

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

在百日攻坚创效专项行动中,益阳石油通过加大重点品类宣传力度、拓展直播带货新思路、细化管理提升服务水平等措施,全力提升商品销售业绩,7月,基础品类商品销售任务完成率排名湖南石油第一

个性化需求就是服务着力点

□谭佳丽 谢纯

7月以来,湖南益阳石油针对商品营销活动效果不理想的情况,通过加大重点品类宣传力度、拓展直播带货新思路、细化管理提升服务水平等措施,全力提升商品销售业绩。7月,益阳石油基础品类商品销售任务完成率排名湖南石油第一。

盯重点品类经营,提升商品销售业绩

彭丽莹是益阳石油金山加油站的综合管理员,她积极主动、乐观热情,会根据客户购物喜好推介商品。老客户张先生对酒类商品需求大,每次有促销活动,她都会及时推送给张先生,推介成功率非常高。“易享节活动马上要来了,您喜欢喝的赖茅狗年生肖酒参加领券立减活动,促销力度大,十分划算,您要不要先预订?”张先生当即

就下了订单。个性化推介不仅让彭丽莹收获了好成绩,也让加油站的商品销量蒸蒸日上。彭丽莹还利用下班时间到企事业单位宣传推广,对客户进行精准营销,7月以来,她销售酒类商品超50万元。

益阳石油桃江公司鼓励员工积极走访客户,重点开发润滑油市场,并协调润滑油公司提供技术服务,获得一户一价的价格支持。该公司带领员工在实践中学习推介技巧、消除畏难情绪,通过整合客户资源、建立大客户开发计划,细化目标客户群体需求,提供有针对性的服务。8月,益阳石油酒类销售额同比增长110%、润滑油销售额同比增长58%,实现重点商品销售量效齐升。

盯直播带货活动,把握媒体销售优势

七八月是酒水销售的旺季,也是

易捷便利店攻坚创效的关键时期。近日,益阳石油在“易捷美酒、微醺一夏”主题直播活动中,甄选名优酒类、乡村振兴产品等50余款商品供广大顾客选购。“对于这两款爆款酒,我就不多介绍了,大家可以看到我们的价格有多优惠。”主播“二花”在直播间激动地说。此次直播,益阳石油专门上架了酒鬼酒、酱酒两款爆款酒,一度引发抢购热潮。“最好的炎陵黄桃不在水果店,不在市场里,而是你在下单的时候,它还在树上。本直播间的黄桃礼盒采取树摘直邮方式,把最好的桃送给最爱的人吧。”通过“二花”的介绍,直播现场炎陵黄桃礼盒的预售订单超100件。经过前期认真策划、精准选品、预热宣传,益阳石油在此次直播中获得现场下单销售额超20万元。

直播带货已成为新媒体时代最受欢迎的营销模式之一,益阳石油依托新媒体平台,共开展了3场直播带货活动,机关、加油站的石化青年纷纷跨

界“变身”为电商主播,在镜头前推介便利店热卖商品、助农产品等,获得大量观众关注点赞,线上销售热潮一浪高过一浪。直播直接带动益阳石油1至8月食品类商品销售额同比增长58%,同时助力解决受疫情影响的农副产品滞销问题,进一步扩大了易捷品牌的受众面和影响力。

盯百日服务竞赛,提高服务水平

“大家要坚持以客户为中心、为客户提供优质服务的宗旨,只要我们的服务真正得到了客户的认可,营销推介‘开口难’的问题就会迎刃而解。”益阳沅江石油副经理程云在中心加油站进行岗位体验时对员工说。

自“加油站服务提升百日竞赛”活动开展以来,该站积极开展微笑服务、五星服务,将优质服务变成常态化操作。“一进加油站就感受到你们的热

情,你们的服务越来越贴心了。”客户李先生对该站员工称赞道。

“在易积分兑换日,引导客户兑换重点商品会有额外的奖励机制,大家不要错过增量增薪的机会。”程云还在工作群里增强员工会算账、天天要算账的意识,调动员工积极性,带动业绩提升。“一定要勇于开口,不怕麻烦,今天我又引导客户兑换了8瓶燃油宝和100多瓶水,客户满意我也开心。”中心加油站驾驶员庄立红在易积分兑换群里报喜。截至8月24日,庄立红易积分个人兑换额排名湖南石油第一。

此外,益阳石油围绕提升客户体验、盯紧消费热点及客户需求,采取“积分兑换”“易捷到车”“社群营销”“配送到家”等形式提供个性化服务,全面提升了服务水平。

创新拓市
Oil Marketing Weekly

月饼味道好,易捷服务更好

□唐晶轩 李晶晶

“陈经理,74份屈姑脐橙月饼已经放在您公司仓库了。您这次要货很急,我们提前把包装都整理好了,您不用费心了。”8月16日下午,湖北恩施石油七里高速加油站副站长唐轩把74份精心包装的屈姑脐橙月饼送到客户公司,比原定时间提前了整整10天。

中秋佳节临近,月饼也进入销售黄金期。七里高速加油站组织员工走访周边客户,联络亲戚好友,火热开展今年的月饼销售活动。恩施某保险公司的陈经理是唐轩重点攻关的大客户,他所在的公司计划8月底举办一次大客户答谢会,准备采购一些月饼作为答谢礼。“现在市面上月饼虽然多,但是口味独特的少。”陈经理的这句话让唐轩嗅到了商机。七

经理,74份屈姑脐橙月饼,以秭归脐橙果肉为主要原料,果肉甜蜜、丝丝入味,今年还新增了黄桃、鲜花、菠萝等多种口味,唐轩当即带了一份月饼请陈经理试吃,独特的果香让陈经理当场拍板订购了74份月饼作为客户答谢礼。

拿下订单的第二天,唐轩就接到陈经理通知,客户答谢会的时间提前了,必须在3日内交付货物,比原定计划提前了10天。七里高速加油站立即与公司库房对接月饼数量,火速要货,调整原定配送时间,实时追踪配送进度,提前完成订单交付。看着唐轩和员工进出搬货的忙碌身影,陈经理对中石化易捷的服务表示充分肯定。

“小唐,上次的月饼很受欢迎,再追加300份作为公司员工福利,中石化的商品我放心!”不久前,陈经理打电话又追加了订单。

“店中店”带动黔货出山

□罗楠

“哇,这个便利店扩大了,有好多特产啊,我最喜欢的刺梨气泡水也有卖的。”来到贵州六盘水石油中心门店的张女士,一进易捷便利店就看到了新开的特产“店中店”。

“张姐,好久不见,您没来的这段时间,我们便利店设置了一个特产‘店中店’专区,销售初好气泡水、初好刺梨原液、贵州花溪牛肉粉、水城羊肉粉、弥你红果酒、水城春茶等多

款商品,都是咱们这著名的特产。”中心门店店长颜鹃介绍。

为充分响应六盘水市政府号召,扩大本地特产的影响力,带动黔货出山,六盘水石油积极发挥自身优势,助推当地农特产品销售。经多方考察,六盘水石油最终与贵州初好农业科技开发有限公司合作,开设了六盘水市第一家易捷特产“店中店”。

此次跨界合作,有效解决了附近顾客和游客便捷购买特产的问题。



“易捷甄酒馆”全方位满足顾客需求

□董之嘉 文/图

“真想不到这儿有这么多种酒。”在浙江嘉兴石油海盐第十一加油站“易捷甄酒馆”里,加完油进店购物的张先生看着酒柜里琳琅满目的酒赞道。

“是的,咱们这儿酒类非常全。这一排是国窖1573、五粮液、剑南春等国内知名白酒,对面那排是维拉高尔夫等进口红酒,旁边还有黄酒、米酒、啤酒……”加油员小罗面带微笑,向张先生热情介绍。

海盐第十一加油站便刹年内,自8月开业以来,备受顾客欢迎。甄酒馆上架的酒类齐全,价格从几十元到上千元不等,涵盖低中高不同档次,无论是

商务宴请、送礼收藏,还是自用,可全方位满足顾客的需求。

“易捷甄酒馆”以提升顾客消费体验为宗旨,综合易捷店酒类销售情况和当地客户用酒喜好、习惯等因素,科学布局、合理铺货,从货架排列、酒区分类、商品展示、形象布置等多方面着手,为顾客打造集商品展示、名酒品鉴、文化传播于一体的综合消费场所。

此外,加油站还提供免费送酒上门、产品咨询等服务,努力为客户带去放心、实惠、便捷的一站式购物体验。

时尚易站
Oil Marketing Weekly

核心门店领航 易捷销量提升

龙岩石油从打造核心门店、实施分包挂点、制定营销话术三点发力,1至7月,易捷商品基础品类销售额同比增长60.5%。

□赖琳兰 刘天荣 罗锦权

今年以来,福建龙岩石油打破惯性思维,创新营销策略和模式,从打造核心门店、实施分包挂点、制定营销话术三点发力,推动易捷门店零售额有效提升,1至7月,易捷商品基础品类销售额同比增长60.5%,排名福建石油第二。

打造核心门店,“由点到面”推广好经验

龙岩石油综合辖区加油站的地理位置、整体形象、经营管理、销售数据等因素,精心挑选20家易捷门店作为核心门店,从提升环境整洁度、精准选品进货、打造商品特色陈列、完善服务功能入手,充分发挥核心门店的头雁作用,带动其他门店销售。

该公司大力推行“双向交流,实地教学”机制,一方面组织核心门店的站长、销售能手到其他门店现场教授商品陈列、堆头展示、产品推介等;另一方面,利用夜间闲时组织员工前往核心门店实地学习取经。截至7月,有28家门店达成百万目标销售进度。

为了进一步督促核心门店发挥作用,巩固销售成果,龙岩石油持续开展门店零售竞赛,按门店类型分为核心门店、其他门店两组,每周分别评选门店零售周冠军,及时兑现奖励,同

时,总结冠军门店的好经验、好做法,通过站务会、班前班后会、微信公众号等方式,“由点到面”复制推广至全区所有便利店,有力提升易捷门店的商品零售额。

实施分包挂点,管理人员当好“指挥棒”

龙岩石油采取机关、片区管理人一对一一分包挂点核心门店的方式,进行精准跟踪督导帮扶。一方面,挂点人员在线下逐店督导,小到商品陈列颜色搭配,大到休闲区布置,每个细节都一一把关,并尽力协调解决门店实际困难,全面提升门店现场管理水平;另一方面,挂点人员在线上建立员工销售交流群,每日跟踪销售情况,评选当日“销售之星”“进步之星”,以“红包”形式兑现奖励,激发员工的销售热情,营造浓厚的比学赶帮超氛围,促进门店零售额稳步增长。

此外,龙岩石油将挂点人员个人考核指标与分包核心门店的片区业绩直接挂钩,激励挂点人员以“时时放心不下”的责任感,想方设法带领全站员工深入周边调研,科学陈列商品、加强现场推介、全力拓展客户,促进门店销售走前列、站排头,形成核心门店与挂点人员优势互补、共同提升的工作格局。7月,20家核心门店基础品类销售额占全区销售额的23.3%。

制定营销话术,抓住每一次客户进店机会

“你这口才不得了,说得我都动心了,给我来3提牛奶,孩子开学了,确实得多囤些牛奶。”近日,客户林女士带着孩子在武平平川加油站易捷便利店加油付款时,店员石八顺顺势询问并推介适合孩子的饮品,打动了林女士,成功销售了商品。

龙岩石油鼓励便利店员工通过调研周边市场、分析销售数据、筛选爆款商品等方式,分门别类锁定目标客户群体。同时,打破由机关管理人员制定营销话术的传统做法,让片区销售能手分享推介经验,从产品外观、功能、服务及客户心理等方面提炼核心卖点,并结合地方习俗、消费习惯、各地方言等因素,用心用情从客户角度出发,制定突出自身特性、巧妙有寓意、易记忆传播的营销话术,激发客户购买欲望。他们将“全程察言观色、走进客户心中、不过度推介商品”作为重要的营销原则,动员全体员工开口营销;以“进店即有需求”为目标,鼓励员工抓住每一次客户进店的促销机会,把新客户发展成老客户,把老客户发展成固定客户。

营销课堂
Oil Marketing Weekly

为客户着想是第一等学问

□李永哲

前段时间,看到了浙江衢州石油马墩口加油站个人燃油宝年销量破万瓶的“霸王”徐春梅的故事,印象最深的是她当一个3岁孩子“临时保姆”的小故事。

事情很简单,一位客户急着到加油站的营业厅里办理业务,把自己3岁的孩子留在车里,孩子看不到亲人,在车里哇哇大哭。在营业厅的徐春梅看到了,赶紧拿了一桶爆米花送给孩子,还耐心地逗孩子,陪着他玩。客户忙完回来,看到徐春梅正在陪伴自己的孩子时,十分感动,此后成为她的长期客户。

身边朋友也分享过类似的故事,有一位装修行业的地板销售冠军,他在一对新婚夫妇来买新房地板时,建议他们放弃造价较高、适用于大型商超的PVC地板,换成更适用于家庭使用的平价木地板。他并没有从利益出发,而是一心为客户着想,这对夫妇从此认准了他,成为他的固定客户,并介绍了多位朋友找他购买地板。

这两位销售冠军的故事告诉我们,作为一名成熟的销售人员,一定要站在客户的立场上,急客户所急,想客户所想。这样一来,客户自然把你当成自己人,无形中拉近了你和客户的距离,对于长久的职业生涯大有裨益。

北宋哲学家程颐认为:遇到事情肯替别人着想,这是第一等的学问。最好的销售技巧也同理。

前沿速递
Oil Marketing Weekly

黄山石油 易捷便利店“首销”药品

本报讯 近日,安徽黄山石油环城北路加油站易捷便利店获准对外销售药品,该店成为自乙类非处方药审批改革实施以来,黄山市内首家可销售乙类非处方药的易捷便利店,标志着黄山石油自引进旅游业务以来,易捷新业务开拓再获突破。该便利店建立了药品销售系统,设置了乙类非处方药专柜,按照规定的温度、湿度分类保存。该店在经营上坚持明码标价,提供24小时人工服务。

(王文金 胡杨)



按“疗程”推介
燃油宝受青睐

贵阳白云石油根据客户需求,将燃油宝进行组合包装,向客户按“疗程”推介燃油宝,以5瓶为一个“疗程”,介绍按“疗程”使用燃油宝的功效。科学使用燃油宝,可为客户车辆增强动力,消除隐患,该营销策略受到客户青睐,大大提升了燃油宝销量。
夏冬梅 摄

疫起“云沟通”助推“尾液”销售

□贾海霞

“我这里刚解封,你们的尾气处理液就送到了,效率太高了,和中国石化合作就是放心……”看着及时到货的尾气处理液,运输公司的张先生感叹。

不久前疫情卷土重来,河南中原石油豫东片区面对站内销量下滑的考验,24号加油站管理员向于非常着

急,怎么完成站内任务成了她的心病。在道路、小区被管控的不利条件下,只能通过预订、从APP下单等方式才能推动商品销售。于是,疫情期间,于向通过朋友圈、客户群,每天早、中、晚转发近期商品活动和疫情动态等信息,并将优惠商品组合摆放后拍照发到朋友圈和客户群供选购,并与客户视频沟通,了解客户需求,寻找销

售机会。
疫情第10天,于向在与某运输公司老客户张先生“云沟通”时,了解到他的车队有购买尾气处理液的需求,便详细介绍尾气处理液的优惠活动,“云指导”他从易捷加油APP上领取优惠券后再购买,并承诺解封后立即送货上门,成功销售尾气处理液1200瓶,也让客户感受到了中石化易捷服务的热情。

蚌埠石油 标签功能让商品一键可查

本报讯 广东惠州石油在易捷便利店盘点系统上新开发了标签功能。根据上月盘点时录入的商品数量及生产日期等信息,系统会按照商品保质期、剩余库存周转天数等信息自动生成退货标签、临期标签、过期标签或滞销标签。员工只需点击“一键查询”功能,即可统计相应标签下的商品,有效提高了商品管理效能。7月,该公司易捷商品损耗同比减少41.5%。

(蒋逸菲)



本报讯 近日,安徽蚌埠石油中标某公司4000吨/年工业尿素大单。蚌埠石油积极做好直销易捷新业务,在市场调研中了解到该客户计划大批量使用工业尿素,及时深入企业开展业务洽谈、寻求合作,制定可行性投标方案,最终成功中标。
今后,蚌埠石油将持续加大员工销售技巧培训与易捷新业务推广力度,把工业尿素培养成易捷业务新的效益增长点。
(贺建阳 张齐正)

在中秋节来临之际,广西柳州石油组织开展“情满中秋 感恩同行”客户答谢会活动,邀请集团级客户、运输物流车队等终端客户,一起制作和品尝传统月饼、冰皮月饼、曲奇饼干等甜点,在交流互动中深化情谊。

韦莞臻 李胜云 摄影报道