

## 奋进新征程 | 奋建新时代 | 牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 喜迎二十大

**“互动式”营销要讲究技巧**

□黄旭敏

在“以商品促油品”和“以油品促商品”的互动营销过程中，少数加油站员工存在的不分对象、不分时间、不分商品类别地盲目推介，令客户反感，导致效果不佳。

“互动式”营销一定要讲究方式和技巧，一厢情愿的推介，必然使“油品客户”和“商品客户”都陷入尴尬状态。

要想做好“互动式”营销，首先要选好互动的对象。尤其是“以油品促商品”时，一定要在与“油品客户”建立了良好关系的基础上，再将其发展为“商品客户”。

其次，要选好互动的时机。在“油品客户”进行常态化加油期间，与其保持紧密联系，多加问候，随时掌握其对商品及生活方面的需求信息。当将“生客”转化为“熟客”时，再为“油品客户”有意识地推介保质保量的易捷商品，更容易被接受。

再次，要选好互动的商品。“油品客户”需要哪些商品，一定要心中有数，及时调整并购进适销对路的易捷商品。切忌在不了解客户类型和需求时，不停盲目推介，容易适得其反。

总之，在“互动式”营销过程中，作为销售人员，一定要让“油品客户”和“商品客户”之间实现真正的对接，这样互动营销才会有效果，也能避免营销过度造成客户流失。

**企业看台**

Oil Marketing Weekly

**南通石油  
客户提油数字化成功上线**

本报讯 7月28日，江苏南通石油客户提油数字化正式上线，客户只需扫身份证或二维码即可顺利提油。6月以来，南通石油着手对润德油库、嘉民油库和诚晖油库进行改造，加装了二维码扫码工具和身份证读卡设备，支持使用二维码扫码和刷身份证两种方式进行发油，实现了提油数字化，既方便了客户，又有利于防范提油风险。

(朱桂琴 陈明军)

**福州石油  
完成数字峰会保障工作**

本报讯 7月23、24日，第五届数字中国建设峰会在福建省福州市盛大开幕，福建福州石油组织党团员志愿者到会场附近加油站开展保驾护航专项行动，通过开辟绿色加油通道，增派志愿者提供道路指引、疫情防控、爱心药箱等便民服务，助力峰会圆满完成。

(肖京)

**恩施石油  
推进“双碳”行动减排增效**

本报讯 湖北恩施石油以开展碳达峰、碳中和行动为着力点，积极践行绿色发展理念，通过规划新能源站点、推进“能效提升”计划、加强库站排放管理、提高基础管理能力等具体措施，实现节能减排和降耗增效。截至目前，恩施石油已建成充电网点加油站5座、光伏发电加油站1座。

(谭肃栋)

**衢州石油  
着力提升员工引车能力**

本报讯 近日，针对加油站高峰期入口缺乏引导、加油车位利用率不高、顾客等待时间长等问题，浙江衢州石油开展引车能力提升专项工作，着重培训高峰期进出口引车和全时段车位引车两个方面，有效发挥反光背心、哨子、喇叭等配套工具的作用，提升了加油站高峰期通过率和客户满意度。

(邱丽芳)

**赣州石油  
跨界营销实现提量增效**

本报讯 今年以来，江西赣州石油积极与建行、工行、邮储、广发、银联等银行机构开展跨界合作，通过“线上+线下”多渠道营销，增加客户黏性，实现流量转化。此外，赣州石油还开展了加油人脸识别支付、扫码支付立减等活动，在吸引客户的同时，有效提高了车辆通过率。今年上半年，赣州石油第三方平台销售收入同比增长277%。

(黄慧明)



7月28日，湖南郴州石油首座新形象站——三江大道加油站投营营业，靓丽的外观加上开业的优惠活动吸引不少客户进站加油。下一步，该公司将着力打造更多新形象站，增加更多的服务功能，引进更多的服务业态，促进加油站服务提质升级。

谭勇 胡卫华 摄影报道

贵州黔南石油针对重卡客户特点，围绕过路客户没时间开具发票、路况不熟、衣食住行不便等实际困难，为其量身定制提供邮寄发票、规划路线、休憩用餐等服务，获得客户的认可和信赖。6至7月，黔南石油LNG销售量同比增长8.9%，排名贵州石油第二。

**赢得信赖重在解决客户困难**

□陈童花

“邹大哥，还没吃午饭吧，去我们小餐厅吃，加满LNG（液化天然气）吃饭免费。”近日，贵州黔南石油福泉东出口加油加气站站长刘福春看到老客户邹先生拿着泡面时，立即上前向邹先生宣传加油站提供加满LNG免费用餐的服务。

今年3月以来，黔南石油LNG销售量连续3个月呈负增长，对此，该公司针对重卡客户特点，围绕过路客户没时间开具发票、路况不熟、衣食住行不便等实际困难，为其提供邮寄发票、量身规划路线、休憩用餐等服务，获得客户的认可和信赖。今年6至7月，黔南石油LNG销售量同比增长8.9%，排名贵州石油第二。

**邮寄专用发票，解决客户没时间开票的问题**

“面对激烈的市场竞争，加油站

如何赢得LNG客户的认可和依赖？这需要我们站在客户的角度去思考问题，实实在在帮客户解决困难。”在黔南石油月度工作例会上，经营部门负责人邱新表示。

每周五，经营部门利用BW、云平台、ERP等系统及时排查LNG流失客户和潜在流失客户，下发给县（市）公司及客户经理维护走访，了解客户的困难和实际需求，整理成困难清单，反馈回经营部门，由经营部门统筹帮助客户解决。

据了解，很多客户用现金加油后，没有时间去增值税专用发票开具点开票。针对增值税专用发票开具点不在加气站、司机不方便开票的问题，黔南石油各加油加气站登记客户信息后，每周定期指定专人为客户开票，并统一邮寄发票到客户所在单位。

“开票点不在加油站，送货任务重又没时间去开票，但不开票回去报不了账，这对我们来说一直很头疼。

现在好了，加油站帮我们解决了一个大问题。”近日，广西某物流公司的长途司机张先生开心地说。

**规划最优路线，解决客户地域不熟的问题**

“明天开始，都匀南收费站封闭施工，重卡车辆不能从该路口上高速（以下高速），大家可以选择都匀东、都匀西、都匀北、杨柳街、河阳收费站上高速。”近日，黔南石油都匀南加油加气站站长秦忠宇在得知重卡车辆不能从都匀南收费站上高速后，及时在LNG重卡客户群里通知大家。

与此同时，秦忠宇及时将信息报送到经营管理部门，经营管理部门马上安排客户经理和秦忠宇一起到各收费站摸排，仅用一个下午的时间，就规划出各加油站到5个高速路口的最近路线，并及时发给群内客户，帮助客户解决路况不熟的问题。

“小秦真的很贴心，第一时间把路况消息告诉我们，还把上高速的路线给规划好，我们一路非常顺利就开到收费站了。”某运输公司的长途司机张先生赞道。

**升级司机之家，解决客户吃住难的问题**

“中国石化确实很贴心，在加油站设置的司机之家里，不仅可以冲凉，还有烘干机，洗澡洗衣后睡一觉，衣服就烘干了，一路上都干爽爽的。”长途司机郑先生在福泉东出口加油加气站的司机之家休息后满意地说。

6月19日，福泉东出口加油加气站的司机之家正式投入使用，在提供加油、停车、休息、淋浴、洗衣等核心服务的基础上，专门配备了烘干机，为司机解决路途中洗衣难的问题。福泉东出口加油加气站的重点服务对象是各地的长途卡车司机，该站以

“家”为理念，围绕“舒适、干净、温馨、安全、实用、便捷”的建设理念，实实在在解决长途卡车司机在行驶过程中的吃饭难、洗漱难、休息难、洗衣难等问题，为他们打造一个路上的“家”。

“中国石化真有心，非常感谢加油站为我们做这些，我经常跑这条路，在车上吃完都有六七年了，现在在中国石化提供这么好的休息环境，让我每次出门心里很踏实，中途可以安稳地睡一觉对我们来说特别重要。”自该司机之家启用后，贵州某物流公司的长途司机韦先生经常来此休息，对提供的服务非常满意。

黔南石油坚持以客户为中心，围绕客户需求提供贴心服务，不断提升客户满意度，7月客户评价综合排名贵州石油第一。

## 经营方略

**“一豆三吃” 精细服务顾客**

□徐丹 吴图巴特尔

高，孩子有点中暑。

“站里有藿香正气水，你们先进来休息一下。”曾玉明赶紧带他们进便利店休息，随后麻利地取出一盒藿香正气水，又让员工从厨房端来两碗冰镇绿豆汤递给他们。服下藿香正气水后，孩子中暑的症状缓解了许多。司机师傅不住感谢：“还好路过你们加油站，不然真不知道怎么办。”

“一豆三吃”是华东加油站的服务秘诀。

每天早上，曾玉明就会带领员工烧水、淘绿豆、洗碗筷。他们根据司机的需求，把小小的绿豆做出了新花样。早上他们煮绿豆粥，豆多、汤浓，适合跑夜车的司机喝上一碗饱腹、养胃；中午天气热，他们就做绿豆冰，冰冰凉凉的，十分消暑；晚上则熬绿豆汤，放上一勺白糖，可以为开一天车的司机补充流

失的水分和能量。

华东加油站的贴心举措受到了货车司机们的高度认可。“加油站想得太周到了，我们坐在站里吹着空调、喝着绿豆汤，一点都不觉得累了。”跑了十几年长途的货车司机潘师傅说。

华东加油站始终将顾客的需求摆在第一位，通过把服务做到极致，收获了不俗的业绩，近期日轻油销量创历史新高。

长城润滑油杯  
新闻摄影竞赛**启动优化配送  
客户加油更顺畅**

□张茜 黄海州

“今天是加油优惠日，油品销量大涨，但我们一天之内需要接卸3辆油罐车，确实有点困难。”近日，浙江温州南白象加油站站长汪雁与公司物流部沟通时，表示担忧。

原来，南白象加油站开展加油优惠活动时，虽然进站车辆明显增多，但因场地较小、现场繁忙、频繁卸油等原因，导致车辆通过率未达到预定水平。

“别担心，你们只管做好营销，我们会全力配合你们。”物流部经理陈永森立即着手对物流配送进行优化，在不影响二次物流安排的前提下，调整油罐车配送计划和时间，从原本等待南白象加油站内油罐油量下降到一定高度时卸油，改为在活动日的前一天下午提前将各油罐卸满，保证活动日油品供应。此外，温州石油还通过ERP系统精准掌握加油站实时销量和站内储油情况，并实时监控运输路线路况信息，精准安排活动日当天的卸油车次、卸油量和时间段，有效解决活动日当天加油站多次卸油的痛点问题。

“有了你们的配合，现在我们开展营销活动的底气更足、效率更高、效果更好了！”汪雁激动地说。该项措施在南白象加油站试点成功后，在温州石油进行了推广，有效提升了温州石油10余座参与活动加油站的油品销量。

**午夜访谈  
“挖”来客户**

□黄平华

“轰隆隆……”近日晚上11点，重庆合川石油久远加油站站长仵文杰准备休息，忽然听到附近传来一阵机器的轰鸣声，他循声往外一看，只见附近的工地上有几台挖掘机在进行施工作业。

仵文杰很好奇，走出加油站向其中一位挖掘机驾驶员问道：“师傅，这么晚了怎么还在施工？”那位驾驶员回答：“没有办法，我们要赶工期。”仵文杰接着问：“请问你们这些挖掘机在哪里加油？”驾驶员说：“这个事由李老板负责。”仵文杰指着旁边的加油站说：“我是这个加油站的站长，方便的话把李老板的联系方式告诉我，我想找他谈谈，这样你们以后加油也方便。”

第二天，仵文杰找到李老板说明了来意，但李老板表示，早有一家加油站一直在为他们送油。仵文杰没有放弃，继续劝说：“工地离我们加油站很近，挖掘机在我们站加油不但方便，而且中国石化的油品数量和质量都有保证。赶上做活动时加油，更加节省费用。”随后仵文杰帮李老板算起了经济账和效益账。

最终，李老板被仵文杰的诚意打动，他说：“这段时间我们在赶工期，加油方便确实很重要，而且我对中国石化也非常信任，通过你一算账，我觉得还是到你们站加油更划算，以后这些挖掘机就在你们这里加油了。”

**“小油滴”提供“大实惠”**

河北沧州石油东光吴桥区域经营部秉持全员开发客户理念，开展大规模油滴推广和客户服务工作，7月，该区域油滴会员轻油销售量占轻油销售总量的55%，排名沧州石油第一

□祁铁军 马青枝 张洁

餐内容返还优惠券，可用于抵扣油款，还可以在便利店购物时使用。

今年受疫情影响，河北沧州石油成品油市场需求骤减，进站车辆明显减少。面对经营压力，沧州石油东光吴桥区域经营部秉持全员开发客户理念，班子成员带头进工厂进企业，走访社区乡镇，开展大规模油滴推广和客户开发工作，全力发展油滴会员。7月，该区域油滴会员轻油销售量占轻油销售总量的55%，排名沧州石油第一。

**加强线上营销，为会员送货上门**

疫情期间，东光吴桥部分区域处于疫情管控区，小区居民出行不便。为此，该区域经营部着重开展社群营销，共建微信群，将“油滴套餐”优惠策略及商品信息精心设计成宣传图文，定时在微信会员群、朋友圈推广，着力开发线上会员。同时，该经营部及时备货，确保米面粮油、洗护用品等民生物资库存充足。

“油滴套餐”是河北石油开展的营销活动，客户通过“油惠通”公众号注册“油滴会员”后，加油后可以根据套

“注册油滴会员，加油购物更方便，还能免费送货。”东光6站站长郭聘在客户群里介绍。该经营部组织员工为低风险区域的会员开展送货上门服务，成功实现客户的拉新复购。7月，东光6站拉新会员286个，易捷商品销售额同比增长10.2%。

**揣摩客户心理，满足客户不同需求**

“师傅，开通油滴会员加油购物更实惠，还能免费洗车。”在吴桥4站加油现场，加油员刘福荣逢车必问、见车必推油滴会员。上班期间刘福荣坚持在现场推介，下班后她利用休息时间到社区、商场推广“油滴套餐”。

“推介需要技巧，客户不同推介方法也不能一样。”刘福荣说。高峰期间加油现场车辆排队，司机心情焦躁，刘福荣在推介时言简意赅、直入主题，把最核心、最实惠的商品和活动迅速介绍给客户；当加油车辆较少时，刘福荣会与客户详细交谈，根据客户需求推

介更多的商品和活动，让客户充分了解油滴套餐的优惠内容，激发客户购买欲，实现会员拉新。

在日常推介中，个别客户觉得流程繁琐，不愿开通油滴会员。刘福荣不畏艰难不气馁，在与客户交谈中勤观察、勤总结，反复揣摩客户的心理和需求，在得到客户许可后，协助客户用手机注册油滴会员、开通油滴套餐。7月，刘福荣开发油滴会员43个，超出经营部人均完成率180%。

为调动全员推广积极性，东光吴桥区域经营部将刘福荣的先进经验进行推广，并每周通报加油站、员工个人的会员拉新排名，约谈每周排名后五位的加油站站长，帮其查找落后根源和制约因素，结合实际情况进行改进，营造全员“比学赶帮超”的浓厚氛围。

## 管理前沿

Oil Marketing Weekly