

打造高效现场 激发节日消费潜力

消费

阅读提示

随着消费市场回暖,春节、劳动节、国庆节等节日已成为成品油销售企业展示服务形象、争夺市场份额的关键窗口。面对返乡、探亲、出游“三流叠加”带来的消费高峰,加油站现场服务能力直接决定“车能否快进快出、人能否愿意停留消费、油非能否有效联动转化”。在零售行业竞争日益激烈的当下,如何通过打造高效现场来提升服务效能,成为销售企业高质量发展的关键课题。

中国石化油品销售企业聚焦节日营销场景,紧抓“提通过、促进店、强转化、稳体验”等关键环节,利用高效资源调度与精准服务匹配,全面展现从设备升级到人员管理的现场改进思路,把节日“人流车流”高效转化为“商流客单”,持续提升高效现场的运营水平,释放节日消费潜力。

本版图文由刘洪发 姜巧 金丹妮 郁敏洁 刘静泽 王玉倩 陈小梅 金丹 张璐璇 张略 王强 李罗亮 王晶晶 提供



▲春节期间,江西吉安石油吉州城北加油站加油车辆有序排队,现场服务高效顺畅。
▲安徽黄山石油员工指导客户体验自助加油。

责任编辑:李晓芳
电话:59963389
邮箱:
lixiaofang@sinopec.com
审校:张春燕
版式设计:王强



周“油”列国
油事精彩

专家观点

打造优质现场管理体系 让节日有“标”可依

□贵州安顺石油分公司代表、党委书记
张吉锐

节日营销是成品油销售企业抢抓市场机遇、提升品牌影响力的关键战役。每逢重大节日,车流激增、消费集中,加油站现场服务的稳定性与可靠性直接决定运营效能。销售企业应以标准为纲、精益为要,将优质现场管理体系深度融入节日营销全链条,推动站点保供能力从经验型向科学化转变。

优化流程,让标准在节日峰值中落地。节日营销的竞争力,始于精准预判,成于流程的标准化执行。针对春节、国庆等车流高峰节点,各地销售企业可提前组织加油站业务骨干对加油、收银、便利店服务等核心环节进行视频复盘,模拟客户感受,分析并完善易被忽略的服务细节;针对“易提加油”等移动支付场景,优化推介话术,加快单笔收银速度,缓解高峰期排队压力;推行定时补货、定人导购、定货架主推节日商品等措施,确保货架饱满、动线清晰、主推商品醒目,带动便利店销售额提升。

目视管理,让节日运营状态一目了然。整洁有序的环境是高效运营的基础,各加油站应统一规划节日功能区,可临时增设引导岗、便民服务站,让工用具物料定点定位。如贵州安顺石油创新推出“一二三”可视化工作法,编制《清洁提升标准化手册》,针对旅游沿线站点卫生间使用频次高问题设置“30分钟巡检”可视化看板,

使现场问题发现更及时、应急响应更迅速。同时,站点可将节日销售目标、时段进度、竞赛排名实时上墙,让员工直观看到差距,营造良好的“比学赶超”氛围。

完善评估,让节日现场管理向精益定量转变。没有评估的节日营销如同“纸上谈兵”,销售企业可构建以“效率、效益、效果、安全”为核心的多维节日KPI体系,通过信息化手段采集站点的“四率两评(通过率、进站率、加满率、回头率、客户服务评价、厕所评价)”,高毛利商品占比、应急响应率等关键数据,推动节日营销管理从定性向定量转变。今年春节数据显示,安顺石油个别高速站点客户满意度波动,溯源发现卫生间清洁度是主因,该公司随即开展专项整改,精准补齐节日服务短板。

标准为基,确保了节日营销服务的稳定与可复制;精益为魂,赋予了节日营销体系持续改进的活力。未来,安顺石油将持续升级节日营销体系:一是建立节日营销“预案库”,提前30天启动“一站一策”预案编制,细化到小时级车流预测与人员排班;二是打造“节日服务+”场景,推出“加油+洗车+充电+购物”套餐及“出游季”主题促销活动;三是强化数据赋能,通过车流、销量预警自动触发“增援机制”,实现节日期间精准调度与资源最优配置。

当标准成为习惯,改进成为自觉,企业的规模优势便不再局限于“体量”,而是升华为“每座站点都是服务标杆”的营销网络协同效能。

从节日发力到日常用心 提升客户体验需要“常态长效”

□云南文山石油分公司代表、党委书记、经理
袁美宁

能源转型加速、市场竞争加剧,单一的油品销售模式已很难满足客户的多元化需求。中国石化油品销售企业将客户体验精细化运营作为核心竞争力,抢抓节日契机、精准触达客户深度与出行需求,推动高效现场与消费转化深度融合,在二次创业新征程中赢得主动、赢得口碑。

以现场促转化,打造“人·车·生活”生态圈。春节期间,围绕返乡流、探亲流、出游流三大出行高峰,各地加油站提前优化站内动线布局,增设高峰服务岗,压缩客户等待时间,确保“车流不断、服务不减”。强化员工开口营销能力,将加油服务与充值、非油品、会员拉新深度融合,推动服务触点转化为消费增长点。在易捷便利店引入地方特色年货、礼盒等节日商品,满足返乡探亲、自驾游等消费需求,带动非油品销售额大幅增长。

以绿色拓增量,清洁能源服务节日物流。春节前后是物流运输的高峰期,销售企业精准对接商用车客户需求,通过差异化能源布局在区

域市场形成竞争优势,为节日能源保供注入绿色动能。云南文山石油依托2025年新投建的3座LNG加注站,为物流车队、货运企业提供稳定高效的清洁能源保障,通过清洁能源网络布局锁定新兴客户群体,为企业在能源变革中赢得了可持续发展的市场空间。

以数智强管理,精准触达节日消费需求。销售企业借助大数据为客户精准画像,识别高频出行、返乡探亲、自驾游等消费群体,推送差异化营销信息。如推出“春节会员专属福利”“加油满减”“充值送礼”等主题活动,推动营销资源从“广撒网”向“深耕细作”转变。建立客户评价跟踪机制,在节日期间实时收集服务反馈,推动站点快速响应。通过“一周一区、一月一检验、一年一闪亮”常态化督导,让高品质客户体验从“突击达标”走向“常态长效”。

围绕接下来的关键节点,各地销售企业应提前策划、精准施策,打造更具节日氛围和情感温度的消费场景,进一步深化“人·车·生活”生态圈建设,创新探索节日主题营销、会员专属福利等方式,持续推动节日流量转化为发展增量。

抓住“黄金五分钟” 打造“一站式”消费新场景

□湖北襄阳石油党委书记 王超

中国石化油品销售企业紧扣“综合能源+综合服务+数字经济”发展方向,聚焦春节、国庆等节日消费高峰,以构建“功能+时间+体验”一站式价值场景为抓手,从高效现场服务切入,全面培育“油气氢电服”消费场景,激发市场创效活力。

立足高效现场,夯实营销根基。节日期间车流、人流激增,加油站现场服务效率直接影响客户体验与消费转化,销售企业应以客户需求为导向,打造“体验+”服务场景。湖北襄阳石油利用大数据精准画像,优化加油机品号与通道布局,提升加油车辆通过率;在站内升级休息区设施,配备空调、无线网络及多功能充电接口,将等候时间转化为便利体验;在重点站推出胎压补气、垃圾收集、擦拭车窗等高效友好服务,从细节提升客户消费体验。

重构价值场景,释放消费潜能。为满足客户节日出行多样化需求,各地销售企业根据地域特色及客户类型,将单一能源供给升级为“油气氢电服”多能保障;构建城市充电网络、LNG

走廊、氢能走廊,不断提升各地新能源市场占有率;构建“便利+”消费场景,突破便利店单一零售属性,推出易捷养车、易捷咖啡、易捷速购等服务,不断延伸消费触点;建设司机之家,使加油站成为货运司机“路上的家”;针对节日用券客户,提前规划商品组合,缩短挑选时间,提升客户消费效能;针对返乡及新能源车车主,提供热水、休憩等暖心服务,有效增强客户黏性。其中,襄阳石油以节日营销为突破口,通过功能、时间、体验三维场景重构,不仅保障了节日高峰期的能源供应,更将进站“黄金五分钟”转化为多元消费触点,实现了LNG替代率、充电替代率、易捷销售、权益会员消费等关键指标的大幅提升。

下一步,针对重点节点,销售企业应持续提升节日营销质效上下功夫,强化精细化管理,做好油品及便利店商品需求提前测算,优化库存结构,确保供应不断档;完善司机之家、爱心驿站,提升客户满意度;通过会员系统推送个性化节日优惠券,引导错峰加油,平衡高峰压力,以更优的服务体验和精准的营销举措,实现销量与客户体验双提升。

赋“动”于调配

在吉林

“潮汐”模式 化“流量”为“销量”

节日经济既是消费的“沸腾期”,也是企业服务能力的“大考期”。吉林石油紧扣“做强终端、做优服务、做大份额”部署,以“开局即决战”的姿态抢抓春节消费旺季,创新推出“潮汐泵岛”差异化运营模式,依据车流“涨落潮”规律动态配置资源,实现了从单纯“保障供应”向主动“创造价值”的跨越。

“春节前后是加油高峰期,最怕排队长。但超越大街加油站即使在高峰期也能做到加油快、服务贴心。”在体验过吉林长春石油超越大街加油站的高效服务后,车主王先生当场点赞。面对春节返乡、探亲、出游“三流叠

加”的车流高峰,吉林石油在车流量高峰时段(“涨潮期”),聚焦通行效率,实行专车专人管理,引导车辆快速靠拢出口附近的多枪泵岛,实现“即加即走”,同时灵活调配班组,管理人员与员工同步上线,协助引车、收银,形成全力保畅通的服务合力;在车流量平缓时段(“落潮期”),将工作重心转向价值挖掘与客户停留,在站点精心策划“百元3件专区任意选”“春节洗车不打烊”等节日主题活动,结合地域文旅与生肖文化推出冰雪文旅季、生肖充值礼等特色营销活动;针对在繁忙时段仍有进店需求的客户,推行“先加油后购

物”模式,推出“加油结算满额赠”等非联动活动,实现消费无缝衔接,将单一“加油行”升级为“加油+购物+N项自选”综合体验。针对春节期间车辆出行规律,吉林石油还提前备足高速、国道及景区库站库存,动态调整油品比例并增设引导标识,提升车辆通过率。

一系列组合拳成效显著,今年以来,吉林石油成品油基础零售量及易捷服务基础品类营业额均实现正增长,客户认可度持续攀升,成功将节日消费“流量”转化为实实在在的“销量”。

赋“准”于平衡

在福建

精准优化 提升高峰通行率

福建石油立足终端阵地,聚焦“通过率”与“进店率”两大核心指标,以二次创业思维破解“两率”平衡难题,强化现场管理标准输出与督导复盘,为地市级公司突破服务瓶颈、打造节日高效现场提供支撑。

针对节日车流高峰,全力攻坚“通过率”。在空间布局上,福建宁德石油创新实施“空间+人力”双优化机制,在各加油站重新规划现场动线,于出口泵岛设专职引导岗,通过手势指引、语音提示快速分流车辆;推行“提前问安、精准停靠”策略,安排员工提前询问

油品型号,引导车辆精准停靠在空闲油枪旁;实施“错峰卸油+临时导流”,确保车道全天候畅通。在人力保障上,构建“机动班补位+共享用工支援+机关人员下沉”三级体系,高峰时段每站增配2-3人,实现“车到人到、快加快走”。

在非繁忙时段,重点提升“进店率”。各加油站以“引客进店、留客消费”为主旨,推出“加能有礼”活动,加油满额即赠易捷咖啡;打造“便利店惠民套餐”,将饮用水、零食、日用品组合成优惠套餐,提高性价比;提供充

电、急救、路况咨询等便民服务,延长顾客停留时间。同时,员工根据客户群体特征精准营销,向司机推介便携食品、向家庭客户推介粮油日用品。据统计,在宁德石油参与活动的加油站中,客户平均停留时间由1.2分钟延长至3.5分钟,消费满意度显著提升。

下一步,福建石油将持续因地制宜制定差异化服务方案,通过强化技能培训、复盘服务流程、调研客户需求,不断打磨现场服务细节,以更高效的服务和更优质的体验,擦亮中国石化零售品牌。

赋“智”于自助

在安徽

自助加油 让节日现场“活”起来

“自助加油太方便了,节省了不少排队时间。”大年初三,客户张女士在安徽黄山石油黟县城关加油站通过加油机电子屏上的指引学会了自助加油。安徽石油创新加油站自助加油推广机制,着力提升繁忙时段车辆通行效率,打造节日高效现场。

以安徽黄山石油为例,该公司通过分析过往服务数据和客户建议,筛选出13座春节期间较为繁忙且具备自助加油条件的加油站,提前对站内广播、加油机语音对讲系统进

行升级改造,在地面标线、油品灯箱等9处醒目位置增设连贯通视化指引标识,同时在加油机电子屏、站内大屏循环播放操作教学视频,让客户“一看就懂、一学就会”。优先引导权益会员、熟客及柴油客户尝试自助加油,配套开展“满额赠商品”活动调动客户积极性。面对节日出行高峰,在现场增配帮扶人员,落实网格化管理,主动引导排队时间较长的车主使用自助设备,对初次操作者“手把手”教学,站点客户满意度保持在99%以上。

针对员工“不愿推、不会推”难题,黄山石油市场营销部门编制《自助加油推广百问手册》,构建“培训、考核、激励”体系。每逢节日前夕,各站点都会通过班前会巩固员工技能,开展“今天我当体验官”角色互换演练,并将自助加油推广成效纳入月度绩效考核,对达标站点增发专项奖励,有效鼓舞员工干劲。

1-2月,约有1.2万名客户在黄山石油体验自助加油,加油站现场通过率同比提升11%,保障了广大车主节日高效顺畅出行。

赋“优”于生态

在江苏

高效“车生态” 护航节日从容出行

今年以来,江苏石油锚定“人·车·生活”生态圈建设核心,深耕“车生态”业务,促进多业态深度融合,有效发挥“油服互促、以服稳油”作用。1月,江苏石油“车生态”销售额同比增长36%,实现良好开局。

“自从办了权益会员卡,洗车免费,加油随时有优惠,再也不用盯着油价或等会员日排队了。”2月10日,客户王先生在南京万寿加油站洗车后表示。1月初,王先生办理了易捷养车年度权益卡,此后,加油、兑换咖啡、洗车已成为他到站的“固定动线”。

针对节日服务高峰,江苏石油精准优化保障能力,新增加油站按最大服务容量规划、存量站点因地制宜拓展服务项目,全面提升车辆通过率与工时利用率。为解决春节洗车排队问题,南京万寿加油站创新推出洗车排队序号管理新模式,帮扶志愿者在引导车辆时提前发放序号票,既规范现场秩序,又缓解客户等待焦虑,洗车效率较之前提升了30%。

围绕节日出行需求,江苏石油持续拓展增值服务场景。在各地市景区附近站点推出旅游咨询服务,为客户返乡出游提供便利;在

多个易捷养车门店提供免费快速汽车检测服务,重点检查胎压、机油、刹车等关键部位,为客户出行保驾护航;春节期间,易捷便利店同步升级年货采购体验,精心布置陈列,推出多档年货礼盒组合,商品搭配灵活,满足消费需求,有效节省客户挑选时间。

下一步,江苏石油将持续以客户需求为导向,深化“车生态”建设,健全节日服务保障长效机制,不断丰富消费场景,以更高效运营、更优品质、更暖细节,为广大客户提供全方位、高品质的出行保障。

赋“快”于运维

在浙江

“一键报修” 挽回“可能流失的销量”

1月以来,浙江石油紧抓节日旅游热与返乡客流高峰契机,围绕“拓销量、创效益”目标,通过数字化手段升级检修系统,大幅压缩维修时间,全力保障加油站设备设施运行正常,稳住销售基本盘。

“从故障上报到完成审批再到维修结束,4个多小时,这样的维修效率真棒!”近日,浙江嘉兴石油海宁第十六加油站站长李小燕体验了全新的检修系统后竖起大拇指。2月6日下午,第十六加油站突发线路故障,嘉兴石油检修中心工程师张海燕通过系统接单

后迅速赶到现场,麻利地完成维修并恢复供电,保障了站点的正常运营,没有影响节前返乡车辆高峰加油。这场高效抢修的背后,是嘉兴石油检修中心改革与数字化管理平台上线所带来的深刻变革。

为应对节日期间加油高峰,浙江嘉兴石油升级数字化平台,基层员工遇到维修事项可在手机“石化办公”销售检修管理平台上“一键报修”,破解了“层层上报”的老难题,实现了从故障申报、审批、派工、维修、验收到审计的全流程电子化留痕与透明化管理,将维

修闭环时间压缩至24小时内,大幅提升了作业效率与精准度,确保站点在高峰时段运转正常,避免因维修延误导致的客户流失。

1月,嘉兴石油检修中心累计完成546单自修任务,故障处置效率大幅提升,全口径汽油日均销量环比增幅达2.9%。浙江石油以数字化赋能检修维修,通过“自主维修+智能管理”模式,将“可能流失的销量”转化为“实实在在的增量”,为各地市公司打造节日高效现场、激发消费动能提供了坚实的硬件保障。