

数字时代:服务更智慧 客户更舒心



江西石油仓储中心内,叉车司机在自动分拣线装载商品。

阅读提示

当今世界,信息技术发展突飞猛进,数字化、智能化推动我国经济快速发展,无时无刻都在改变着人们的生活。为进一步提升客户体验,破除思维定式和路径依赖,中国石化销售企业把握“数字变革”机遇,勇闯新路,顺势而为,积极探索数字化转型,创新数智服务营销模式,升级数字化技术,使营销服务更智慧、客户体验更舒心,不断化解难题,开创高质量发展、高质量服务新局面。本版专题展示销售企业在数字时代拥抱变革制胜未来的生动实践,敬请关注。

本版文图由 龚良奇 周海建 施延吉 许金玲 卢佳 肖颖 姜璟雯 易宇湛 李叶霞 赵政凯 提供

新闻会客厅

客户差异化需求 是数字化转型的路标

为更多了解中国石化推进数字化转型的优势、措施及取得的阶段性成果,本报记者李晓芳专访了中国石化销售公司零售管理部经理谢慧生。

问:中国石化销售企业在数字化转型大潮中具备哪些优势?

答:我们主要具有三个方面的优势。一是中国石化作为行业头部企业,目前在营加能站3万余座,覆盖全国,是国内网点占有最高、市场占有率最高的成品油零售企业,我们还拥有2.7万余家易捷便利店,是全国规模最大的连锁便利店,庞大的线下体系为公司数字化转型提供了丰富的数据获取渠道和模型训练样本;二是经营多年积攒的庞大忠实客户群体,目前中国石化每日为全国超2000万车主提供包含油品加注、加气、充电、加氢和便利店购物等综合服务,客户差异化的需求是推动企业数字化转型发展的内在动力,更是指引我们数字化转型发展方向的标尺,以客户为中心、为客户美好生活加油的理念贯穿我们转型发展的全过程;三是灵活的体制机制赋予的人才优势,为更好推动企业数字化转型,销售企业组建了相关部门,成立了专业化运作的技术服务公司,业务人才、技术人才有机融合,市场需求和理念创新双轮驱动,更好地助推我们数字化转型领跑行业。

问:从数字化转型发展到数智化营销,销售企业为实现高质量发展进行了哪些新的尝试和升级?

答:主要在数据革新和营销创新两个方面。数据革新上,与外部企业合作,基于外部平台数据收集能力搭建大数据平台,拓宽数据获取面,在经营分析、站点可研、客户开发等应用场景发挥支撑作用;内部通过建设智慧油站,实现内部大数据汇总分析,支撑站级数字化能力提升,为客户提供更多元的服务和更专业的引导。营销创新上,首次实现公域向私域精准引流,基于外部平台的数据识别和客户触达能力,精准定位不同客户类型开展差异化引流;内部以“易捷加油”APP为载体开发油非券包秒杀、大转盘抽奖、积分兑换等营销活动,打造饱满、极具趣味性的客户生态圈。

问:在加强数智化技术与营销业务融合后,取得哪些积极成效?

答:最明显的是营销效果更好了。我们在2022年底进行了一次数智技术与营销活动的融合探索,短短两个月的营销活动就实现了百万级别的客户拉新,经过复盘,数智赋能营销在获客数量、质量和成本三方面均优于传统营销。打开来看,一是触达客户面更广,在做活私域会员的同时加大公域引流力度,通过多个平台的展示,活动的宣传范围更广,触及客户更多;二是营销活动设计更切合客户需求,我们通过数智分析手段,紧紧围绕各层级客户差异化需求,有针对性地制定营销策略,对客户吸引力更强,活动参与率明显提升;三是资源投放更加精准集约,在数智赋能的基础上,我们能够更及时跟踪营销过程,更加客观地评估营销成效,更好地进行活动优化,提高营销资源产出投入比。

上海石油

“数字提油”,销售信息全程可视

客户:我们现在买油直接上APP下单就可以了,提前预约一下,也更灵活方便,省去了打电话反复交流的时间,对我们来说提高了效率就是帮助我们获取了更多效益,体验感很好,而且提油路径全程可视,我们也更加放心。

员工:有了数字提油功能后,不仅风险防控更加严谨,我们也节省了大量手工下单的时间,有更多精力联系走访客户,促进成品油销量提升。

“数字提油”功能,是上海石油在易捷加油APP中升级的一项应用,成品油直分销售客户购油不再需要实体提油卡。此举在方便客户的同时提高了销售效率,为一线销售人员减负,实现销售信息上“高速”。

上海石油始终坚持“以客户为中心”,以信息技术与网络服务为驱动,在油品业务、天然气销售、易捷服务、营销培训等场景进行多维度实践,通过提供专业化、个性化支持,提高经营管理效率,深化数字化手段在业务销

售中的开发应用,有效提升客户消费体验。自推广此项应用以来,直分销售客户使用APP购油率达到100%,数字化销售的高效率运行促进了公司一季度直分销售业务完成率达到140%。

数字提油不仅使客户端体验更加便捷高效,运油车的驾驶员也可以通过数字提油功能直接接单,然后在发油平台凭手机二维码提油,实现了更加安全、可控的油品订单管理。通过这些数字化销售管理,上海石油除了企业、客户、驾驶员的交流隔膜,让信息流通透明化、高速化,为进一步提升油品直分销售业务水平打开广阔通道。

除了普通的油品,上海石油还完善天然气直分销售业务数字化管理,实现了天然气需求提报、资源平衡、定价采购等流程跨系统线上管理,利用数字化手段帮助新能源业务取得快速突破,助力企业实现进一步能源转型。今年以来,上海石油成品油、天然气销售量均实现同比增长。

江苏苏州石油

“车牌付”提升客户消费体验

客户:原来加油也能运用AI,大热天的加完油也不用下车去易捷便利店付钱了,方便!

员工:推广“车牌付”以来,车牌识别精准,大大提升工作效率。

“车牌付”是一种以AI车牌识别为核心的新型支付方式,加油不再需要实体卡片。加油站在智慧摄像头识别的基础上,运用AI技术跟踪车辆行驶轨迹,最终精准判断车辆停靠和对应油枪,识别准确率基本达到100%。

江苏苏州石油升级顾客消费体验,以信息技术与网络服务为驱动,在辖区66座加能站推广智慧加油“车牌付”,提高经营管理效率,深化数字化、智能化在企业经营管理过程中的应用,有效提升客户消费体验。一季度,苏州石油“车牌付”交易近50万笔,消费金额同比增长69.8%。

顾客首次使用“车牌付”时,在中国石化AI无感加油“官方小程序”中注册成为会员,绑定个人和车辆信息后就能使用。进入油站后,车辆停在加油区域内,加油机上方的摄像头会自动识别车辆,在加注油品后,智慧加油机显示加油升数、金额等信息,并自动扣除油款。

除了提高车牌识别准确率,苏州石油还利用加能站现有加油机显示屏、语音提示等硬件设备,对车辆加油状态进行视频和语音提示,确保员工、客户准确知晓加油数量、金额。同时,为便于客户及时掌握业务动态,银行会实时给客户推送车辆进站、扣费信息等短信,让客户对每一笔支付心中有数。据测算,该公司全面实现智慧加油后,单站服务车辆可提升1.5倍以上。

广东茂名石油

点击“我要买油”,“坐等”送油上门

客户:太方便了,65笔购油订单全都通过“我要买油”APP下单,节省了许多环节,就算我暂时回不了工地,也不会影响油品送达。

员工:通过“我要买油”APP自助下单购油,订单全流程上流转,可随时随地查询订单状态,实现了购油全流程可视化。

“我要买油”APP,是广东茂名石油深挖直分销售市场潜力,探索出的数字化营销模式。该业务通过打造“手机网上购油、菜单式配送、业务一键查询”等营销场景,解决站外购油客户开户难、流程多、配送慢的痛点难点问题,提升服务精准度。

今年1-4月,茂名石油通过“我要买油”APP销售油品超10万吨,“一键送油”配送率排名广东石油第一。

此外,通过在APP上点击选择提油数量、日期、时间段、司机等信息,即可“坐等”24小时内客户经理用油罐车将油品送上门,并且可随时查看油品出库、配送路线等情况,切实为客户营造了“买得放心,用得安心”的购油环境。

从电话询价、开票下单到APP购油,广东茂名石油以数字化赋能营销、管理和客户服务,为直分销售插上数字化的翅膀。传统站外销售方式依靠客户经理每天打电话给客户报价、客户到指定开票点下单、自行开油罐车提油等,效率低、成本高,推广“我要买油”APP,实现了站外销售客户购油环节线上操作,有效缩短了客户开户、购油、提油时间,提高了拓市创效能力和服务客户能力。

浙江石油

用时20秒!随时随地“云售卡”

客户:不去加油站和售卡营业厅也能办理加油卡,不仅节省了往返时间,还能随时随地享受高效服务。

员工:只要带上加油卡和手机,走出加油站,即可随时随地售卡,只要扫我的二维码售出加油卡,都会算作我的业绩。

“云售卡”业务是浙江石油依托微信公众平台、优化升级移动端应用,在销售系统内率先开发应用的业务,员工通过手机便可随时随地售卡,解决售卡过程中“低效率”“高成本”的痛点难点问题,突破了原有售卡场景限制,拓展了加油卡营销新空间。

“云售卡”业务推出两年来,累计售卡330万张,卡片活跃度始终保持在90%以上。

传统的加油卡销售模式服务流程长、配置设备多,尤其是外出营销时,携带设备十分不便。随着时代发展和数字化技术广泛应用,加油客户尤其是年轻客户对消费体验要求越来越高,浙江石油推出的“云售卡”业务流程简单、操作便利。员工通过向客户出示售卡二维码,客户扫码跳转领卡界面,输入加油卡后3位数字即可成功领卡。系统自动绑卡,顾客可在浙江石油官方公众号、小程序中充值、查询等,全程仅需3步操作,用时20秒。

同时,“云售卡”业务还能大幅降低硬件投入成本。据统计,该功能的开发应用,每年可为企业节省售卡设备更新费用上百万元。

贵州石油

有了SaaS,运营分析“大脑”更智能

客户:加油快,服务好,下次我还会再来!

员工:以前统计加油站前车流量,全靠我们蹲在马路牙子上数,现在有了SaaS,再也不用这种笨办法了。

SaaS全称加油站运营分析平台,是通过建模和空间计算等数字技术手段,分析用户群体的定位信息、轨迹信息和行为信息,结合加油站经营的关键指标及场景分析,为油品销售企业运营管理和市场分析提供数据支撑。

近日,据SaaS系统显示,贵州石油茶店加油站4月车辆平均通行时长4分43秒,但与竞争对手最好表现仍有11秒的差距,经分析发现,现场高峰时段缺少引导,影响车辆通行。该站立即设置“马甲哨子兵”,实行“首位引导”,使顾客加油付款后能迅速离

站,通过时长提速了12秒。同时,该站不断提升服务水平,截至5月14日,该站客户服务评价零差评,成功吸引并召回10%的流失客户。

他们通过使用SaaS系统对加油站周边情况进行分析,逐县筛选出进店率低、市场份额小的站点,实施一站一策,并先后在贵州遵义余庆龙溪站、乌杨树站等站点开展“点对点”促销活动。1-4月,贵州石油新开发零售客户3517家,机出零售量同比增长12.7%。

此外,贵州石油还运用SaaS系统制定梳理383条措施建议,分析潜在及流失客群,通过“点对点”营销,持续推进挖潜增效工作。截至目前,82座潜力站提量效果明显,13座低效站、17座新投营未达产销量站实现摘帽。

江西石油

TMS系统实现仓储物流无纸化

员工:以前,我们收货、盘点,都是人工打印单据、分发、收回表单等,工作量大,还容易出错。自从有了TMS系统,整个仓储过程中实现了无纸化作业,准确率高。

兄弟单位:TMS系统很具智能化,值得借鉴推广。

TMS系统是运输业务管理系统,包括从商品入库到仓储区的RF手持终端和电子标签,从存储区到出货区的自动分拣线,商品物流运输调度智能监控等环节,实现了易捷服务和配送业务全过程的有效管理,系统将管理者和配送中心、承运商、司机、门店等纳入统一的管理平台,实现运输业务管理的透明化,提高运作效率,减少差错,保障送货及时

性,提高门店收货满意度。

江西石油加快商品仓储配送过程中的智能化建设,拓展服务功能,在系统内率先建设易捷服务运输业务管理系统(TMS),实现易捷服务配送业务全过程的有效管理,将管理者和配送中心、承运商、司机、门店等纳入统一的管理平台,确保运输业务管理透明化,提高运作效率,减少差错,保障送货及时性,提高门店收货满意度。

得益于RF手持终端、电子标签、自动输送分拣线等一系列仓储物流的智能化设备运用,江西石油仓储物流减少用工8人,商品出库作业误差降低80%,损耗费用减少24%。

