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

今年以来,滨州石油深入研判商品市场,优化易捷商品品类,确定重点目标商品,通过线上线下多种渠道营销助力复工复产,7月,易捷商品销售额同比增长24.8%

锁定“流量”商品 满足客户需求

□杨希芹

今年以来,山东滨州石油克服疫情影响,深入研判商品市场,根据客户需求优化易捷商品品类,确定目标商品后有重点地进行推介,通过线上线下多种渠道营销助力复工复产,全力加大易捷商品营销力度。7月,滨州石油易捷商品销售额同比增长24.8%。

摸透商圈特点,锁定重点商品

在易捷商品攻坚创效行动中,滨州石油创新“4+1”拓量商品营销法,即全面加大酒类、润滑油、尾气处理液等4种主要拓量商品的营销力度,同时各县区公司根据自身客户群特点,再选增1种主推商品。滨州石油重点加大对5种商品的调度和奖惩考核力度,以点带面拓展易捷商品市场。

该公司持续执行日调度、周评价、月亮牌制度,每天发布各县区公司基础品类及主要拓量商品完成率红旗榜;每周召开经营工作调度会,对各县区公司经营状况进行点评,与经营指标排名靠后单位的负责人现场沟通,分析营销落后的深层次原因,商讨制定提量措施;每月对经营考核指标最后一名的单位亮牌,亮牌达到一定次数将加大惩罚力度。

其中,博兴16站是博兴石油经理李冰经常表扬的加油站。虽然该站是地处农村的家庭站,轻油日销量仅1吨左右,但站长孙春红一有时间就走乡串户,根据周边客户特点重点推介尾气处理液及青岛啤酒等需求量较大的商品。不管推介是否成功,她都将客户的基本信息、需求等记在本子上,持续跟进维护,逐渐形成了一个稳定的客户群。上半年,该站易捷商品销售额完成率月月排名博兴石油前三。

分级维护客户,深挖市场潜能

“李经理,您真是大忙人。”近日,阳信石油副经理张海清边给客户倒茶边笑着说。

“近来厂里采购了几台新设备,要处理的事情太多。”李经理一脸无奈。

“夏季是你们热电厂的运营淡季,车间的设备该检修了吧?检修时一定要注意润滑油的质量。”张海清抓住时机,向李经理详细介绍长城润滑油的品牌优势、功效特色,以及当前的营销策略。

由于价格原因,该热电厂多年一直使用个体经营商的润滑油。张海清多次登门推介,李经理总是婉言拒绝。而这次张海清提到“检修设备要用质量好的润滑油”,一下打动了李经理的心。之后,张海清又两次上门沟通,双方终于达成合作协议,热电厂一次性购入大桶润滑油5吨。

在大客户开发劳动竞赛活动中,滨州石油通过海信、DSS等系统数据,梳理近两年来的客户信息,并精细分类,市、县、站三级管理层人员按类别做好客户开发及回流维护,层层压实责任,让全体员工变坐商为行商,走出去拜访客户,精准把握客户需求,深挖市场潜能。

三级客户维护及开发措施的执行,让张海清有了明确的努力方向,他积极联系亲朋好友,通过介绍走进单位、工地等地,面对面与客户沟通,介绍易捷品牌在进货、质量及服务等方面的独特优势,赢得不少客户的信赖。5至6月,张海清开发大客户5家,有力促进润滑油、赖茅酒等商品的销售。

线上线下融合,主题营销更有温度

“各位同学,这是一瓶2018年的赖茅品鉴,是我们站易捷便利店的特色商品,大家都来尝尝。”近日在同学聚会上,沾化5站站长张元辉拿着一瓶赖茅品鉴让大家品尝。

“这酒口感醇厚,真不错!”在座的几位同学赞不绝口。张元辉趁热打铁,介绍中国石化与赖茅品牌的强强合作模式,以及赖茅酒货真价实的品质,同学们纷纷表示有需求就购买。

今年夏季,滨州石油采取线上线下融合、后备厢促销等多样化的营销形式,深入开展“酒水节”活动。该公司选取20座位置优越、轻油销量较大的加油站,精心打造酒水节样板门店,对各门店加强商品要货管理,优化商品销售结构,打造酒水陈列专区、电子券专区等。在传统节日、节假日期间,各门店进行色彩艺术装扮,向客户赠送鲜花、粽子、纸巾等小礼品,开展“有温度、有感情”的主题营销活动,提升客户消费体验。

张元辉在自家车的后备厢里放满了各品牌酒、水饮等商品,与朋友聚会时,他总会找准时机拿出商品让大家品尝,然后推介重点酒水商品的特色及营销策略,吸引客户进站选购。同学聚会后,一位做出租挖掘机生意的同学就找上门来,购买了近两万元的赖茅酒。

另外,滨州石油还加大对易积分、易捷到车、易捷商城等线上销售的考核力度,多次组织培训员工开口营销技巧,全方位提升便利店销售业绩,7月累计线上销售额37万元,其中易捷到车销量位居山东石油前列。

好酒也怕巷子深

□叶敏洁

江苏南通南山湖加油站的一位站长得知附近施工项目的工人吃住都在工地,急需粮油和一般生活用品,立即联系工地老板,向其推介易捷便利店的商品,成功拿下订单。

市场和需求一直存在,但是需要有心人去发掘。市场蛋糕份额有限,这个时候谁主动推介,谁就会有更大收获。

中国石化拥有一流的品牌形象和过硬的商品品质,加油站员工应充分利用这一优势,主动了解顾客需求、用心留意顾客喜好,及时推介合适的商品,以赢得顾客认同。面对潜在客户,员工可通过线上渠道、社群传播等途径进行接触;当顾客挑选商品犹豫不决时,员工应主动上前介绍商品的特点和区别;当顾客询问营销活动时,员工应熟练介绍站内正在开展的活动,并帮助分析哪一种更适合顾客。

好酒也怕巷子深,好的商品更需要被发现,才能充分展示商品价值。只有让顾客了解到商品的“好”,顾客才会考虑购买。因此,应尽量减少销售人员和顾客之间的信息不对称,扩大信息的覆盖面,及时将新品信息、活动信息告知顾客,才能有效推动营销。

创新拓市 Oil Marketing Weekly

“移动便利店”活跃夜市场

□樊春华

近日傍晚,湖北襄阳石油长虹路加油站站长陈洋和加油员张丽,开着一辆装满货物的电动三轮车,按时来到沿江大道夜市场。“香烟、啤酒、红牛、王老吉……”坐在大虾摊前的食客们听到喊声围了上来,选起自己喜欢的商品。

夏日的襄阳汉江两岸绿树成荫,垂柳成行。每当夜幕降临时,成群结队的市民们就会来到江边纳凉,汉江北岸5公里长的沿江大道旁也因此形成了吃大虾、喝小酒的繁华夜市场。几人到十几人不等围着一张张小桌,剥着虾壳,吃着卤菜,喝着小酒,几十家大虾摊前座无虚席。

加油站姑娘们的售货车一到,更热闹了,“今天加油站商品做活动,二两装的43度枝江白酒买一瓶送一瓶;13度的汉江啤酒买一件送一件;房县黄酒8折优惠……”陈洋手拿小瓶枝江喊着,食客们纷纷前来购买,两个多小时的夜市,陈洋她们就售出5157元的商品。

进入盛夏以来,汉江边的夜市场格外红火。长虹路加油站看到了商机,从6月20日开始,每晚7点准时将“移动便利店”开到距加油站不到2公里的夜市场,不但活跃了夜市场,还让易捷商品日销量增加了1/3。

真诚服务将“过客”变“常客”

□邓 越

“你好,陈站长,上次喝了你们便利店卖的卓玛泉水,感觉挺不错的,现在能送货上门吗?”一大早,河南开封石油尉氏人民路加油站站长陈爱凤就接到了客户的要货电话。

自“加油站服务提升百日竞赛”活动开展以来,陈爱凤加大登门拜访客户的力度,并加入周边小区群中,针对不同客户需求,将优惠活动、团购爆款商品等信息定期发送至群中。陈爱凤还在站内开展“一条龙”服务,营销员化身“外卖员”,随时为顾客提供免费送货上门服务。

7月初,在一次社区活动中,陈爱凤留意到一位客户对卓玛泉产生了兴趣,便多次上门拜访推介,详细为客户讲解价格策略,最终成功销售4升装卓玛泉水100件。7月的天气酷热难耐,陈爱凤一箱箱地把水帮客户搬到二楼。看着汗流浃背、累得满脸通红的陈爱凤,客户不禁竖起大拇指:“陈站长,你可真是巾帼不让须眉!太佩服你了,以后我们的饮用水都由你们站承包了!”

自制手绘地图便利游客出行

□娄 巧 杨羽念 文/图

“请问这里离前童古镇景区还有多远?”在浙江宁波宁海后徐加油站等候加油的顾客刘先生问道。

“您只要顺着这条路一直开,留意路标,大概20分钟左右就能看到前童古镇游客集散中心的标识了。您可以参考这张宁海全域手绘旅游地图,这里详细标注了景点位置及简介。”加油员陈维维领着刘先生走向便利店门口的外墙处,指着墙上张贴的地图耐心介绍。

进入暑期后,不少家庭开启出游模式,由于人生地不熟,一些外地游客经常迷路,在加油站停驻时问路成了常态。后徐加油站是宁海城区最大的一座综合服务站,距宁海火车站仅1公里,暑期前来咨询求助的游客络绎不绝。为解除游客出行烦恼,站长魏国集思广益,设计制作了宁海全域手绘旅游地图,让前来咨询的顾客一目了然。

目前该款地图已经推广至宁海全县多家加油站,张贴在前童古镇、森林温泉等景点沿线加油站的醒目位置,加油站员工还会为顾客提供景点介绍、路况咨询等便民服务。此外,加油站还推出夏日清凉优惠、加油免费洗车等活动,吸引顾客入站。在享受加油站便民服务的同时,游客还会驻足购买零食、饮品、旅行用品,带动易捷商品销售。

时尚易站 Oil Marketing Weekly

螺蛳粉创意陈列 拉动易捷“涨粉”

7月以来,广西柳州石油抓住“会员日螺蛳粉半价”活动契机,组织开展“易姐姐螺蛳粉”商品堆头陈列创意大赛,鼓励各加油站从造型设计、商品陈列、地堆码放等方面进行创意设计,从而吸引客户,拉长进店停留时间,提高了员工开口推介和社群营销的成功率。7月23、24日两天的周末会员日,柳州石油螺蛳粉销售额突破10万元。图为融水龙凤湾加油站员工在会员日为客户推介螺蛳粉半价活动。

韦芫臻 张 洋 摄影报道

长城润滑油杯 新闻摄影竞赛

一份“独一无二”的生日祝福

□聂 凯

“你们太有心了,这是我收到的最用心的生日祝福,谢谢!”江西宜春靖安石油综合管理员涂小林看着客户葛女士回复的信息,心里暖暖的。

“葛藤蔓蔓碧草翠,桃红柳绿梨花碎。燕舞莺啼小桥水,江南只为伊人醉。今天是您的生日,祝您生日快乐!”葛女士在她生日当天,收到宜春石油工作人员发来的这条生日祝福,一开始她还没反应过来,仔细一看,原来这是一首藏头诗,用葛女士的姓名写成诗。宜春石油为客户送上这样一份独一无二又用心的礼物,深深感动了客户。

宜春石油坚持“客户是未来的资产”这一理念,建立并经营好加油站客户群:遇到特殊天气时,及时发布温馨提示;开展营销活动或有优惠政策时,及时发布相关信息;客户对加油站油品、商品、服务有需求或咨询时,及时解答,用心、用情把服务做进客户心坎里。

巧定目标鼓士气 跨界合作谋共赢

今年以来,福建宁德石油聚焦细化易捷商品营销指标、紧抓汽服业务开发、引入第三方资源,积极促进加油站及便利店业务转型升级、提质增效,1至6月,易捷商品销售额同比增长7.4%

□张璐婕

“在中国石化的直播间买大米,不仅大米品质好、能使用优惠券,还可以送货上门,太方便了!”7月,福建宁德石油在“加油中石化”小程序上开展直播活动,推介易捷重点商品,得到诸多小区居民的认可。

今年以来,宁德石油多线联动,围绕细化易捷商品营销指标、紧抓汽服业务开发、引入第三方资源等方面,积极促进加油站及便利店业务转型升级、提质增效,1至6月,易捷商品销售额同比增长7.4%。

细化指标,鼓舞员工士气

“我们今年要围绕‘线上+线下、团购+零购’主线,把易捷销售考核指标重新细化成十大指标,每个月定期跟踪指标进度,对标找差距、补短板。”宁德石油相关负责人表示,要做强易捷业务,首先要合理确立目标。

为进一步调动员工积极性,宁德石油结合员工工作岗位及营销定位、客群种类等要素,重新划分易捷商品考核项目,明确人员分工,同时,设每月明星加油站奖、区域贡献奖,各片区零售管理部每周对竞赛结果进行通报。

宁德石油还向各加油站站长推送短信,分层分类定任务,并组织片区、加油站多角度进行数据分析、动态调整目标任务,进一步加强业务管理。

优化陈列,吸引客户进店

“咱们在商品陈列上要再下功夫,多借鉴优秀门店的经验,把重点商品放到最显眼的位置,根据每个站的不同情况,在符合标准的基础上灵活布局。”培训会上,闽东路加油站销售明星刘永南分享销售经验。

为进一步提高门店陈列的美观度,宁德石油定期送培训下基层,联合供应商共开展10余场共计475人次的培训,有效提高员工对商品的熟悉度及开口推介的成功率。

同时,零售管理部结合“三送三提升”活动,每月开展基层核心门店巡检指导,以点带面促进各门店提高陈列水平;指导门店科学订货,筛选爆款商品,以堆头为主、货架和特色为辅,引导门店根据各自特色创新陈列,注重与客户的互动性;精心制作“店长强推”“今日特惠”等宣传贴,引导客户现场购买,并利用抖音、快手等视频传播方式,拍摄现场销售火爆的场景,吸引客户走进线上直播间、线下易捷门店购买商品。

跨界合作,丰富消费体验

“加油满100元就可领券免费洗车,全程不需要下车,比在外面洗车还便宜,给我省了不少事。”近日,老客户陈先生在闽东路加油站体验全自动洗车后,连连称赞。

为推进跨界融合,宁德石油联合多家银行、供应商,开展买赠、有奖促销、进货补贴等形式多样的合作,通过第三方资源带动现金流,并有效提高进店率。同时,该公司紧抓汽服业务开发,贯彻“加油中石化、洗车全免费”理念,打造来速洁连锁洗车品牌,24座加油站新增洗车业务,在有条件的站点开展买商品送洗车券活动,全力带动新业态发展。

宁德石油还通过“加油中石化”直播平台开展线上营销活动,引导客户使用优惠券购买多品类商品,针对本地客户推出送货到家服务,定期做好客户回访,全面打造“人·车·生活”综合驿站。

营销课堂 Oil Marketing Weekly

前沿速递 Oil Marketing Weekly

黔南石油 特产直播助力乡村振兴

本报讯 为助力乡村振兴,7月23日,贵州黔南石油开展“易探秦汉,捷取黔宝”直播活动,主要推出都匀毛尖茶、龙里辣子鸡等当地特色产品,销售总额突破20万元,有效拓宽了农产品销售渠道。 (陈童花 潘志宇 扶垣希)

厦门石油 首台隧道式洗车机投营

本报讯 近日,厦门石油首台全自动无人值守隧道式洗车机在环岛干道加油站投入使用。该洗车机采用一键洗车模式,顾客把车停放在指定位置,关好门窗,用手机扫码支付便可享受“一条龙”洗车服务。同时,该站推出首月免费洗车活动,顾客使用“易捷加油”APP加注汽油满150元即可获赠1张免费洗车券。下一步,厦门石油将逐步增加隧道式洗车网点,为客户提供加油、购物、洗车等一站式服务。(陈荟轩)

安徽石油 联合中国移动开展营销

本报讯 7月以来,安徽石油与中国移动开展联合营销,通过整合双方的优惠服务,实现强强联合、优势互补,带动机出汽油、易捷服务基础品类销量提升。客户开通移动石化联合会员,通过线上支付9.9元,即可享受汽油券、易捷电子券等车主权益,以及中国移动流量特权,借助易捷加油APP平台,通过二维码识别进行支付,即可实现加油、购物享受优惠。(孙德荣)

丽水石油 定制酒品鉴会答谢客户

本报讯 近日,浙江丽水石油与贵州赖茅酒业、泸州老窖酒业联合举办“好久不见”品鉴会暨大客户答谢会,100余名客户参加。品鉴会设置品鉴讲解、知识问答及现场抽奖等环节,通过丰富多样的形式将赖茅、三人炫酒的历史底蕴、文化传承精彩呈现。此次答谢会现场销售额近200万元。 (练金燕)

三明石油 多措并举促进易捷销售

本报讯 福建三明石油加强顶层方案设计,抓实开口营销专项培训,严把“进、销、存”三关,有力提升易捷门店零售额。6月,该公司易捷商品基础品类销售额同比增长105%,荣获福建石油“比学赶帮超”月度先进红旗。 (林晓春 傅思凡)

近日,西安石油与一汽大众、广汽丰田等合作方组成后备厢销售方阵,参加幸福林带环球港“致青春,敬长安”后备厢集市活动,共同点亮幸福林带环球港夜经济消费生活圈。图为西安西商高速一站站长董思敏化身易捷后备厢摊位摊主,热诚向驻足客户介绍易捷“酒水节”主打商品。 李佳艺 摄