秀员工组建“专家”服务帮扶队,由李伟任队长,对客户评价落后的加油站进行“保姆式”指导。李伟还带队到有需求的加油站开展一对一、手把手指导,有针对性地制定客户服务术语、指导员工现场实践,有效提升了客户满意度。上半年,广东韶关石油客户评价排名由去年的倒数跃升为全省第二。

江苏石油以服务软实力 全流程提升创效硬能力

□ 赵晨 戴明明

今年以来,江苏石油坚持“优质服务是最好的营销”理念,把“以客户为中心”贯穿全业务流程,夯实服务基础、提升服务内涵、优化客户全方位消费体验,以服务软实力提升带动创效能力持续增强。

聚焦客户,拓市增量增效。江苏石油把客户满意作为拓市增量的出发点和落脚点,开展“追客、寻客、蓄客、稳客”行动,完善大会员体系,精准为客户画像,并提供定制化服务,开发新客户682个。5月,该公司成品油直分销完成率132%。同时,江苏石油结合疫情常态化管控要求,加大食用油、卫生纸、饮用水等生活用品供应力度,满足客户需求。

赋能油站,增值挖潜创效。“没想到在加油站能洗车、用餐,衣食住行样样都方便。”近日,在苏州石油吴江八都加油站的“司机之家”,卡车司机杨师傅向千里之外的家人夸赞加油站的贴心服务。江苏石油把汽车服务作为增值服务的重要抓手,全面实施积分洗车,推广“自营洗车全免费”,目前全省共建设洗车网点727个,综合汽服站45座。同时,江苏石油加快全省“司机之家”“爱心驿站”建设,结合货车司机实际需求为客户



云南石油:特色商品受青睐

近日,云南西双版纳石油在易捷便利店引进全国电子商务进农村综合示范项目,精心挑选西瓜猪肉罐头、傣泐香米等特色商品销售,打造醒目的当地特色商品专区,受到市民和游客欢迎。因为油站员工向顾客介绍云南特色商品。

代泽万 陈潇 摄影报道

服务竞赛加持、精准营销助力、考核帮扶赋能

湖南石油成品油零售量逆市增长

□ 全青丰 彭扬兴

今年以来,面对疫情反复和油价高位震荡带来的严峻挑战,湖南石油扎实开展攻坚创效专项行动,以市场为导向,以客户为中心,以服务为抓手,打好服务竞赛、精准营销、考核帮扶“组合拳”,助推成品油零售逆市增长。1-6月,湖南石油零售量计划完成率达100.3%,排名区内销售企业第一。

服务快一秒,好评多一个

“金霞站的油品质量足,现在又有免费洗车等服务,我自然愿意来加油。”常到长沙石油金霞加油站加油的张先生说。今年以来,湖南石油扎实开展“加油站服务提升百日竞赛”活动,全面改善消费环境、提升服务水平、完善增值服务。

确保“服务快一秒”。湖南石油“一站一策”实施加油站形象靓化和夜间亮化工程,增设道路指示牌、优化枪机布局、打扫厕所卫生,为客户营造舒心、放心的消费环境;建立油站问题首问响应机制,落实设备故障快修措施;优化人员排班,用好机加班,确保高峰时段人员充足,提高车辆进站率和通过率。

确保“好评多一个”。在规范“加油六步法”和“收银五步法”服务的基础上,湖南石油在市区、县城的重要站点普及洗车服务,推广“加中国石化油品享免费洗车”增值服务,同时开展“我为客户续杯水”“我为客户收垃圾”等自选增值服务,提升了客户消费体验。

扩大“朋友圈”,深耕“生态圈”

湖南石油围绕客户需求做精做细

营销方案,充分发挥优势,开展“周四会员日”等品牌活动,“复工享油惠”石化钱包充值活动客户充值金额和参与率均排名区内销售企业第一,有效增强了客户黏性。

同时,该公司不断扩大“朋友圈”、深耕“生态圈”,积极拓展银行、通信、汽车、保险等第三方资源,促进客户引流,1-6月引入第三方营销资源数量同比增长251%。

此外,该公司细分竞争区域,遴选关键站点,通过开展加油站小额配送业务等,上门与客户对接基建、农机用油需求,5-6月机出配送销量实现同比增长。

全员赛业绩、晒收入、看考核

“通过全额联量精准考核和‘赛晒看’,我站员工销售积极性每天都有高

涨。”湖南株洲石油栗雨站站长冯宗迪满意地说。

今年以来,湖南石油优化调整加油站“全额联量、效率优先、按劳计酬、动态考核”分配办法,分品类增加增配激励零售增量专项奖,超额部分设置综合升油绩效,硬兑现到站、到人。

同时,湖南石油开展“赛业绩、晒收入、看考核”劳动竞赛,有效调动了油站员工增量增收的积极性。

该公司坚持抓好线上线下培训,线上办好“零售微课堂”,坚持每周发布一堂线上微课,培训新规范、新政策、新技巧;线下发挥“站长站”作用,抓好各层级岗位人员培训,提升职业技能。

湖南石油还常态化开展督导帮扶,每月对全省县区分公司进行综合排名,组织专家现场帮扶排名靠后的分公司。

业界动态



近日,河南南阳石油组织员工走进南阳市龙升工业园大型车展活动现场,与12家汽车4S店联合开展“你买车,我送油,新车第一箱油免费加”营销活动,为新购车客户赠送20张加油电子优惠券,可在该公司140座加油站使用。此外,员工向客户详细介绍河南石油“虎年生肖卡”和“666”会员日等营销活动,指导客户现场办理相关业务,受到好评。图为南阳石油员工在车展现场为客户办理加油卡。 姜明武 摄

山东潍坊石油 积极助力地方消费持续恢复

本报讯 5月以来,山东潍坊石油与地方政府联合开展“惠享潍坊”消费季活动,积极助力地方消费持续恢复。

为加快潍坊消费市场提质扩容,潍坊市政府分批发放消费券。潍坊石油多次与政府相关部门沟通交流,在中国石化加油站设立消费券核销渠道,将潍坊市主城区39座加油站纳入惠民消费券消费平台,市民在加油站购物、加油均可使用消费券。

首轮消费券发放后,潍坊石油线上线下联动宣传,引导客户使用消费券进站消费,受到好评。来自潍坊市高新区的刘先生表示:“没想到惠民消费券在中国石化加油站也可以使用,结算时可直接抵扣加油金额,真是实惠又方便。”截至目前,客户使用消费券加油近50吨。(管晓)

解析:发放消费券是地方政府促进消费、拉动经济的有效手段。销售企业应积极主动沟通地方政府,加入惠民消费券体系,既可推动社会消费有序恢复,助力地方经济尽快复苏,又能以更大实惠回馈客户。

湖南永州石油 数字化提油提升客户消费体验

本报讯 今年以来,湖南永州石油大力推广数字化提油业务,6月“我要买油”线上下单率达100%,直分销计划完成率101%,排名湖南石油前列。

为增强直分销综合竞争力,永州石油组织直分销客户经理和管理岗人员参加数字化专项技能培训,全面提升员工数字化业务水平;下发数字化提油业务推广目标任务,每周通报进度,激发客户经理推广热情。同时,该公司做优数字化推广服务,制作“数字油卡”“一键送油”操作短视频,方便客户操作,有效提高了购油体验满意度。

着眼于提高经营活动的质量与效益,永州石油创新营销模式,开展“限时秒杀”“线上抢单”等主题营销活动,发动全员上门服务、现场宣传指导,提升了客户消费体验。6月,该公司直分销客户开单数同比增长22.3%。(罗清华 李睿璇)

解析:当今世界,数字化技术不断进步,数字化业务已成为主流,销售企业应牢固树立新发展理念,抢抓数字化发展机遇,主动切换数字化赛道,以数字化服务为桥梁,想方设法创新营销模式,丰富并提升客户消费体验。