

重庆石油推广“五招” 客户满意率节节高

以“情绪创效、服务创效、数字创效、品牌创效、激励创效”五大价值体系为抓手,人均客户满意次数同比增幅95%

□童 娜 孙丽萍

今年以来,重庆石油锚定“高质量打造综合能源服务商”目标,以“情绪创效、服务创效、数字创效、品牌创效、激励创效”五大价值体系为抓手,改变消费者对中石化“单一能源供应商”的印象,上半年人均客户满意次数同比增幅95%、成品油机出销量同比增长5.4%、毛利同比增长28%。

聚焦以数赋能,经营决策更加精准

重庆石油以推进经营管理、营销服务数字化为目标,在及时研判、快速反应、动态优化上下功夫,建模型、抓体系,为实现科学决策提供数据支撑。深化“全价值链、量价利决策”模型应用,动态调整创效平衡点,为站级经营决策优化提供了有效手段,机出吨油毛利同比增22%。

开展“新一站一策”专项调研,线上调研、线下走访近万名客户,形成指导意见十大类45条,对症下药制定经营策略,精细管理水平再上台阶。

以周为单位动态监控38个区域市场占有率变化情况,定期对汽柴油销量进度、营销投入、客户动向等情况分析复盘,及时评估营销成效,调整经营策略,形成闭环管理,市场份额较年初增加2个百分点。

开发单站模拟核算系统,将量、费、利指标细化至站级,以日为单位监控站级创效水平、评估经营策略,今年以来动态优化营销投入4600万元,节约营销成本500余万元,引导客户回流247户。

聚焦品牌建设,协同能力更加增强

搭建“形象、会员、服务”品牌体系,以增强品牌溢价能力、提升品牌价值增值服务为落脚点,进一步提升经营创效水平。

做优站点形象。加快推进治破治旧、提质增效改造,优化枪机罐布局等工作,确保改造一座、焕新一座,改造站站均销量较改造前增幅超10%。开展“环境卫生月”厕所升级专项行动,厕所满意评价次数同比增加15万次。

做实品牌会员推广。配合年度六大主题活动,推出“权益会员,不止加油”系列宣传线,引入银行、保险、商场等三方资源,搭建洗车、旅游、露营、观影等热点营销场景,探索服务车主新业态;开展企业微信早安问候、网络热点营销,打通品牌推广、客户触达通道,改变消费者对中石化“单一能源供应

商”的刻板印象,微信群客户规模达40万人,客户规模位居区外第一,发展权益会员160万人,会员规模居区外第二。

做特色司机之家。启动司机之家暖心计划,在常规功能基础上,开展定向需求调研,收集往来司机100余项建议,为站点配置血压仪、AED除颤仪等特色服务,在司机之家站开展专属营销活动,促进柴油销量同比增幅14%。

聚焦精细服务,服务质量持续提升

深挖制约服务提升、客户满意的痛点难点问题,定标准、建机制、强技能,让优质服务成为一种习惯,实现向服务要效益的目标。

“诊断+整治”,补齐服务短板。开展“十大服务触点”专项排查,建立69项自查项目问诊清单,重点从枪机罐布局、夜间亮化、标识标牌等方面出发打造高效现场、丰富服务项目,确保现场更顺畅、服务更贴心。车辆平均通过率同比提升16秒,完成枪机罐改造12座。

“理论+实操”,培养服务习惯。理论方面,提前组建理论题库,梳理服务话术,以“周挑战+月考核”的方式强化日常学习锻炼;实操方面,结合加能站重点业务板块,自行开发实操演练科目11项,并配套拍摄教学视频,每周逐项开展演练。

“两评+四到”,推广高效服务标准。畅通两评工作反馈机制,客户投诉、差评留言严格执行24小时反馈与整改机制,确保客户需求及时回应,服务问题有效整改。建立“四到”友好型站级服务标准,严格做好“车到、人到、问候到、微笑到”的“四到”服务,增强客户消费体验感,好评率较年初提升了0.07%。

“帮扶+监督”,建立服务长效机制。利用“两评反馈”“差评提醒”畅通反馈渠道,每月定期梳理问题站点,两级公司到现场问诊帮扶300余次,扩大问题整改影响力,扎扎实实改善客户体验;固化视频检查机制,扩充视频检查人员队伍,实施日检查、日通报、限期整改、月度两轮全覆盖的检查整改模式,确保站级问题有效整改落实,站均问题降低21%。

聚焦情绪价值,增强企业发展动力

坚持“为基层减负,以实际行动温暖全员;为客户服务,以优质服务感召客户”双向输出模式,创新提出情绪创效理念,通过消除员工负面情绪,以员工正向能量输出感染客户,获得客户好口碑,增强

服务软实力。

加强员工情绪疏导。公司层面,严格落实基层减负举措,推广一键日结、一键班结功能,日均节约工作时长约1小时;开展“员工委屈我来帮,员工困难我来帮”机关结对帮扶行动,设置恶意差评“关爱奖”,倾听、安抚员工内心委屈;站级层面,加强员工心理素质教育,把员工情绪分享作为基层周例会必听内容,让员工及时卸下心理负担,以正面情绪感染客户、赢得好评。

传授情绪管理技能。预设现场服务问题场景,编制十大服务应用话术,以直播、视频专题分享的方式,让员工提前演练并掌握不同场景下的情绪管理技巧,提升处理现场问题的情绪掌控能力。上半年客户评价满意次数同比增百万余次,人均客户满意次数同比增幅95%。

坚持典型引路“心”视角。启动“五心员工”打造计划,每月评选典型代表,引导全员锚定“加油服务有耐心、客户交流有暖心、技能提升有决心、增量创收有信心、本职工作有责任心”五项综合技能突破性提升。同时,注重“五心员工”优秀服务经验的提炼推广,总结出“站点管理四多”“客户服务四诊”“五勤四心让服务多星”等典型经验50余项,引导全员学先进、强服务,实现员工客户情绪双向传导。

聚焦激励引导,实现企业员工双向奔赴

从当期经营管理重点强化过程激励,引导分公司、加能站将重心工作向市公司靠拢,上下齐心形成合力。

着力经营创效。每月以毛利最大化为原则,明确各分公司销量、价差基数,对超基数部分给予专项激励,在充分放权的前提下,引导分公司、加能站算好量效平衡综合账,争取毛利最大化,同时辅以全员营销、会员开发激励,引导全员多卖一吨油、多开发一位客户,柴油大客户数量同比增长13%。

着力管理提升。建立客户评价、岗位练兵、督导检查、厕所评价四个方面12项管理类指标体系,对月度管理指标综合排名,指标占比动态调整,结合排名给予不同标准的人均薪酬激励,引导全员勤学、提技能、强管理,岗位练兵平均95分以上,较年初提升14分。

着力服务赋能。发挥考核激励指挥棒作用,以“定标准、硬兑现”为原则,按月下达差评率指标线,对超差评线部分的差评次数扣减薪酬,未达差评线部分给予奖励,引导分公司想方设法提升服务质量,严格控制差评,争取更多薪酬激励。



重庆石油“五心员工”微笑服务。

乐成云 摄



重庆石油员工相互鼓励增量创效。

李玮 摄



重庆石油高滩岩加能站。

周高利 摄

品牌之声

提供令人感动的服务

□何翔任

2023全国石化行业经济形势分析会上,中国石化和化学工业联合会会长李寿生提到:用户服务将会是未来企业市场竞争的一大焦点。巩固老用户、开发新用户、培养潜在用户往小了说是品牌建设重点工作,往大了说是关乎一个企业生存和未来发展的大事,不仅工作十分艰巨,而且空间也十分巨大。

李寿生之前去日本考察,有3个产品令他印象深刻。众所周知,日本已经进入老龄化社会,很多产品设计深刻体现了对老人的关心。李寿生患有糖尿病,每周都要去医院注射药物降糖。日本接待方得知后,给他推荐一种降糖药“周一片”,每周只吃一粒就能控制血糖,这样就免去了去医院的麻烦。

李寿生眼睛老花,但是之前不爱拿放大镜阅读书报,因为看久了会头晕。接待方给他提供了一款放大镜,可以折叠,携带很方便,而且长时间阅读也不会头疼。

就连指甲剪也别具匠心。他在日本剪指甲时,发现指甲剪上还带有放大镜,看得清清楚楚,这样剪的时候就不用担心剪到肉了。

李寿生说,一定要重视感情的力量。日本的产品设计从用户出发,带给了用户感动。他还举了一个国内的例子。

上半年,他去上海某研究院,该院领导一见到他就问:您什么时候去延长石油,我们陪您一起过去。他很奇怪,就问“你们为什么要去啊?”该院领导说:去年上海疫情期间,延长石油送来了两车苹果,帮助他们在最困难的时候稳定了队伍,所以一定要过去感谢延长石油的支持。后来一去,谈成了好几个技术合作项目。

没有用户、没有市场的企业,只有破产一条路。据德国信用机构统计,2022年,在西欧14个国家中,就有14万家企业破产,这个数字比上一年增加了24.2%。在东欧国家中,破产企业也达到6万家,一年之中,东西欧国家加起来就有20万家企业破产。在全球经济下行、国内需求不振的形势下,抓住用户,扩大市场,是企业生存和发展的第一要务。

李寿生说,在竞争越来越激烈的时候,一定要把服务用户上升到企业战略管理的高度,全力提升企业市场服务的竞争力,用服务开拓市场、创造品牌,用令人感动的服务开创企业高质量发展的新境界。

□单旭泽 张 丽

8月1日,经纬公司华北测控公司鄂尔多斯项目部承揽测录定导一体化施工的中国石化“示范井工程”J30-3-P12井,历时23天完钻,创东胜气田水平井最短钻井周期、最快机械钻速等10项纪录,获甲方高度认可。

今年上半年,鄂尔多斯项目部成绩亮眼——创产值8720万元,其中新技术创收1425万元。10年间,该项目部完成施工2000井次,从毛乌素沙漠摸回4亿元蛋糕,创下25项纪录,获甲方表扬信110多封,成功开拓矿产普查井、铀矿等非常规测井市场,攻克20余项新技术工艺,填补了华北石油工程多项施工技术空白。

改革重组——让每个岗位都是“创效单元”

2021年,经纬公司挂牌成立,搭建“公司管总、区域管战、项目主战”的矩阵运营架构。

“项目主战”,对于鄂尔多斯项目部来说,是改革红利落实到基层的重要机遇。项目部经理柴文广和班子成员将鄂尔多斯原有队伍建制打散,对每一个岗位精细划分,推进“一专多能、一岗多能、职责饱满”的弹性用工岗位设置。把3个专业、69支队伍组成“一体化项目部”,建立人才流动“内循环”,激活每一个创效单元,确保生产不断、队伍不乱、士气不减。党支部书记吴雷通过网格将党员们串

经纬公司华北测控公司鄂尔多斯项目部克服改革重组、人员短缺等困难,靶向发力,激活每一个创效单元,在大牛地、杭锦旗等区块打响华北测控品牌

毛乌素沙漠里的“创效先锋”

联起来,当先锋、作表率、带队伍……不仅让基层员工增强了归属感,也让甲方增加了信任感。

针对定向人员短缺问题,项目部从录井专业逐步调整15人至定向专业,通过签订师徒协议,按照“2骨干+1新人”的配置壮大定向队伍,加快转岗人员的成长步伐,目前首批录井转定向专业人员已完成半年期考核,达到上岗条件。

描述大班岗位袁利霞“师徒徒”传佳话。她善于归纳总结,通过言传身教,将岩屑描述和现场管理工作整理成册传给给队上新员工,程一成、刘丹丹、张平很快走上描述大班岗位。

拓市创效——化身“技术营销员”捧回大蛋糕

看着队伍精气神和战斗力节节攀升,柴文

广信心十足,他化身“技术营销员”,积极了解甲方需求,推荐工艺技术,成为公司“创效先锋”。

“中,咋不中!干,肯定能干!”是柴文广的口头禅,甲方习惯了一有问题就找柴文广。为了帮助甲方解决难题,项目部成功推动井壁取芯技术在鄂尔多斯工区首次应用,并积极向甲方推介成像、核磁测井等新技术的应用优势,平均每年新增特殊测井施工任务30余井次。

项目部提出“整体运行+单井节点结合”的一体化运行方案,生产运行无缝衔接,通过“三图一表”“333工作法动态控制轨迹”“一小时保障圈”等特色服务,实现3口集团公司示范井“地质甜点+工程甜点”的双丰收。

听说华北油气产能建设及后期需求有变化,柴文广拨动创效算盘,快速收集整理了新井部署资料,研判出泵送射孔在东胜油气田具备很大的创效潜力。鄂尔多斯项目部马上寻求多方支持,与华北石油工程井下作业分公司

“强强联合”共同竞标,新组建3支泵送桥塞射孔队,使桥塞射孔技术在该市场实现零的突破,市场占有率达39.6%,新增产值1600万元。

在鄂尔多斯市场,项目部员工推开许多扇门、遇见无数人,市场的蛋糕在持续的努力中一点点做大。2022年,鄂尔多斯项目部为公司捧回2.02亿元产值“大蛋糕”,创下16项施工纪录。

打响品牌——聚焦甲方需求,齐心保障油气勘探

“欢迎大家加入,共同扩大甲方‘朋友圈’。”4月18日,在杭锦旗基地,项目部向胜利定向井公司、中原测控公司、华东测控分公司等兄弟单位发出合作邀请,成立定测录导一体化项目实施组,共同保障华北工区油气勘探。

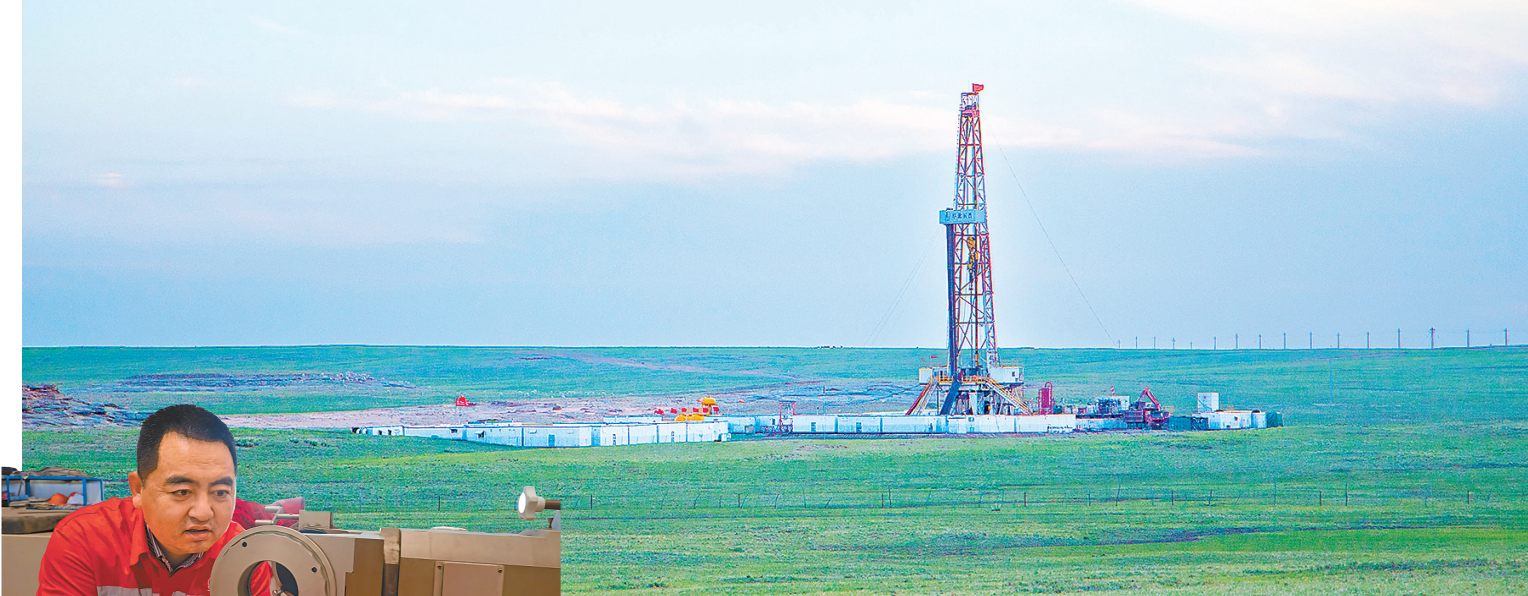
放眼望去,毛乌素沙漠里,工程建设如火如荼,绘就一幅“千里施工图”。

3月6日,由HB039定录一体队负责施工的J30-7-P4井水平段顺利完钻,含气显示钻遇率89.2%,刷新东胜气田锦30井区开发井气显示钻遇率最高纪录。5月,大牛地气田首口示范井D66-P21井顺利完钻,定测录导一体化项目实施组运用最先进的ZH-3型定录导测控仪和地质决策房,为该井A靶点着陆及水平段施工保驾护航,较设计钻井周期提前8天完钻,得到甲方高度认可。

“单兵作战变为兵团作战,单向协作变为多维融合,效率就是高。”项目部定向专业副经理张戈说。

项目部结合甲方生产实际,积极引进新技术装备。针对复杂井况测井难题,引进泵出存储测井装备、套管牵引器装备,助力提速提效,获得甲方、配合钻井方的高度认可;针对甲方小井眼测井需求,积极引进小井眼电成像、核磁、偶极声波等先进工艺技术,全力解决甲方难题,打造“华北测控”设备管理样板工程。

今年1~6月,鄂尔多斯项目部喜创15个“首次”纪录,收到16封表扬信,测井资料优品率达到99.74%,录井资料优良率100%,定向轨迹中靶率100%,定向专业市场占有率从75%上升到86%。



◀经纬公司华北测控公司鄂尔多斯项目部经理柴文广检查连斜方位校验仪测度线。

王修甫 摄

▲由经纬公司华北测控公司承建、测录定导一体化施工的中国石化“示范井工程”J30-3-P12井,历时23天完钻,创东胜气田水平井最短钻井周期、最快机械钻速等10项纪录。

牛子军 摄