

苏州石油抓住易享节活动契机,通过预售、站外社群营销,延伸服务范围,不断扩大知名度和影响力,实现拓市扩销,10月10日至14日,苏州石油易享节5天主档活动销售额刷新历史纪录,完成率逾190%,斩获全国地市公司销售冠军

# 全国冠军的销售秘诀

□姜雯雯 曲晶

第五届易享节期间,江苏苏州石油抓住营销活动契机,从活动预热、门店备货、氛围营造、宣讲培训等方面着手,强化加一元多一件、爆款商品宣传、推广易捷到车和石化积分MALL,通过预售、站外社群营销,延伸服务范围,不断扩大易享节在苏城老百姓中的知名度和影响力,实现拓市扩销。10月10日至14日,苏州石油易享节5天主档活动销售额刷新历史纪录,突破亿元大关,完成率逾190%,获全国地市公司销售冠军。

## 多方筹划 将氛围感拉满

“今天给大家带来的近这几年易享节的爆款商品及实惠新品,大家品尝一下。”“要备足货源,在门店打造特色地堆,提前在朋友圈预热活动……”8月中旬,在苏州石油易享节启动会暨商品宣讲会上,易捷商品品类经理向苏州石油相关部门负责人、县公司

经理和加油站经理宣讲活动商品及方案。

苏州石油将易享节作为全公司年度重大节日,精心策划,制定易享节活动方案、优化考核办法、制定商品推介话术,易捷督导员、片区经理、站长层层宣讲,确保每一名员工了解活动内容和考核奖励,充分调动全员销售积极性。

为营造门店的易享节氛围,该公司在营销物料制作上下足功夫,小到门把手贴,大到货架侧板、地堆围膜、三角牌等,全部精心挑选。从加油站泵岛到便利店,每位员工都身穿“加一元多一件”红色宣传马甲,头戴易享节头饰,带给进站客户视觉冲击。

配合苏州地标建筑广告的投放、1048电台高峰期广告投放及苏州商务局打造夜经济购物节启动仪式等活动,苏州石油从视觉到听觉全面将易享节氛围拉满。

“我们将用中国石化的资源优势、渠道优势、平台优势助力地方经济发展,贡献企业力量。”苏州石油易捷服

务部经理陈娟表示。

## 社群预售 大大提升知名度

“叔叔阿姨,来看看中国石化易享节‘加一元多一件’活动,大米和食用油的价格十分优惠。”常熟白云加油站在备战易享节期间,率先使用移动地堆的创新策略,前往周边商圈、公园用流动车“摆摊”进行优惠宣传和商品售卖。其中,自有品牌商品谷康乐派大米和蓝月亮洗衣液在夜市受到了顾客的喜爱,多次收到周边客户的追加订单,提升了易享节在周边居民中的知名度。

苏州石油鼓励各县、片区积极拓展社群销售,各区提前调研,走进社区、早市、夜市及网红后各聚集地等地摆摊销售,赢得站外客户的好评,社区销售超500万元,有力扩大了易享节的销售规模。

“看到我们的商品如此受欢迎,我越卖越有劲。”张家港乐得发加油站员工李金燕激动地说。9月中旬,

易享节主档活动还没开始,她便通过微信朋友圈发布预热信息,及时收集客户需求,并让客户在小程序上预约下单,让客户有方便快捷的购物体验。苏州石油各加油站员工加大客户走访,通过“易捷到车”“石化积分MALL”等小程序大力推广易享节预售,预售额超过1000万元,夯实了销售基础。

## 聚焦需求 做好全方位支撑

江苏石油易捷服务部将所有门店分类定级,根据易享节商品目录采取首批主动配送、全面补货方式,将活动商品备齐,避免活动后期销售断档等情况。另外,该公司在每个片区有条件的中心站点设立商品中转站,有效应对临时缺货现象。

“站里这周有活动商品缺货的情况吗?还有一批主动配送的商品要到站,记得关注一下。”易捷督导员陈吉有看着手机备忘录和易享节销售群里的消息,这条对湖山加油站站长钟月

娥嘱咐。

易捷服务部安排专业督导员每周到各片区加油站,对活动商品存量、门店订货、营销物料等事项进行检查指导,确保易享节活动期间商品不断档。为保障易享节期间的服务质量和工作效率,苏州石油全体人员上下一心、共同奋战。各管理部门围绕“我能易享节做什么”积极思考落实,安排专人到门店优化商品陈列、更换价签、帮助理货、推介商品等,并利用公众号、朋友圈做好易享节和商品推介,扩大易享节影响力。

易享节活动期间,苏州石油以保质量、稳规模、争创双一流为目标,精心研判市场,关注客户需求,切实把实惠送到客户家门口,不断提升客户满意度,实现易捷商品销售额同比增长190%。



创新拓市



前沿速递

## 湖北高管公司 易积分销售排名全省第一

本报讯 湖北高管公司通过钉钉“易捷小课堂”,定期组织加油站管理人员开展营销技能培训,选派“销售明星”任讲师,开展巡回宣讲,传授营销技巧,持续提升员工营销技能,1至9月,易积分销售业绩排名湖北石油第一。(刘二雄)

## 厦门石油 易捷支付占比全省第一

本报讯 今年以来,福建厦门石油多措并举,持续推广“易捷加油”APP支付方式,优中选优引入银行资源,叠加充值、支付优惠幅度,创新拓展“易捷加油”APP加油送洗车、送咖啡等增值服务,持续培养顾客支付习惯,带动易捷支付占比提升至36.6%,排名福建石油第一。(纪生聪 王静)

## 温州石油 扶农直播助力乡村振兴

本报讯 10月9日,浙江温州石油开展扶农专场直播活动,助力乡村振兴。活动现场,主播向线上网友介绍广进祥高粱肉、藤桥熏鸡、高山红米等具有温州本土特色风味的助农产品,累计为线下销售引流3万余元。未来,温州石油将继续引进更多优质的地方特色农产品,充分发挥易捷便利店和线上商场的渠道优势,为乡村振兴贡献力量。(廖卫东)

## 宜春石油 跨界打造综合服务商

本报讯 今年以来,江西宜春石油深化融合跨界理念,加快向综合服务商转型,打造“人·车·生活”生态圈。该公司与多家汽车销售商合作,通过“线上+线下”“购车+保养”互动,开拓销售新局面。1至9月,汽车销售额突破1700万元,带动零售和易捷服务双提升。(聂凯 胡小涛)



10月12日,安徽合肥耀远路加油站“得来速”汽车餐厅开业,这是安徽石油与麦当劳合作的第二个易捷餐饮项目,为创新打造高价值的“人·车·生活”生态圈不断注入新内涵。餐厅共2层,占地面积260平方米,设置循环车道,8个餐位和9个免费停车位,车主通过专用购车车道,经过点餐、结算、取餐三个步骤,不用下车就可享受麦当劳特有的美味和服务。下一步,双方将携手深度融合,丰富客户加能、购物、用餐等权益,全力满足车主及周边客户群服务需求,打造安徽省加油站特色餐饮业态。孙德荣 撰

## “组团”享受易享节福利

□黄平华

“李叔,您和家人多喝点牛奶,对身体有好处,现在我们正开展‘加一元多一件’优惠活动,牛奶相当于半价销售,您可以多买几件。”10月10日,在重庆合川石油龙都加油站,便利店员工苏丹热情地对客户李先生说。

“你们中石化的易享节活动确实好,多花一元钱就能买到一件同样的商品,太划算了,我还准备多买些米和油放在家里备用。”李先生高兴地说。

半个小时后,苏丹帮李先生把挑选好的米、油、鸡蛋和牛奶装进车

辆后备箱。李先生表示,回去要告诉小区其他居民朋友,让他们都来享受优惠活动。

当天下午,苏丹就接到了李先生的电话,根据电话内容,她把小区居民需要的商品数量详细记录下来,与站长魏文喜一起把商品装上车,开车来到李先生住的小区,迎接他们的是七八位小区业主,不一会儿,满满一后备箱商品就被大家一扫而空。

“你们的商品不但价格实惠,还送货上门,让我们这些行动不便的老人也能享受到中石化的福利,真是太好了。”小区居民开心地说。



## 把易捷“惠民福利”搬进集市

广西梧州石油精心挑选物美价廉的粮油、鸡蛋、牛奶、奶等深受市民喜爱的日用商品,把“惠民福利”搬到后街,挑选人流密集的区域,由党员带队开展进社区、进集市、进企业等活动,向广大消费者宣传中国石化品牌及易捷惠民福利的商品,为顾客带去家门口的福利。图为广西梧州石油员工到当地夜市网红打卡点——苍海湖摆摊设点。黎菲 摄



## “线下+线上”将实惠灵活进行到底

恩施石油线下鼓励走出站外发展“地摊经济”,线上积极开展社群营销、升级配送业务,9月,易捷商品毛利率同比增长15.84%

□王楚怡

9月以来,湖北恩施石油克服疫情影响,抓住易享节活动契机,线下主动联系客户、走出站外发展“地摊经济”,线上通过社群营销、升级配送业务等方式,不断优化易捷服务品质,9月,易捷商品毛利率同比增长15.84%,10月10日至14日易享节“加一元多一件”活动期间,易捷商品销售额同比增长277.96%。

## 化被动为主动 疫情期间送物资

9月7日至25日,恩施城区实施临时管控措施。恩施石油辖区内24座加油站严阵以待,迎接疫情大考。在小区封控、人员出入受限、车辆出行管控的情况下,恩施石油各加油站站长心系疫情,主动联系客户。“林经理,我刚才联系了乡政府,他们急需100件泡面。”一天下午,新塘加油站站长高桂华拨通了恩施石油经理助理林瑞雪的电话。“好的,我马上帮你联系货源。”林瑞雪答道。经过几天的筹备,100件泡面送达新塘乡疫情防控指挥部。在新塘乡出现疫情后,高桂华主动与乡政府取得联系,在得知防疫人员就餐有困难后,她主动联系公司,专程从武汉调配了一批物资送达乡政府。无独有偶,七星加油站站长谢巧也主动联系村委

会防疫人员,为他们送去了一批紧急生活物资。在疫情管控期间,站长们不等不靠,以24小时在岗的状态,受到了客户的一致好评。

## 线下“摆摊”实惠又灵活

“走过路过不要错过,原价95元的中油菜籽油,活动价只要70元。”大清早,罗针站站长吴波带着易享节活动商品到集市上摆摊,短短一个半小时,商品便卖空了,“在集市上卖货效果太好了,以后逢集市我都要来。”“您可以尝尝我们这款小西牛牛奶,来自西藏奶源,味道特别醇厚,原价69元一提,现在活动价只要35元。”10月10日至14日,恩施石油组织加油站站长联合公司机关党团突击队,在小区、学校、商超等人流量大的地方摆摊卖货,仅通过“地摊经济”就实现了销售额近10万元。

## 线上社群营销 发掘潜在客户

恩施石油通过对加油站周边小区进行梳理,成功“打进”周边小区业主群。土桥加油站站长周宁燕就加入了加油站周边7个小区的业主微信群,疫情期间,她每天不定期在微信群里发布商品信息,只要看到业主在微信群里有需求,就会主动联系业

主。疫情管控期间,她还步行为客户送货上门,将居民急需的米面油等物资送到家门口。

“原价240元的小叮米,现在活动价只要124元,数量有限,大家有需要赶紧下单。”站长们化身“带货主播”,将加油站的爆款商品制作成精美图片、拍成短视频发布到群里,引导客户用微信下单。

## 铺开配送业务 方便又快捷

为了让商品快速又安全地送达客户手中,恩施石油金桂加油站率先尝试在第三方平台——“饿了么”下单,骑手对商品进行消杀后,送至客户小区门口。这样既能使客户选购的商品以最快速度送达,又能保证商品无接触配送。

在金桂加油站试点后,恩施石油与饿了么恩施运营总部达成合作协议,城区8座加油站全面铺开线上配送业务,上线仅一天接单量就突破200单。为了帮客户节省配送费用,加油站还会根据线上订单配送距离,帮助客户优化下单站点,让客户实实在在体会到在加油站购物的实惠。



营销课堂

## “易服务”融入“夜市场”

□陈明军 洪震

“你好,帮我再拿一箱雪花啤酒,在家门口就能买到太方便了。”江苏南通石油如皋第三加油站老客户城南花苑居民黄先生散步回家,又开开心心地从加油站的小区前设置的夜摊点搬了一箱雪花啤酒带回家。

“小陈,帮我看一下手机积分能换几提鸡蛋抽纸,我家里正好没有了。”在外散步的杨女士也顺便使用积分兑换了4提鸡蛋抽纸,还不忘和一

起散步的姐妹介绍,“这纸是火车站旁中国石化加油站卖的,商品质量好,价格还实惠。”

针对市民热衷逛夜市消费,如皋第三加油站积极落实公司“后备箱夜经济”活动要求,定期组织加油站员工选择在离站不远、居住人员密集、人流量大的城南花苑小区大门前夜市设点摆摊,销售自主品牌商品及酒水节促销商品,同时开展积分兑换活动,将易捷销售从站内拓展至站外,从白天延伸至夜晚,主动融入当地“夜市场”,吸引众多居民消费。



## 大闸蟹套餐成易享节新宠

□蒋修飞 文/图

“太湖大闸蟹、泸州老窖三人炫、糍粑十月现磨米,还有麦吉士鲜蛋糕,原价2955元一份,易享节活动期间,折后只要1299元。”近日,在浙江台州石油临海后山加油站,站长程建勇正手持蟹套餐券向顾客林女士介绍活动内容。

后山加油站位于台州临海长城景区边,周边游客多。金秋十月,正是大闸蟹成熟的季节,大闸蟹一直是台州市民餐桌上的最爱。程建勇在公司的支持下,引进大闸蟹套餐产品,除鲜活的大闸蟹不能展示外,泸州老窖三人炫、糍粑十月现磨米及麦吉士鲜蛋糕等商品,通过地堆

摆放,引起顾客的关注。

“再给我来5份。”林女士早在几天前已经购买过该套餐,肥美的大闸蟹令她至今难忘,准备多买几份送给父母和亲戚。

“今后我们还将根据客户需求,继续引进当地特色产品。”程建勇说道。为了减少疫情带来的影响,助推易享节活动开展,蟹券产品优惠后性价比大增,深受顾客欢迎。在员工的积极推介下,蟹券订单量持续增长,很多客户买回去品尝后又打电话回购,截至10月11日,后山加油站已销售蟹券产品486份。



时尚易站