



面对疫情反复的不利局面,武
汉石油汉阳分公司依托“石化钱包”
“易捷加油”等平台,抓客户、拓市场,
汽柴油销量实现稳步增长

精准营销聚焦客户与市场

□陈艺婷

今年以来,面对疫情反复的不利局面,湖北武汉石油汉阳分公司依托“石化钱包”“易捷加油”等平台,抓客户、拓市场,汽柴油销量实现稳步增长。

拓展大型用油客户。“张科长,最近武汉高温,咱们户外客户们很辛苦,一定要注意防暑。”7月,汉阳分公司副经理陈金凤带着50件卓玛泉拜访客户。该客户公司为混凝土生产、销售企业,承揽了汉阳市政建设30%的工程,月用油量75吨。不断波动的油价、反反复复的疫情,对当地工业建筑等行业造成较大冲击。汉阳分公司将大客户开发维护“提级管理,由班子成员直接维护。8月,该公司柴油销量同比增长38%。

全面提升会员占比。“师傅,您好!现在使用‘一键加油’加注92号汽油,可享受优惠,加油后自动扣款。”在十升加油站站长甘泉的引导下,司机王先生不一会儿就完成了“注册+充值+加油”一整套流程。汉阳分公司根据城区站车流量大、客户看重加油效率的特点,大力推广“一键加油”“易捷加油”,并通过评比、激励政策调动员工推介积极性,实现会员数量不断增加。截至8月底,汉阳分公司汽油“石化钱包”会员占比提升至8%。

精准营销有效拓展市场。汉阳分公司开展有针对性的“点对点”营销活动,提升客户进站率和加满率。五里墩加油站位于汉阳区汉阳大道,方圆两公里范围内有两家系统外加油站,市场竞争激烈。该站以油品数量质量为切入点,突出优势开展营销活动,将周边社区客户发展为固定客户,实现扩销上量,赢得了市场主动权。为做好客户服务,该公司组成“1+6党团战斗组”深入加油站跟班帮扶。8月,五里墩加油站日均汽油销量同比增长25%。

新疆伊犁石油特克斯城北加油站面对困境解难题、找客户、强服务,实现销量逆市回升,提前完成全年经营指标

“八卦城”站智破销售困局

□马文兰

新疆伊犁特克斯别名八卦城,因城市八卦布局而闻名。今年,伊犁迎来旅游发展的春天,特克斯更是吸引了众多游客。特克斯城北加油站站长刘建明年初却忧心忡忡:销量受疫情影响本就出现断崖式下跌,而屋漏更遭连夜雨,去年进行的站前道路双实线改造完成后,车辆无法掉头。

每天看到路过的车辆络绎不绝,进站的却寥寥,刘建明和员工万分焦急。他们再三向公司反映情况。伊犁石油多次与县交警队及交通局沟通协商,最终争取到将站前道路双黄实线改为虚线,为客户进站加油带来便

利,实现车辆进站率大幅提升。其中,7月该站销量同比增长634.7%。

站前道路改造还造成了深层次影响——加油站关停4个月,固定客户、大型企业客户严重流失。

为实现客户回流,刘建明带领员工对加油站周边5公里范围内的客户进行摸排梳理,采取电话联系、上门走访等方式了解客户需求,摸清他们的用油量、消费习惯、价格敏感情况等,并向公司提报营销政策申请,为客户争取最大优惠力度。今年以来,特克斯城北站新增大客户6家,实现油品增量千余吨。

受疫情影响,农户到站加油十分不便。为此,特克斯城北加油站多方协调办理了配

送车辆通行证,成功打通供油渠道,采取24小时服务、预约送油、“点对点”配送等方式解决农户用油难题,做到高效配送、全力供应,确保不误农时。

刚开始,有农户对油罐车配送的柴油品质和数量持怀疑态度。每一次,刘建明都跟车送油,打消农户疑虑。一天凌晨,一位农户打电话说农机快没油了,刘建明立即跟着油罐车下乡送油,返回加油站时已是早上。

“我们不仅把油送到田间地头,还在价格上给农户最大的优惠。”刘建明说,他们将易捷便利店商品组合成特价商品包,引导农户用电子券兑换商品,还为农户送货到家,受到好评。

面对各种挑战,特克斯城北加油站员工迎难而上,千方百计解难题、找客户、强服务,助力营销破局。1~8月,该站油品销量同比增长202%,易捷商品销售额同比增长169%,提前完成全年经营指标。



浙江宁波石油: 海上网点为东海开渔“加油”

历经4个半月的伏季休渔,渔民在国庆前迎来东海全面开渔的日子。近日,第二十五届中国(象山)开渔节开船仪式在象山石浦港隆重举行。浙江宁波石油全力确保海上各供应站油品充足。为更好地服务渔民,石浦油库和海上网点还建立联动机制,开设绿色通道,24小时全天候值守,确保渔船随到随加,赢得客户满意的同时,实现海上成品油销量快速回升。图为石浦海上供应站员工准备为渔船加油。

杨羽念 摄



编者按

今年以来,疫情反复、油价波动、市场准入开放等因素,给销售企业生产经营带来巨大挑战。面对困境,各销售企业根据自身实际大胆解放思想、转变观念,大力攻坚啃硬、开篇破局,形成差异化的营销策略、运行机制,走出适合自身发展的逆市增效之路。本期专题为您展示部分销售企业的好做法。

广西北海石油用有温度的全天候服务、“零秒响应”的配送速度、大数据加持的精准营销,实现9月零售完成率排名广西石油第一

全天候服务又暖又快又准

□徐海兰

受疫情影响,暑期到广西北海旅游的车辆断崖式减少,导致北海石油销量低迷。面对不利形势,该公司用有温度的全天候服务、“零秒响应”的配送速度、大数据加持的精准营销,实现柴油销量逆市回升。9月,该公司汽柴油机出零售完成率排名广西石油第一。

北海石油主动对接当地交通运输管理部门,告知复工复产优惠方案,承诺加油站24小时有员工值守,并提供随到随加、无须下车、车辆消杀等服务,满足客户不下车加油、定点加油、夜间加油等需求,成功开发13个车队客户。

北海石油为客户赠送防疫物资、提供加油优惠,并建立客户档案“一客一策”做好维护,用温暖服务把新客户变成老客户。“我们救援车辆随时待命,加油时间不固定,有时半夜还要执行任务,每次看到亮着灯的中国石

化加油站,心里就暖暖的。”蓝天救援队队长韦昌飞说。

北海石油业务部、片区、加油站根据客户档案,分级分区形式走访,及时与客户沟通,了解经营和用油情况,为站长、配送司机办理保供车辆通行证,安排核酸检测,确保实现“零秒响应”,及时把油品配送到位。

近日深夜,北海石油业务部接到紧急配送任务。合浦县西场镇官井村一带电路出现故障,正在抢修,对虾塘打氧作业造成影响,若不及时供油发电,虾就会大量死亡。北海石油立即安排油罐车司机连夜把油品配送到位,解了虾农燃眉之急。

9月,该公司完成零售配送业务131次,维护海鲜养殖、蛋厂、砖厂、木板厂、农机、工程用油客户58个,零售配送量环比增长73%。

为实现客户回流、销量提升,北海石油根据不

同县区、乡镇、路段的车流情况及系统外加油站销售情况,及时调整营销措施。该公司重点监控209国道、325国道,以及铁山港、山口等区域车流情况,通过分析经营数据,在有增量潜力的加油站开展营销活动。

这些加油站对政府、企事业单位客户,开展战略客户推广;对网约车车队,简化办理网约车优惠加油手续,让他们享受便利和实惠;对旅游客车则推广“易捷加油”优惠活动。该公司还筛选出一段时间未到站加油的营运车客户,派人上门了解具体原因,并制定回流措施,成功挽回近1400个客户。



山西石油: 爱跑品牌汽油成市场竞争新优势

面对严峻的市场竞争形势,山西石油把爱跑品牌汽油销售作为攻坚创效的重要举措,不断加大推广力度,以新产品打造市场竞争新优势。截至目前,该公司已在11个地市的469座加油站推出“爱跑95”“爱跑98”品牌汽油销售,带动高标号汽油市场占比从70%提升至81%。图为员工为客户加注爱跑品牌汽油。

秦晓耕 摄

江苏泰州石油沪江加油站开展社群营销破解了营销场地小、经营对手多的难题,带动易捷商品销售额增长

5公里社群服务圈粉固粉

□帅文娟 毛一红

“场地小、客户难停车;周边商场众多,客户选择范围大……制约沪江加油站易捷便利店销售的瓶颈仍存在,但他们却通过做大社群营销实现经营破局。”提起江苏泰州石油沪江加油站,靖江东片区经理陆云竖起大拇指。三季度以来,该站易捷商品销售额同比增长42.1%。

该站建立油站和员工两个层级微信群,瞄准周边小区,与小区业委会建立互动关系,开展“5公里社群服务”。

把握时机和节奏,找准营销时机。该站员工在摸索中发现,休息日的晚上微信群最活跃,为此,他们将每周日晚上的9时定为营销时段。此外,他们还对米、面、油等与商超同质化程度较高的商品进行比价;对卓玛泉、尾气处理液等重点商品,开展群互动,先服务后公关,培养了一批忠实客户。

细分客户类型和角色,培育社群文化。按照客户的消费行为和活跃程度,沪江站将他们细分为活跃型、便利型、忠诚型、随意型、节约型,对不同类型明确不同维护人员,分别提供服务,做到有的放矢。同时,该站注重培养社群文化,通过培育“群领袖”形成社群依赖,开展社群带动;通过分享、传递商品信息设定话题,在互动中增进与客户的关系;引导客户晒图,鼓励他们讲述消费体验,以便产生口碑效应。

围绕客户需求和喜好,策划传播内容。沪江站微信群不仅营销商品,还讲品牌、讲主题、讲故事、讲情怀。该站微信群发布的内容中,营销推介分享占比60%,特色商品倡导的生活方式塑造、讨论和故事分享占比40%;在发布的形式上,“文案+链接”的营销推广、“文案+海报”的重点推介、“文案+小程序”的优惠活动、“场景+视频”的特色商品,牢牢吸引了客户眼球。如今,该站参与社群营销的客户逾千人,其中忠实粉丝逾200人。

5
业界动态
Oil Marketing Weekly



为给客户营造安全无忧的“易享节”购物环境,广西石油进一步强化易捷便利店商品安全管理,组织各片区管理员、站长、加油员开展食品安全拉网式专项检查,重点检查商品外包装、生产日期、保质期等,杜绝包装破损、过期商品上架销售,消除舌尖上的安全隐患。图为钦州石油平马加油站员工检查商品保质期。 瞿恒芳 摄

杭州石油 与美团合作推出外卖业务

本报讯 近日,杭州石油余杭石塘加油站收到一笔酒类订单。该站便利店员工快速打包好商品,等待美团外卖小哥上门取货。据了解,杭州地区客户通过“美团”APP搜索“易捷”,即可在附近的易捷便利店线上下单购物,“易享节”期间,还可享受“满100减40”“满30减10”活动优惠。

近日,杭州石油利用易捷便利店24小时经营优势,与美团携手推出易捷商品外卖业务,于46家门店上线,可以为客户配送包括食品、百货在内的300多款商品,让消费者享受便捷、实惠的消费体验。

下一步,杭州石油将根据外卖业务开展情况,适时增加包括城郊区域在内的易捷便利店,进一步扩大外卖业务覆盖范围。在疫情防控常态化、便利店人流量同比下降的情况下,这一举措将有助于探索门店外营销新场景。 (龚良奇 戈畅)

解析:当前,疫情防控、移动支付、电商平台等多方面因素叠加,对加油站便利店销售带来巨大冲击。对此,销售企业应大胆试新,突破传统店销模式,积极探索销售新渠道,在做好防疫工作的前提下,实现“线上+线下”双向发力,增强市场竞争力。

山西运城石油 开展“质量月”专项活动

本报讯 今年9月是全国第45个“质量月”。山西运城石油以此为契机,通过加强库站油品、易捷商品质量检查等举措开展专项行动,提升质量水平。

该公司组织开展加油站油品和易捷商品质量检查,重点对家庭驻站式委托站等管理较为薄弱的站点进行检查,特别是检查“易享节”期间便利店临期商品,并随机抽取加油机油品进行化验,结合检查结果对各站质量管理体系的有效性进行打分,查找质量管理薄弱环节并改进工作。

该公司还围绕油库的质量管理制度和工作流程,从进货、出库、销售等环节着手开展质量工作专项整治和检查活动,加强油品质量进、销、存全流程管理,确保消费者用油放心。

解析:无论经济社会如何发展、市场环境如何变化,质量永远是企业在市场中立足的根本、发展的保证。9月是全国“质量月”,销售企业要借此进一步增强全员质量意识、夯实质量基础,抓细节、补短板,营造更浓厚的人人重视质量、人人保证质量、人人提升质量的良好氛围。

石化员工团购网
百万石化员工专属优惠购物平台



石化员工团购网 石化员工团购网 公众号 商城 (京东)

咨询热线:4000-700-838



中国石化供应商
锡安达防爆电机
与世界同进步

电话:0510-83591888 83591777

网址: http://www.xianda.com

单位:江苏锡安达防爆股份有限公司