



专家视点

## 以数字化手段推动“双服务”升级

□海南石油总经理助理、零售管理部经理 朱 凯

“双服务”专项行动是推进“以客户为中心、以基层为根基”战略的重要手段。海南石油将数字化手段作为引擎,通过智能终端、大数据分析、无感支付等技术,实现了服务从“能源供给”到“需求智配”的转变,显著提升了用户体验。从单一供给到多元服务模式升级。海南石油依托全省加能站网络优势,加速转型升级,根据不同站点的特色与区位优势打造海边网红站、全场景数智站等特色站点,提供补能、“吃鸡”(餐饮)、观海等新型服务体验,并初步构建“车船生态”服务平台,推动即时零售“一刻钟便民生活圈”在各分公司落地,将客户消费潜力转化为实际消费动能。构建客户需求智能预判体系。海南石油以“综合服务+数智应用”为路径,加快建设智慧加能

## “双服务”驱动企业管理精细化

□江西石油副总经济师、南昌石油总经理 韦哲峰

当前,成品油市场竞争已从价格导向迈入“同质化+体验化”的新阶段。江西南昌石油作为区域市场的重要参与者,正面临因现有市场份额与拓展新增长空间的双重挑战。在转型升级过程中,南昌石油锚定“综合能源+综合服务+数字经济”发展方向,聚焦“双服务”专项行动,着力构建“最后一公里”服务优势,探索出一条以增强客户体验为核心的价值增长路径。“双服务”聚焦精细化服务,打造差异化竞争力。精细化服务是赢得市场竞争的制胜法宝,南昌石油立足加能站消费场景,借助“车友节”主会场契机,从“服务+体验”入手,将小兰综合加能站打造成为中石化首座五星级自驾游驿站,实现一站式“车生态+家生活”体验,一杯现磨咖啡、一份便捷餐饮不仅延长了顾客停留时间,也拓展了品牌的情感连接半径。自“双服务”专项行动开展以来,小兰站的日均进站量、客户满意度持续提升,1~5月,小兰站易捷咖啡日均销

## 优化“双服务”创造真价值

□四川乐山石油经理 王 晶

在当前严峻的市场环境下,油品销售企业实现可持续高质量发展的关键在于创造价值,满足客户对美好生活的多样化需求。四川乐山石油以“双服务”专项行动为抓手,全面优化服务能力,提升客户满意度、增强品牌黏性,推动市场份额和盈利增长。优化客户关系,精准营销引流。客户关系经营的核心在于“关系深度×场景广度”的乘积效应,乐山石油实施精细化“客户关系维护计划”,建立了会员分级权益体系与线上线下常态化走访机制,有效提升客户体验、增强客户黏性。同时,该公司与中国银联、云闪付深度合作,积极开展“高标号汽油”专项推广活动,紧扣消费场景推出满减定向油品优惠活动,有效带动高标号汽油销量增长。优化品牌形象,提供价值供给。品牌提升不仅是视觉层面的改善,更是通过视觉、服务、场景生态三重赋能,实现市场突破与品牌共振。乐山石油大力推进品牌形象升级工程,完成22座站点61盏罩棚灯的亮化改造工作,实施加能站罩棚

站,赋能业务运营。借助加油站运营分析平台、加满率查询系统及经营分析系统等数智化平台,海南石油能够实时了解站点车流指数、进站率等关键指标,动态评估营销活动成效,针对不同类型站点制定个性化策略,如通过客户画像精准推送加油优惠券,激活潜在客户群体,提升市场份额。打造“无感式”能源服务新体验。海南石油聚焦“绿色化+数智化”主线,在各地加能站先后部署了自助加油机、茶咖机器人、自助售卖机等智能化设备。应用AI数字员工,提供24小时智能引导服务解答客户疑问。运用智能识别与数字支付技术实现“加注即离场”便捷体验,大幅提高了服务效率。通过数字化手段,海南石油实现服务升级、效能提升的双重突破,未来将持续依托数智化平台,整合全渠道数据,重塑能源服务新范式,实现站点服务向“精准化、人性化、智能化”进阶。

量超1500杯,排名江西石油第一。“双服务”赋能基层,是提质增效的核心引擎。南昌石油构建“服务客户+服务员工”一体化管理模式,推动服务质量与运营效率双提升。党员干部定期前往一线开展帮扶工作,如协助车辆引导、处理投诉、推广营销活动等,让一线员工更专注于客户接待及服务工作。同时,企业通过绩效联动机制,将员工收入与服务成效挂钩,形成“全员服务+全程管理”内生驱动体系,使基层真正成为精细化管理的主阵地。“双服务”推动党建与经营融合,实现拓市创效双赢。南昌石油将党建资源向终端倾斜,把党支部建在站点上,充分发挥党员在客户“第一接触面”的先锋模范作用,为服务提升打造样本效应。例如,红谷滩分公司党支部打造司机之家和“深夜食堂”,为2.6万余名网约车司机提供精准、贴心的服务,带动站点日均充电量从0.4万千瓦时跃升至1.8万千瓦时,今年1~5月累计充电量排名江西石油第二,成为党建引领经营提效的典范。

及檐口翻新计划,为3座站点制定个性化改造方案。在重点站点打造“四优(优质油品、优美环境、优秀团队、优良服务)”标杆,并布局洗车机,设立工会驿站,不断拓展服务边界,优化价值供给,实现重点区域市场占有率大幅提升。优化人才队伍,筑牢服务根基。“管理为经营服务”的本质在于“管理为服务客户的人服务”。乐山石油通过公开竞聘选拔营销精英,充实客户经理队伍;调整重点站点骨干人员配置,强化一线综合服务实力;分批次、全覆盖开展零售技能轮训,提升一线员工的服务能力与响应效率。自“双服务”专项行动开展以来,乐山石油各加能站五星好评率明显上升,凸显人才价值经营在量效双增中的核心杠杆作用。在“双服务”专项行动中,“服务客户”与“服务基层”相辅相成,赋能基层是为了更高效地服务客户,而客户反馈又反过来检验并推动基层服务能力的加强。油品销售企业应坚决贯彻专项行动要求,通过不断优化的服务能力赢得客户升级,完成22座站点61盏罩棚灯的亮化改造工作,实施加能站罩棚

中国石化油品销售企业通过精细化服务和差异化营销服务客户、服务基层,坚决打赢市场攻坚战和效益保卫战

# “双服务”激活新动能

广东石油

## 组合策略助力充电“引流”

“双服务”亮点

□司徒锦波 刘 露

广东石油深入贯彻落实销售公司“跑赢大势、跑赢同行”总体要求,结合“双服务”专项行动部署,通过精准定价、多元营销、优化现场服务等,积极推动充电业务发展、做大市场规模。截至6月24日,累计充电量超5.7亿千瓦时,服务客户突破2200万人次,排名销售系统第一。为提高客户触达效率,广东石油实施精细化电价服务。根据不同区域(高速与非高速)、不同时段(平日与节假日),以及站点类型(充电量低中高和服务费低中高站点),组

合制定9种差异化服务费策略,引导客户错峰充电。实施电、洗、油、易捷服务等组合营销策略,提升客户黏性。

合制定9种差异化服务费策略。借助数字化工具,建立量效分析模型,动态调整服务费价格。通过指引牌、私域社群等渠道发布活动信息,引导客户在指定时段、指定站点充电,实现错峰充电,既为客户节省时间和费用,又提升了充电桩的运营效率。在营销服务方面,广东石油注重培养客户黏性。不断丰富会员积分兑换活动,推出消费积分兑换充电服务费满减券活动,让客户切实感受到会员优势和积分实惠。“我有1万多积分,每次来充电可以抵扣2000个积分,相当于免费充电,何乐而不为?”佛山德福充

电站客户李先生表示。围绕充电新业态,该公司还实施“电、洗、油、易捷服务”组合营销策略,开展“充电送洗车”“充电送加油”等活动,形成站内引流闭环,促进多业态协同发展。在提升客户体验方面,广东石油持续优化现场服务,通过设置充电区道闸系统、开通停车收费功能、探索开发车位智能锁等方式,有效减少车辆占用现象。统一业务形象标准,制定广东版中国石化充电业务形象手册及零售督导标准,将充电管理规范融入样板工程体系,在新能源充电领域实现了规模与效益双提升。

贵州安顺石油

## 加注能量,更传递温度

“双服务”亮点

□王 强

贵州安顺石油紧抓当地旅游资源,秉承“加注能量,更传递温度”服务理念,将加能站打造成文旅驿站,通过服务升温、延伸增值服务链激活消费增量,推动成品油零售业务增长。“峰谷调度”破解拥堵难题。安顺石油坚持以客户需求为导向,动态优化站点营业时间,建立“峰谷调度”响应机制,在23座景区周边及高速沿线加能站实时调配人力,实行“站间共享员工”全域跨站支援,保供机动组随时待命补位,市县管理人员全员进站帮扶,打出一套高效服务组合拳,显著提升旅游高峰时段车辆通过率。文旅向导激活服务触点。在服务升级方面,安顺石油巧妙融合旅游元素,加能站员工化身“文旅推介官”,为游客介绍当地文化与游览路线。同时,该公司将营销活动嵌入旅游链条,开展“加油满额赠夜郎洞景区电子门票”活动,并推出



贵州安顺石油紫云辽青加能站员工身着布依族服饰向进站客户推介活动。

“爱跑养车卡”“减碳卡”等特色产品,深受进站游客欢迎。5月,安顺石油成品油经营量同比增幅排名贵州石油第一,其中零售量同比增长8.3%,高标号汽油销量同比增长12%。驿站矩阵筑造温情港湾。截至目前,安顺石油打造了17座司机之家,升级了23座爱心驿站的服务功能,提供消暑饮品、应急药箱、胎压检测和道路信息等服务,重点满足顾客歇脚休憩、热饭就餐、简单维

修车辆等需求,构建起覆盖当地旅游区域的服务矩阵。货车司机王先生赞道:“哪段高速修路须绕行,哪家美食最正宗,哪里住宿好停车,哪种特产最推荐,中国石化加油员都知道,值得信任。”随着“双服务”专项行动深入推进,安顺石油用贴心的服务逐步将能源补给站打造成旅途中的关键节点。顾客摇下车窗,收获的不仅是满箱燃油,更是一段贴心旅程。

浙江嘉兴石油

## 动态延时服务提升“夜经济”

“双服务”亮点

□李 燕

浙江嘉兴石油聚焦柴油零售量提升,从客户需求出发,深入挖掘市场潜力,以提升“夜经济”为切入点,推出多项措施强化夜间服务能力。近日夜间,嘉兴石油袁花城北加能站灯火通明,一辆满载材料的货车缓缓驶入,员工濮晓琴快步上前为车主提供加注柴油服务。夏季,不少货车车主选择在夜间装卸货物后出发,该时段进站加油车辆明显

增加。为满足车主这一需求,嘉兴石油在100余座非24小时营业的加能站推行“夜间动态延时服务”机制,若每日关门前有效提枪加油笔数超20笔,说明当日加油市场仍有需求,站点将主动延长营业时间1小时。该服务实施以来,每月可带动嘉兴石油柴油销量增长近150吨。同时,为应对后半夜客户的紧急加油需求,嘉兴石油在沈墅站等19座非24小时站点提供“门铃叫醒”服务。在加能站值班室外安装醒

目标识和呼叫门铃,提示客户如有加油需要可按铃唤醒工作人员协助服务。对于24小时营业站点,嘉兴石油通过加强夜间灯光亮化、更新标识标牌等方式提升站点夜间辨识度。同时,不断完善加能站排班制度,针对21时左右有加油高峰期的加能站,根据车流量合理调配人力,保障服务质量,提升客户体验,在“双服务”专项行动期间有效激发了经营活力,推动轻油零售量显著增长。

阅读提示:

今年4月以来,中国石化销售公司启动“服务客户、服务基层、提升质量、拓市创效”专项行动(下称“双服务”专项行动),动员油品销售企业积极应对市场挑战,坚决打赢市场攻坚战和效益保卫战。专项行动开展以来,油品销售企业勇立市场潮头,坚持以客户需求为中心,多措并举,通过精细化服务和差异化营销全面提升服务质量,不断提升客户黏性与满意度,以过硬成绩展现担当。

本版文图除署名外由 陈小梅 娄 巧 金丹妮 何 康 戴明明 董婉儿 钟 玉 整理提供

安徽安庆石油

## 高价值服务 精准适配客户需求

“双服务”亮点

□陈彩凤 金丹妮

安徽安庆石油聚焦打造直分销优质服务品牌,持续巩固拓展“第一增长曲线”,构建“2+6+X”服务模式,实现客户需求精准适配。“2+6+X”服务模式是指通过售前调研绘制客户画像、售中依托智能调度系统实现“门到门”可视化配送、售后定期回访并出具服务质量评估报告三个环节,精准制定客户“需求诊断表”,形成覆盖全流程的服务体系。在此基础上,该公司为客户提供“免费代保管”“免费预约提油”两项普惠服务,以及“配送服务”“出库绿色通道”“客户培训”“油品质量检验”“安全检查”“发票邮寄”六项核心服务。同时,根据客户差异化需求,提供“错峰配送+应急保供”“能耗分析+油品优化”等X项个性化服务。客户经理化身“油品管家”,打通一站式服务链条,全面提升客户体验。

深化直分销“2+6+X”高价值服务模式,为客户量身定制方案,用专业与贴心提升服务水平。为提升响应效率,安庆石油创新构建“线上+线下”立体服务网络。线上依托“我要买油”APP、微信小程序等平台推出“客户经理云管家”服务,利用大数据分析预判客户需求,实现供需无缝对接;线下兑现“1530”服务承诺,即15分钟内响应客户需求,30分钟内解答普通咨询,跨部门应急专班24小时待命,为紧急订单开通“绿色通道”。此外,安庆石油组建“客户经理+技术顾问+售后专员”项目小组,推出“设备健康管理服务”,对客户企业的油罐、管道、加油机等设备进行定期专业检测,建立可视化健康档案,目前已协助客户整改消除隐患100余项。通过一系列高价值、精细化的服务举措,安庆石油在“双服务”专项行动中将直分销客户满意度提升至99.6%,重点客户续约率保持100%,成功塑造“响应快、服务精、技术强”的品牌形象。

云南丽江石油

## 校园便利店 活用“潮汐”模式

“双服务”亮点

□黄修齐 罗皓月

云南丽江石油通过建立目标责任体系、全员动员和动态监测等措施,将目标层层分解落实,以务实举措推动市场攻坚与效益提升。丽江市华坪县一中校园易捷便利店自开业以来,凭借精准的区位优势 and 贴合受众的商品结构成为校园热点,表现出客流量高、销售额高、供货需求高的“三高”特征。然而,“三高”也带来了货品供应效率低、员工压力大和店内拥挤等问题。对此,丽江石油探索实施“潮汐用工”机制,利用周边加能站资源,在高峰时段灵活调配人力,既保障了服务效率又平衡了人力成本,并提升了员工的综合业务能力,实现人力资源的复合型利用。

为保障门店货品及时补充上架,丽江石油将闲置资产改造成中转仓库,有效避免缺货并降低物流成本。同时,该公司通过销售反馈实时调整库存结构,动态规划备货策略,形成高效的“销售-补货-配送”供应链体系。在顾客体验方面,丽江石油注重商品选择便捷化、健康化,以及高频需求品类,并根据学校师生反馈定期调整货架陈列,特别是在炎热天气下优化饮水区域布局,减少排队等待时间,提高顾客满意度。在“双服务”专项行动期间,丽江石油通过精细化管理和资源整合,不仅解决了校园易捷便利店的运营问题,还探索出一条校园零售服务的优化路径,华坪片区易捷销售销售额同比增长34%。



华坪县一中校园易捷便利店里的购物场景。