

“百日”凝聚斗志 竞赛赋能服务

销售公司开展“加油站服务提升百日竞赛”活动纪实

□赵珍文 本报记者 胡庆明 通讯员 龚良奇
葛如俊 张秋燕 秦晓耕 姜明武/图

今年以来,面对严峻的市场经营形势,销售公司进一步落实“以客户为中心”的理念,聚焦服务、品牌、效率和执行力提升,在全国所有在营站、便利店、售卡充值网点、客服中心和洗车网点等对外服务窗口启动“加油站服务提升百日竞赛”活动,客户消费环境明显改善、员工服务质量大幅提升、加油站及便利店运营效率和风险防控能力显著提高,赢得了社会各界人士及消费者的认可。

围绕需求服务,客户满意度保持在99%以上

“客户在我心中,服务看我行动,加油!”一大早,安徽芜湖石油东四大道加油站就回荡着员工嘹亮的口号声。为确保24小时为顾客提供在线咨询,该站公布联系方式,承诺提供“三不断”服务,即不断联系、不断信息、不断业务,带动油品销量大幅提升。

在中原大地,河南石油成立150支省、市、县三级服务示范队,送培训到一线,掀起岗位大练兵热潮。同时,公司围绕客户需求推出“加油小跑步,一块小抹布”特色服务名片,增加擦拭车窗、加水续水、车内吸尘、洗浴洗衣、休息寄存等服务,新增“司机之家”134座、“爱心驿站”121座,助力加能站现场服务水平不断提升。

“加油站服务提升百日竞赛”活动开展以来,销售公司在加油站现场全面推行“加油六步法”“收银五步法”,进一步提升服务效率和质量,同时,构建销售企业客户服务评价体系,及时倾听

客户声音,实现对所有站点全渠道、全时段的即时评价,客户满意度始终保持在99%以上。

发布新形象标准,让进站客户耳目一新

7月,在江苏石油新工装换装仪式现场,加油站经理和营业员身着新工装表演“加油站手势舞”。他们面带微笑,伴着悦耳的音乐,整齐地展示标准服务动作,充满自信与活力。

今年初,中国石化综合加能站新形象在北京冬奥会“云展厅”发布,中国石化销售企业的新工装也正式亮相。全新的形象、全新的面貌,更加贴近公众审美,给消费者带来耳目一新的体验。

发布新形象标准,是销售公司开展“加油站服务提升百日竞赛”活动的一项重要举措。截至目前,中国石化累计改造新形象加油站858座,新工装、新工牌已全面投入使用。为配合打造新形象站开展的“治破治旧”专项工作,收到了加油站夜间亮化、标识标牌更新、“五小”建设完善、加油机外观翻新、厕所硬件升级等效果,有效提升了客户消费体验。

打造高效现场,经营效能持续增强

加油效率直接影响客户体验。销售公司借开展活动契机,组织摸排加油站“十大触点”,梳理制约客户体验提升的各项因素,全力打造高效友好现场。同时,销售公司加强多枪机投入、逐步推广泵岛全油品经营、进一步优化枪机罐布局,有效提升经营效能。

在广州,闪付、扫码付为消费者带来即加即走的全新体验。广西石油推广智能服务、智能

营销和智能管理,自主研发上线专属集群客户优惠办理智能小程序,大幅缩短网约车、教练车、出租车等客户的业务办理等待时间,同时,配备圈存、售卡、收银和开票等自助设备,保障信息系统运行流畅,现场人员充足、车辆秩序井然,车辆通过率大幅提高。

措施落实落地,巩固增强活动效果

走进贵州石油北京西加油站党支部书记、站长王猛的办公室,墙上“加油站服务提升百日竞赛”活动展板十分醒目,上面展示着竞赛活动方案、亮点及经验分析、好差评分析等内容。其中,每一个差评的时间、原因、责任人、责任班长、处理方式等内容都一目了然。

“这是贵州石油推广的新举措,可以帮助员工随时对照查摆问题。”王猛说,“排班时,我们确保每班有责任班长,出现问题由责任班长和员工共同担责。”

在上海石油,为切实帮助地市公司剖析问题、解决困难、改进工作,91名管理人员深入一线进行岗位体验,切实梳理基层工作中存在的堵点、难点、痛点,开展现场督导106站次,累计整改问题1540个,促进服务再上新台阶。开展“加油站服务提升百日竞赛”活动以来,管理人员下沉一线、服务一线蔚然成风,各企业累计参加岗位体验活动1.5万人次,换位思考、真心帮扶、整改提升取得了良好成效,在基层激发强烈共鸣。

为保障活动成效,销售公司成立工作专班,及时下发竞赛活动方案和考评细则,完善零售督导专家团队,组织17支考核队伍分赴32家销售企业开展维度立体、覆盖全面的验收考核,为竞赛活动顺利开展打下坚实基础。

中国石化销售公司2022年度“加油站服务提升百日竞赛”活动获奖企业

金牌:浙江石油 广东石油 重庆石油

银牌:江苏石油 湖南石油 北京石油 四川石油

铜牌:贵州石油 福建石油 河南石油 安徽石油 天津石油 黑龙江石油 新疆石油

优胜地市公司:浙江嘉兴石油 江苏常州石油 广东广州石油 湖南张家界石油 浙江金华石油 江苏苏州石油
广东惠州石油 浙江杭州石油 广东梅州石油 贵州黔南石油 河南郑州石油 江苏南京石油
北京京东石油 上海沪东石油 天津滨海石油 福建泉州石油 安徽宣城石油 四川达州石油
重庆江南石油 黑龙江牡丹江石油

广东石油

大数据带来“极速体验”

□黄嘉莉

“86秒!果然是极速体验!”朱先生对广东韶关石油新发加油站的高效服务十分满意。在该站,“百秒极速加油体验”活动受到客户欢迎。从进站、加油、擦拭车窗、收拾车内容物,到付款、离站,全程服务时长在100秒之内。

近年来,广东成品油零售市场竞争激烈。广东石油“以客户为中心”,寻求有效提升客户满意度的途径。在“加油站服务提升百日竞赛”活动中,该公司聚焦服务、品牌、效率和执行力提升,全面改善客户消费体验。

智能化手段提高车辆通过率。广东石油加快构建以大数据、物联网、人工智能新技术为核心的智能化管理平台,提高加油站现场运行和服务效率。该公司在加油站安装人工智能摄像头,累计完成1600多座加油站加油机联网采集网络搭建,自动抓取过路、进站、服务的车辆和时间信息,通过开发“大数据驾驶舱”系统,完成车流量、进站率、服务时长、销量走势等八大类数据分时段、分路段、分区间的数据比对,实现油站现场状况实时监控。

从客户体验出发优化服务流程。广东石油以客户视角还原消费体验全流程,锁定进站、停稳、加油、支付、离开等环节痛点,逐一制定优化方案。该公司利用“大数据驾驶舱”车流量变化分析模块,帮助油站精准掌握峰谷时段;借助大数据分析,因站制宜推广双向引车、斜线停车等,实现现场服务容量和工作效率双提升。

成立维修队确保设备完好运行。围绕设备响应、维修和风险预警等环节,广东石油成立160多支“大师傅”维修队,组织有维修专长的员工分片开展维修工作,不仅大幅降低了维修费用,而且提高了维修效率。此外,通过深化物联网应用,“大数据驾驶舱”整合了提枪数、油枪流速、单枪使用效率、油品布局等数据,对异常损耗等数据及时预警,有效防范了设备问题引发的质量和安全风险。

重庆石油

环境赏心悦目“巴适得很”

□周高利 孙丽萍

“来这里加油,坐下来喝杯咖啡,看山看江看瀑布,巴适得很!”客户唐先生是重庆三峡石油红溪沟综合加能站的铁粉。作为重庆石油首座新形象旗舰店,红溪沟站赏心悦目的消费环境深受客户喜爱。

自开展“加油站服务提升百日竞赛”活动以来,重庆石油围绕服务痛点、客户需求,全覆盖推进“治破治旧”、服务提升、形象改善等工作,有效提升客户消费体验。

融入地方打造新形象站。重庆石油以主城区和区县新城为重点,制订新形象加能站打造计划,挂图作战推动建设。该公司借助瀑布景观打造的红溪沟综合加能站于8月投营,中心城区皂角坡综合加能站于9月初亮相,新形象LNG加注站及加氢站实现领先发展。同时,该公司在这些新形象站建设“司机之家”“爱心驿站”及党群服务站,打通服务提升“最后一公里”。

精准服务痛点实行靶向治理。重庆石油围绕客户需求,针对站点夜间亮化不足等问题,确立“治破治旧”目标,因地制宜制定方案、拨付专项资金整治,使站点形象得到亮化、服务能力更加健全。此外,该公司在各站点推广应用数字化功能。“一键班结”以联动支付为基础,实现油品收入自动归集,使站点日结用时缩短到5分钟以内;安装关键部位在线巡查仪器,为站点配备防爆对讲机、蓝牙耳机;“两评反馈”和“差评提醒”做到服务质量即时评价……数字化赋能减轻了员工劳动强度,使员工有更多精力服务客户,实现客户、员工双满意。

有考评有帮扶,厚植服务文化。重庆石油通过日报、周分析、月考核,加大对员工服务质量的考评力度;成立两级服务示范队,定向帮扶、直击短板;整理覆盖基层操作、硬件管理、运营管理及人员管理等四大类33项服务提升管理流程图卡,成为员工服务“口袋书”,形成了上下齐心提升服务水平的良好氛围,将优质服务变成员工的自觉行为。

江苏石油

“服务大神”点亮油站经营

□黄劲

在“加油站服务提升百日竞赛”活动中,江苏石油坚持“优质服务是最好的营销”的理念,把“以客户为中心”贯穿全业务流程,以服务提升应对市场挑战。

精准培训指导,推进服务标准化。扬州石油文汇西路站的员工,每日都在班前会上认真练习“问候、引车、道别”等全流程标准手势,以规范的服务和饱满的精神状态服务进站客户。

为提升服务标准化、规范化水平,扬州石油明确手部标准、营销推介话术等现场服务规范,录制教学视频16个,通过5支服务示范队“送培到站”,并在每日班前会上练习,将服务流程固化为员工的自觉行为。此外,该公司还开发集“学、问、练、考、奖”于一体的在线学习平台系统,通过“云培训”提升员工服务水平。

轮流专项竞赛,助推服务水平提升。“你动作做得这么标准,平时是怎么练习的?”江苏苏州石油园区片区季度“服务大神,点亮苏城”初赛刚结束,不少员工就围着翠园加油站员工朱文凤取经。

今年以来,苏州石油开展“服务大神,点亮苏城”专题竞赛,覆盖185座在营站的千余名加油站经理及员工。在加油和室内收银环节,比的是对服务新流程的运用,要求服务规范、流畅熟练,微笑待客、灵活促销;在交班巡查和仪式环节,比的是对交接班规范的理解和运用,要求会查能说。此外,苏州石油还通过月度竞赛、季度竞赛和总决赛等多层次服务技能竞赛,增强全体员工服务意识。

21天工作法,聚焦整改,巩固成效。“一个看似简单的动作,需要重复21天以上,才能形成习惯。”南京石油相关负责人说。该公司针对加油站现场服务、交接班流程、接卸油作业等环节率先推行“21天工作法”,每天利用视频监控系统对加油站员工现场服务进行常态化检查,对发现的问题及时通报,并建立“21天工作群”紧盯问题整改,规范了加油站现场服务,客户好评率明显提升。

浙江石油

形象服务翻新客户更舒心

□陈露丹 舒志国

“加油站服务提升百日竞赛”活动开展以来,浙江石油紧盯增量、创效、顾客和员工双满意三大目标,通过专业化服务、品牌化建设、素质化提升,打造竞争新优势。今年以来,浙江石油零售总量等各项经营指标均位居销售系统前列。

聚焦专业化服务,增强零售核心竞争力。浙江石油强化现场服务,组建102支服务示范队,通过视频教学和现场演练,在加油站推行“加油服务六步法”“室内收银五步法”等标准化服务,同时,在系统内首创秒级“云办卡”、单位卡客户到账充值模式,配合高效信息系统,打造快捷办卡充值支付现场,客户满意度达99.7%。

聚焦品牌化建设,展现油站内外部良好形象。浙江石油不断提升加油站内外部形象,全省万余名员工集体换新工装、佩戴新工牌,展现了良好的精神面貌。除了销售公司每季度评选“明星加油站”和“油品服务之星”,浙江石油还额外评选出30名“油品服务之星”和10座“明星加油站”,有效调动起油站及员工提升形象的积极性。浙江石油还对全省266座加油站实施夜间亮化工程,开展“治破治旧”行动1166站次,对全省2000多座加油站进行全面清洁、翻新,全力打造“最美厕所”,为客户营造舒心的消费环境。

聚焦素质化提升,打造高素质员工队伍。浙江石油通过服务大讨论、岗位培训等,提升员工队伍素质。“我眼中的服务提升大讨论”活动,直击当前油站各级管理存在的问题和客户的“不满意”项,倒逼管理人员实地调研、换位思考,引导基层员工洞悉市场、洞察客户,员工服务意识不断增强。此外,该公司还发挥全省141名加油站大师傅的“传帮带”作用,建立线上线下互动培训体系,累计培训站长1563人次、后备站长286人次,站长队伍素质不断提升。