

跑赢“最后一公里” 打造能源便捷圈

阅读提示

在能源转型的大背景下,能源消费需求呈现前所未有的多元化趋势。中国石化销售公司始终致力于提升服务质量与效率,以满足广大用户日益增长的个性化需求。在这一过程中,“最后一公里”服务成为企业关注的重点。“最后一公里”,是指服务或产品从配送网络到达最终用户的这一段距离,是连接企业和消费者的关键纽带。

为打通服务“最后一公里”,中国石化销售公司不仅在传统燃油供应方面持续发力,而且积极拥抱新能源、扎实发展多元服务业务、打造“一刻钟便民生活圈”、提升供应链管理效率……通过不断拓展和优化服务体系,更好地服务每一位用户,践行“为美好生活加油”的承诺。

新闻会客厅

嘉宾:



丁松 贵州贵阳石油党委书记、经理
杜航 湖南常德石油经理、党委副书记
杨凯 山东菏泽石油经理、党委副书记

中国石化销售企业如何打通服务“最后一公里”取得了哪些提质增效亮点?

杜航:湖南常德石油通过线上线下双轨互联,将服务窗口延伸至客户触手可及之处,有效提升了服务口碑和销售业绩。一是在湖南省率先启动“抖音短视频运营”项目,定期发布营销服务类视频,增加企业曝光率,今年截至9月,已发布视频200余条,累计浏览量突破150万人次;二是将易捷商品直播从室内转移到网红夜市、大小河街,以及常德沙滩音乐节等人流密集场所,通过定向引流,1~9月累计组织了7场直播活动,易捷线上业务营业额同比增长14%;三是积极推广“我要买油”APP,打通线上购油渠道,提供“一键购油”便捷服务,1~9月累计完成直分销售订单595笔,吸引新增及回流客户268个,服务时效达到100%;四是全员参与小额配送推广工作,组织团队深入地方农机场所、工地和厂矿等地开展“六进”活动,区域覆盖常德市七个县区,1~9月累计完成小额配送客户300余个,完成“送油上门”0.25万吨。

中国石化销售企业如何通过技术创新优化“最后一公里”服务?

丁松:一是实现移动办公。员工可通过手机操作“易捷加油”APP实现移动办公,实时接收和处理订单,查看库存信息,进行远程监控和管理,大幅提高工作效率。同时,线上平台还提供个性化服务,如定制化优惠、电子支付、积分兑换等,进一步优化客户体验。二是物流快速响应。客户通过APP下单,订单信息经审核确认后,物流部门可在第一时间获取订单详情,迅速安排配送,有效提高了配送效率。

杜航:湖南常德石油持续围绕“质与效”发力,通过数智化创新应

面对能源市场的发展趋势,中国石化销售企业如何调整“最后一公里”服务策略?

丁松:一是优化充电网点布局。在加能站增加充电设施,满足电动汽车的充电需求,利用超级快充技术,提供更加便捷的充电服务。同时,根据新能源汽车的行驶半径及充电需求,优化加能站选址,方便新能源汽车途中补给。二是推进能源绿色转型。促进可再生能源的应用,布局光伏发电系统,推广“爱跑98”汽油、甲醇燃料等清洁能源。三是提供综合能源服务。提供包括加油、充电、加氢等综合能源服务,以满足不同类型车辆的需求,并提供休息、餐饮等增值服务,提升用户体验。

杜航:湖南常德石油致力于建设“全面优而强”的一流现代化综合能源服务商,打造完善的“综合能源+综合服务”集成体系。一是加速推广清洁能源和新兴能源。积极推广销售“爱跑98”汽油,逐步扩展LNG(液化天然气)加气网点,计划3年内投资5座LNG加气站,全力满足“气代柴”带来的新增市场需求。二是加大县域挖潜与场外发展力度。紧盯市场空白区域,重点探索加能站场外区域的公共充电车位和光储充一体化发展新模式,优先加强重点镇村公共充

陈小梅 姜巧 许金玲 骆冬梅 整理提供

山西石油

多维服务重卡充换电

□薛凯元 高志航

“以前跑在路上就怕没地方给车充电,现在没隔多远就能找到中国石化充换电站,干运输踏实多了!”常在山西石油长治关村充换电站充电的重卡司机王师傅感慨。

今年以来,山西石油秉持“路网”一体化发展理念,紧密结合矿产资源短途及干线运输拓展重卡充换电站,努力为重点经济活动提供能源保障。今年上半年,山西石油建设重卡充换电站19座,累计达24座,区域性重卡充换电网络初步构建,山西各区域的重卡司机行驶一公里左右就有较大概率找到充换电设施,满足了司机对充换电“最后一公里”的能源补给需求。

山西石油根据应用场景摸索出三种重卡充换电站发展模式,更好地提供能源服务。一是在应用场景暂不明晰的国省道站点,采取与第三方合作共建

模式,山西石油提供场地资源,合作方负责换电设备及土建工程建设。此模式可降低投资风险,借助第三方专业能力和资源,快速在国省道占据关键位置布局充换电设施,为后续服务优化和拓展奠定基础。二是在主要服务市政车辆的市区站点,山西石油与合作方共同投资建设换电项目,通过合理投资分工,可在市区一公里范围内构建适合市政重卡的充换电服务网络。三是在明确应用场景的情况下,山西石油以自建形式在现有网点增设重卡充换电设施,更好地掌控服务质量和运营效率,为重卡提供稳定、高效的充换电服务。

山西石油在重卡充换电业务发展中,从理念、布局、建设、规划、模式等多维度入手,打通充换电服务“最后一公里”,全面提升重卡充换电服务质量,扩大服务范围,为山西地区重卡运输和经济发展提供有力支撑。



河南驻马店石油送平二站站站长王东启给农户送化肥。 刘亚迪 摄

江苏石油

让卡车司机“三餐无忧”

□周昕芷 刘敏

“为了吃上这口韭菜饺子,我特地绕到这里加气,‘石化易厨’的饺子都是现包的,加上刚出炉的烤肠,绝配!”经常在江苏淮安石油上河加能站加注天然气的货车司机傅师傅笑着说。近年来,淮安石油秉持“以客户为中心”的理念,聚焦解决货车司机面临的实际问题,以优质服务为抓手,以增值服务为媒介,打通天然气服务“最后一公里”。

深入了解客户需求,打造个性化服务体系。淮安石油深入走访周边物流园和厂矿企业,记录每一位客户的用气需求及行驶路线,建立健全客户档案。创建加气客户微信群,在群内实时更新站点气源状况、库存信息及交通情况等。与LNG(液化天然气)车主服务软件“司集APP”达成合作,在软件主页宣传中国石化加气站活动内容,拓宽线上服务

渠道。1~9月,淮安石油LNG销量同比增长281%。

解决用餐难题,“石化易厨”应运而生。针对困扰长途车驾驶员的饮食问题,淮安石油组织专业团队前往京沪高速沿线多个服务区考察学习,编制餐饮满意度调查问卷,截至目前已收到超600份反馈,在此基础上打造出“石化易厨”,在快餐基础上增设牛肉汤、淮扬面、手工水饺等,满足司机的饮食需求。在入口处增设服务台,安排专人核销餐券,缩短司机等候时间。

不断提升服务水平,彰显央企责任担当。江苏石油积极响应交通运输部、中华全国总工会“关心关爱卡车司机群体,服务民生,体现担当”的号召,全面加强干道站点的综合服务功能,持续优化司机之家服务功能,实现“一进江苏三餐无忧”,打通天然气服务“最后一公里”,让优质的“一站式”服务真正走近货车司机。

江西石油

“易捷速购”实惠又方便

□张曦 曾林沁

“我经常在中国石化的易捷便利店购物,现在店里还提供免费服务,下单后不到20分钟就能收到商品,太方便了!”家住江西赣州市某小区的黄女士在江西赣州石油“易捷速购”滨江店下单购物后表示非常满意。

赣州石油“易捷速购”滨江店地理位置优越,周边环境环绕众多商场和居民区。这家面积达180平方米的便利店精选了4000余种商品,涵盖百货、食品、酒水、美妆个护、汽车用品及宠物用品等,能够满足消费者多样化与个性化的需求。为进一步提升购物体验,“易捷速购”滨江店携手美团平台提供24小时即时配送服务,成功打通“最后一公里”,构建高效的“一刻钟便民生活圈”,全面推进从“万货商店”到“万

物到家”的转变,为消费者提供“线下店内体验+线上即时到家”的优质服务。

今年以来,江西石油积极落实集团公司“丰富易捷服务多业务生态”的战略规划,顺应“即时零售”多元化发展态势,结合终端网络、商品资源和物流仓储的核心优势,推动主营业务与新兴经济领域深度融合,加快布局建设“易捷速购”门店,持续打造人·车·生活生态圈,为广大消费者创造更加美好的购物体验。



江西赣州石油“易捷速购”滨江店员工将订单交给外卖骑手。 梁惠雯 摄

河南石油

一个电话农肥送到家

□刘亚迪 姜明武

“一个电话你们连夜就把农肥送到我家,天一亮我就能下地干活了,真是太感谢了!”家住河南驻马店庙湾乡的祁先生高兴地竖起大拇指。10月以来,河南地区进入农作物用肥刚需季,为全力保障“三秋”生产,河南驻马店石油抢抓农时,打通农肥服务“最后一公里”,为新一季粮食生产打下坚实基础。

驻马店石油提前部署,召开农肥业务宣传贯彻会,组织各县区销售人员集中培训农肥知识,倡导科学用肥。他们利用线上线下相结合的方式,深入合作社、村委会及农户家中走访调研,通过开展技术咨

询和指导等服务,解决农户在施肥过程中遇到的各种问题,用实际行动助力秋粮入仓、秋种下田。截至目前,驻马店石油农肥销售量排名河南石油第一。

针对农肥配送难的问题,驻马店石油在加能站公布购肥送货热线,组建了15支“送肥小分队”,优化配送路线,实现跨区域协同配送,并安排专人跟踪农肥配送订单,动态调整送货路线,确保农肥能够及时送达农户家中,全力打通农肥服务“最后一公里”。同时,该公司建立客户反馈机制,通过问卷调查和实地走访等方式持续提升服务质量和客户满意度。

河南石油认真落实国家粮食安全战略,精选30个具备存储条件、客户群体集中且销量大的县区公司建设化肥存储中心,为农户用肥备足“粮草”。在化肥质量、售后服务、技术指导及优惠政策等方面赢得了广大农户的一致好评。“三秋”期间,河南石油共筹备秋收化肥1.5万吨,为豫粮丰产丰收提供了有力支撑。

湖北武汉石油

油品送到客户心坎上

□陈翔 陈艺婷

近日清晨,一阵急促的电话铃声打破了武汉武昌石油的宁静。“沈经理,我们的火车头断油了,今天有一批货物必须紧急运输,请您无论如何帮我们解决这个问题!”电话那端,某钢铁集团火车调运组组长焦急地说。该钢铁集团是武汉市重点企业,任何延误都将带来不可估量的经济损失。没有片刻迟疑,武昌石油客户经理沈刚与公司内部协调后,迅速启动了应急响应机制,确保在最短时间内将油品送达现场。

经过紧张的调度和准备,满载油品的配送车辆终于在当天11时40分抵达钢铁集团厂区,稳稳停靠在等待加油的火车头旁。看到油品顺利送达,李组长如释重负,激动地对沈刚说:“太感谢了!让火车头加上油,比我自己喝上冰啤酒还舒心!”

这一幕只是武昌石油服务客户“最后一公里”行动的缩影。长期以来,该公司始终坚持“全员开发、用情维护”的客户开发理念,无论客户遇到什么困难,公司上下都会全力以赴确保客户需求得到及时响应和满足。正是凭借高效且贴心的服务,武昌石油赢得了广大客户的高度认可,在激烈的市场竞争中脱颖而出。

下一步,武汉石油将继续坚持“客户至上”的服务宗旨,不断创新服务模式,提升服务质量,致力于为客户提供更加优质高效的能源保障方案,助力地方经济持续健康发展。正如沈刚所说:“我们的目标不仅是送油到客户面前,更要送到他们的心坎上。”

四川攀枝花石油

“技术上门”赢得信任

□李东 王雅男

“听了您的讲解,我在润滑油使用上更加专业了,既省油又省钱!”一位客户最近在参加四川攀枝花石油举办的润滑油使用座谈会后感慨。“不比不知道,在同价格产品中,中国石化长城润滑油无论是耐用性还是使用寿命都表现得更为出色。”某金属加工公司经理刘先生也感叹。

在竞争激烈的攀西地区,“技术上门”服务成为攀枝花石油闯出润滑油市场新路的的关键举措。为了将服务做到客户心坎上,攀枝花石油与西南润滑油公司携手组建了专业的润滑油保障团队,定期组织客户经理和技术人员走访润滑油使用单位,深入厂矿、车间,向一线工人讲解润滑油使用要点及省油保养技巧,并积极收集反馈意见,不断提升服务质量。

同时,攀枝花石油主动加强与润滑油生产商沟通协作,争取更多支持,为重点企业、大客户量身定制的产品组合和营销方案,旨在通过差异化营销策略提升大客户对中国石化的品牌认可度。

优质的服务是最好的营销。“技术上门”建立了与客户初步信任,“试用服务”则为达成合作的有力手段。攀枝花石油客户销售团队会建议客户参与润滑油“新品试用”活动,让客户能够亲身体验产品优势后再做决定,从而增加合作的可能性。今年截至目前,攀枝花石油润滑油服务团队主动上门送服务,进入车间讲技术,累计走访行程近2万公里,举办“新品试用会”10余次,成功开发润滑油客户15个,实现销售额超700万元。



江苏淮安石油上河加能站。周昕芷 摄