

做细现场服务,提升服务温度与辨识度

专家视点

阅读提示:

为持续提升客户满意度、巩固零售市场份额,稳住成品油量效增长主线,中国石化销售公司近日启动“全面提升零售管理服务专项行动”,聚焦客户、现场、管理与服务四大核心,系统推进服务升级,致力于打造标准化、有温度、具辨识度的现代化零售服务体系。

其中,“做细现场服务,提升服务温度和辨识度”成为行动的关键切入点之一。加能站作为服务客户的第一线,是品牌形象最直接的展示窗口。油品销售企业坚持以客户为中心,从服务细节入手,通过做精服务标准化、注入情感化元素、优化响应机制等举措,打造具有辨识度的服务模式,让“小服务”传递“大温暖”,以“微关怀”成就“大文章”,推动整体服务管理水平持续提升。

本版资料除署名外由 陈小梅 娄 巧 金丹妮 郁敬洁 刘静泽 何 俊 吴静微 陈俊宏 整理提供

贵州安顺石油

用“声”动服务 传递黔中温情

□王 强

销售公司“全面提升零售管理服务专项行动”开展以来,贵州安顺石油将“有声服务”打造成兼具标准化精度与地域化温度的服务品牌。在这里,“有声服务”不仅是服务规范,更是让客户在声音中听见尊重、感受关怀的情感连接。

一地一调:标准服务,因场景而暖。在安顺石油,同一句“您好”因场景不同而各具韵味:城区站点语速明快,尾音利落,契合都市节奏;乡村站点语调舒缓,尾音悠长,仿佛带着山风的温柔;景区站点热情洋溢,如导游般亲切;国省道站点则如家人般叮咛:“师傅您好,慢点儿开,前面弯道多。”在少数民族聚居区,部分员工还主动学习当地特色问候语,让服务更具亲和力。标准化与差异化并重,使“有声服务”真正实现“声入人心”。

声情并茂:细节之中见温度。“师傅,来碗我们自制的冰粉,解解暑!”酷暑时节,紫云辽青加能站员工姚启会笑着将一碗清凉的冰粉递到大巴司机老梁手中,声音如冰饮般沁人心脾。安顺石油强调“声情并茂”,要求服务不仅“听得见”,更要“看得见”“感受得到”:进站有问候、递物用双手、收付唱金额、答疑有耐心、遇困主动帮。零售部负责人李勇在培训中反复强调:“我们要通过声音传递积极情绪,为客户提供正向情绪价值。”

价值驱动:以激励点燃服务热情。为强化“服务有价值”理念,安顺石油建立“三级激励”机制:参加上级公司“服务之星”评选,分公司月度考核、站内每日服务点评。通过客户评价、视频监控与现场督查多维度评估,将“有声服务”执行质量、客户满意度、服务创新举措等纳入绩效评价体系,考核结果与绩效奖金、岗位晋升挂钩,实现“干得好有奖励,服务优有回报”。

一声问候,传递的是专业,更是温情。安顺石油正用最“声”动的服务,打造温情洋溢的服务名片——服务有声,温暖无界;用心服务,自有回响。

山东烟台石油

用增值服务 打造高效友好现场

□丁丽华 李康利

在加能站服务日趋同质化的背景下,山东烟台石油秉持“服务致‘微’,‘温’情致远”理念,通过做细现场服务,落实增值服务项目,将加油的“交易时刻”转化为“关怀场景”,打造“加油快跑步、一块小抹布”高效友好现场,持续提升客户体验与品牌黏性。

从“一块抹布”做起,让服务更有温度。烟台石油严格落实山东石油“加能站增值服务标准”,在车流量大的核心站点统一配备车窗擦拭器、伸缩杆、超细纤维布及垃圾分类收纳工具,为开展增值服务提供硬件支撑。一线员工在服务中主动观察客户需求,在加油间隙或非高峰时段,征得客户同意后,提供擦拭侧后视镜、风挡玻璃及协助清理车内杂物等服务,在兼顾加油效率情况下,让服务从“标准化”升级为“个性化”,更让客户体验到被尊重、被关注。

细节赢得信任,服务带动经营。数据显示,自烟台石油推广增值服务以来,客户在站主动停留时间(小憩、进站购物等)略有延长,停留时长直接转化为经营成果:8月,烟台石油易捷核心商品销售额环比增长8%,许多客户在享受免费清洁服务后,主动进入便利店消费,形成“服务引流-体验留客-消费转化”良性循环。

延伸服务半径,打造“美好生活服务商”。烟台石油持续推进司机之家和爱心驿站建设,在17座司机之家、44座爱心驿站,围绕货车司机、户外劳动者等群体的实际需求,不断完善停车休息、餐饮住宿、淋浴洗衣、加油维修等基础功能,真正把民生实事办实办好,通过增值服务增强客户获得感、幸福感和安全感。

下一步,烟台石油将持续深化“全面提升零售管理服务专项行动”,聚焦客户需求优化增值服务项目,推动服务从“基础满足”向“情感共鸣”进阶,以“微服务”撬动“大满意”,为加能站经营注入温暖动力。

安徽六安石油

□何胜男 文/图

8月以来,安徽六安石油围绕销售公司“全面提升零售管理服务专项行动”要求,聚焦服务响应速度优化,通过推行“跑动服务”、构建快速响应机制、深化服务技能培训三大举措,显著提升进站客户的消费体验。

推行“跑动服务”,实现服务前移。六安石油以“人等车”模式重构服务流程,通过加强员工服务技能培训,增强“主动预判、提前介入”服务意识。员工时刻关注进站车辆动态,将传统的“车等人”转变为“人等车”的主动服务。在高峰时段推行“加一看二照顾三”工作法,即要求员工同时关注三辆车的动态,通过挥手示意、语言引导缓解客户等候焦虑,确保服务无缝衔接。管理人员每日设置服务红包奖励机制,激励员工从“要我服务”转变为“我要

跑出服务响应“新速度”



安徽六安石油加油中心站员工为顾客介绍加油优惠活动。

服务”。构建快速响应闭环机制。针对客户差评及投诉,六安石油建立“12小时响应”标准,通过专人负责、面对面回访、闭环跟踪三步法实现问

海南琼海石油

□汤静萱 文/图

海南琼海石油拥有33座年销量超1000吨的核心站点,在区域市场中占据重要地位。自销售公司启动“全面提升零售管理服务专项行动”以来,琼海石油不断推进服务精细化管理,以加油服务“六步法”为抓手,创新实施“教、练、查、改”四维举措,将标准化服务融入实际运营场景,显著提升客户复购率。

“标杆带教”破解动作不规范难题。“左手扶枪对准油箱口,右手同时按下回零键,抬头微笑说:您好,为您加注92号汽油,请看表盘已回零”,动作和话术必须同步。”在加能站,服务标兵卢传丽手持加油枪为员工示范“回零”动作。针对部分员工服务动作机械、话术生硬等问题,琼海石油组建服务标兵示范队,深入33座千吨站开展“一对一”现场带教,经过系统培训,站点员工服务规范化水平显著提升,站点客户好评率从87%跃升至99%。

“交接班演练”强化场景应对能力。琼海石油将每日交接班的



海南琼海石油高速站员工提示客户查看油表归零情况。

15分钟转化为“实战课堂”,聚焦雨天引车、老年客户引导、高峰时段车辆分流等高频场景开展模拟演练。近日,在博鳌南加能站,早班员工模拟暴雨天气作业,一人手持“请往这边停靠”引导牌,以标准手势引导车辆避开积水区域。通过高频次、场景化的演练,员工应对复杂情况的能力显著增强,车辆通过率明显提升。

“双维督查”倒逼服务落地见效。为确保服务标准真正落地,琼

海石油构建“线上+线下”双维督查机制。线上,专项督查组依托视频监控对各站点服务流程进行实时抽检,发现问题当日下发整改通知。线下,全面推行客户“即时评价”机制,客户扫码即可对服务各环节打分并提出建议。8月初,有客户通过扫码反馈“中原东站休息区缺少热水”,该站次日即配备保温桶,提供全天候热水服务。这一快速响应不仅赢得客户好评,更带动便利店当月销量同比增长8%。

快速解决。制定分级响应预案:简单问题现场解决,复杂问题24小时内提出解决方案,疑难问题3日内形成整改报告。创新设立“差评、投诉我来评”片区讨论机制,结合现场监控视频及客户回访记录,组织辖区全体站经理开展集体研讨,通过案例剖析、经验共享、措施优化,持续提升员工整体服务意识与问题解决能力。

深化服务技能与应急能力双提升。六安石油建立“日通报、周总结、月考核”动态考核体系,通过考核结果反向驱动服务目标优化。定期组织“线上+线下”座谈会,深度剖析典型差评案例,形成问题模型库并制定应急模板,供全区员工快速学习复制。零售管理人员每月开展“下站帮扶日”活动,通过谈心交流、技巧传授、情景模拟等方式,帮助员工保持“我会服务”的积极状态,实现服务能力与个人成长双提升。

“六步法”激发千吨站经营活力

海石油构建“线上+线下”双维督查机制。线上,专项督查组依托视频监控对各站点服务流程进行实时抽检,发现问题当日下发整改通知。线下,全面推行客户“即时评价”机制,客户扫码即可对服务各环节打分并提出建议。8月初,有客户通过扫码反馈“中原东站休息区缺少热水”,该站次日即配备保温桶,提供全天候热水服务。这一快速响应不仅赢得客户好评,更带动便利店当月销量同比增长8%。

以“小服务”做活“大文章”

□李丹红

“师傅,需要帮您把风挡玻璃和后视镜擦一擦吗?”在江西吉安石油城北加能站,加油员小李一边轻声询问,一边拿起专用擦拭工具准备服务。从一句主动询问到一套完整服务,吉安石油以“硬件升级、流程规范、反馈优化”三轮驱动,将增值服务从零星亮点固化为服务常态。

硬件升级,精准破解小麻烦。吉安石油聚焦车主在加油过程中的实际需求,在核心站点统一配备垃圾分类垃圾箱,在箱体旁贴心放置一次性清洁手套,方便客户快速处理咖啡杯、零食袋等黏腻废弃物。同时,在各站多功能服务区配备专业清洁工具包:玻璃清洁液、超细纤维无痕布、伸缩式擦拭杆等一应俱全,可应对雨后泥渍、虫胶残留、雾天水汽等状况下的车辆清洁需求,为提供优质服务筑牢硬件基础。

流程规范,绣花功夫保质量。为避免增值服务流于形式,吉安石油专项制作优化版加油“六步法”教学视频,将垃圾收纳引导、车窗擦拭



江西吉安石油城北加能站员工利用加油间隙为客户擦拭车窗。王晶晶 摄

等增值服务嵌入标准化流程,明确服务节点与操作时序,实现“加油不漏步,关怀不断档”。同时细化服务要求,在非高峰时段,员工擦拭前须先询问,客户同意后遵循“轻擦慢拭、不留水痕”标准,使用工具后及时清洁归位。从“问一句”到“做一步”,再到“收好尾”,形成完整闭环,确保服务贴心又专业。

反馈优化,贴近需求优服务。吉安石油以客户反馈为核心依据,持续打磨服务细节,针对部分车主

反映“高峰时段服务过多影响效率”的问题,及时调整策略,明确增值服务在非繁忙时段主动提供、高峰时段按需响应,兼顾服务温度与通行效率。9月数据显示,高峰时段车辆通过率环比提升7%。

从一个垃圾箱到一块擦拭布,吉安石油用“绣花功夫”做好服务细节。截至9月10日,客户综合评价达1.9981分,位居江西石油前列。这不仅是数字的提升,更是客户对“被看见、被关怀”的真实回应。

聚焦精细化服务

构建“专业精湛+体验卓越”服务体系

□吉林长春石油党委书记、经理 王俊增

随着时代快速发展和客户需求不断提升,服务行业正经历深刻变革。吉林长春石油立足精细化服务,聚焦客户“进站、消费、离站”全旅程体验,推动服务模式从传统的标准化、流程化向“以客户为中心”的个性化、情感化、体验化转型,持续打造企业可持续发展的核心竞争力。

优化动线设计,提升导视效能。为提升客户进站效率与满意度,长春石油系统规划加能站及便利店功能布局,设计“进-停-加-购-付-离”一体化动线,打造“现场+视觉”联动的导视系统,通过双面或多面指向标识实现关键区域信息的清晰可视。在高峰时段,结合客流动态增设专人引导与流动指示牌,确保客户快速定位、顺畅通行,建立高效、直观的信息互动机制。

融入设计思维,深化情感共鸣。长春石油将加能站定位为“客户旅途中的‘服务节点’与“情感触点”,在服务中融入人性化设

计。员工在客户到站时主动微笑问候,并根据情境适度推介商品、询问需求。通过记录客户消费偏好、积极收集反馈,灵活调整服务策略,确保专业价值在“正销时机”传递,构建双向互动、有温度的服务场景。

强化智能应用,驱动体验升级。依托数字化手段,长春石油深化技术赋能,通过“易捷加油”APP整合客户偏好与消费数据,实现个性化优惠推送与便捷支付,提升客户进站、进店及复购率。配套上线“AI语音加油”“服务机器人”等自助系统,开启“一键班结”“一键开票”等功能,有效缓解客户在等待、支付等环节的焦虑。

从“以企为主”到“以人为本”,服务升级不仅是技术工具的应用,更需要组织文化、服务理念与客户洞察的系统性重塑。

未来,长春石油将持续识别服务中的痛点与断点,建立全链路体验监测与迭代优化机制,不断打磨高价值服务体系,为企业注入持久的品牌生命力与竞争优势。

从“燃料供应商”到“暖心伙伴” 以服务温度重塑品牌价值

□广东湛江石油分公司代表、党委书记 王文鑫

在能源市场产品同质化日益加剧的背景下,服务质量已成为企业差异化竞争的核心。广东湛江石油主动推动品牌转型升级,从传统的“燃料供应商”向贴近民生的“暖心伙伴”迈进。

打造“暖心石化”IP,传递品牌温度。为赋予品牌更丰富的情感内涵,湛江石油系统梳理辖区内137座加能站的“一线服务案例”,构建“暖心石化+”传播矩阵,通过企业号专栏发布多篇真实感人的服务故事,如遂溪华洪站为抛锚渔船紧急送油并协助维修,挽回数万元损失;坡头站及时扑灭车辆自燃火情,保障客户生命财产安全等。这些事迹经内部平台与地方媒体广泛传播,既有效强化了“暖心石化”的品牌标签,又显著增强了品牌的情感共鸣与社会认同。

融入公益服务,践行社会责任。湛江石油将社会责任融入日常运营,在所辖站点提供免费开水、应急药箱、手机充电等便民服务,实现服务标准化、标识统一

化;在国省道沿线15座站点建设司机之家,为长途货车司机提供免费洗漱、停车与休息服务;在部分市县中心站点设立29座爱心驿站,服务环卫工人等户外劳动者;在校园周边站点推出“爱心高考”“助力高考加油包”等特色服务,为考生及家长提供便利。

推进跨界合作,激发消费新动能。为提升客户黏性与经营效益,湛江石油与银行等金融机构开展跨界合作,推出加油充值随机立减、银行卡支付优惠等活动。截至8月底,湛江石油累计引入外部资源超200万元,推动零售差价收入完成率113.1%,排名广东石油第一。同时,该公司创新服务场景,在易捷便利店打造“加油+简餐”一体化模式,提升消费体验与易捷服务业务吸引力,重塑消费者对加能站的传统认知。

下一步,湛江石油将持续以“服务温度”为主线,推动服务由标准化向人性化、情感化延伸;通过不断积累和传播有温度的服务实践,实现从“加好油”到“服好务”,从“能源供给”到“情感陪伴”的深层转变,为中国石化品牌价值提升贡献“湛江力量”。

从数据到洞察 构建“需求未至,服务先行”新范式

□新疆疆北石油经理、党委副书记 缪 准

随着数字化技术的快速发展,人工智能与大数据正重塑能源服务边界。新疆疆北石油以数智化为抓手,推动服务模式由被动响应向主动预判转变,探索出一条“数据驱动、精准触达、客户激活”智慧服务路径。

构建需求捕捉系统,让服务比客户更懂需求。传统营销往往依赖单次交易触达,难以洞察客户的深层需求。疆北石油创新建立“数据+反馈”双轮驱动机制,通过月度动态分析与季度深度复盘,结合站内交互系统及线上用户投票活动,持续挖掘用户的隐性需求。基于数据分析,该公司独创“出行能量包”商品体系,将红牛、卓玛泉等高频购买商品组合销售,满足长途司乘人员的即时补给需求,实现“市场需求-数据反馈-产品迭代”闭环优化,让服务更贴近客户需求。

启用电子围栏技术,实现时空精准触达。在新疆石油的统一部署下,疆北石油与中交兴路合作上线“电子围栏”,实现精准营销。该公司依托货运平台实时车

辆数据,构建动态营销响应机制。当需要加油的重卡驶入预设范围,“电子围栏”系统会自动触发营销信息,并通过车载语音系统“点对点”推送加油提醒与优惠资讯。该技术在古尔图南北综合加能站试点应用后成效显著:潜在客户到店率比之前大幅提升,带动柴油销量增长47%、天然气销量增长24%,成为区域精准营销的标杆案例。

激活客户资产,释放沉睡价值。客户数据是企业最宝贵的无形资产。疆北石油自主开发信息采集平台,通过小程序二维码采集12类客户信息,精准识别闲置及低效站点周边的核心客户群体特征,在数据链支撑下升级客户服务。同步建设天然气客户管理平台,打通“前端采集-中端应用-后端分析”全链路,实现客户生命周期精细化管理。1~8月,疆北石油会员关联率达100%,天然气销量明显提升。

“这不仅简单的技术升级,更是一次以客户为中心的服务生态重构。”疆北石油通过数智化手段,推动企业从“卖产品”向“经营客户关系”转型,将“精准服务”与“无感关爱”深度融合——无须客户开口,服务悄然抵达。