

成品油销售工作实践实施策略

谭国伟（中国石油天然气股份有限公司黑龙江伊春销售分公司，黑龙江 伊春 153000）

摘要：油品销售工作需结合年度整体规划以及公司发展目标进行合理制定，伊春分公司油品销售工作开展过程中，需结合分公司整体发展目标有效推进各项工作开展，在实践工作开展中，油品销售工作要分别从经营规划经营实践两方面入手执行落实相应工作。由于市场环境因素影响，以及政府部门政策要求等多方面因素，成品油销售工作仍然面临着很多挑战和问题。主要表现在员工素质有待提升、营销策略有待完善、营销活动开展力度有待加强，现场管理服务质量有待优化，培训工作开展成效有待改善。需要在实践工作中加大人才培养力度、建立健全考核机制、加大管理服务标准化建设力度，充分利用大数据技术应对市场变化，达到为伊春市油品销售工作实践开展起到推动优化作用的目标。

关键词：油品销售；营销工作；管理服务；员工培训

0 引言

油品销售工作需基层工作者管理者协同合作不同片区，在销售工作落实时都需要依托科学管理、过硬人力资源支持以及先进技术平台，结合本地区宏观销售目标任务合理规划工作流程，积极应用先进工作思路方法与平台对于取得良好销售工作质量具有重要作用。销售工作全面开展的过程中，也需要结合目标任务，随时跟进观察目标完成情况，以便最终取得针对性销售实践优化效果。

1 业绩指标完成情况

截至11月，公司实现成品油销量10万t，增幅27%，提前59天完成全年销售任务。实现非油品收入4259万元，增幅167%；总收入实现9.06亿元，同比增加3.31亿元；利润实现1696万元，同比增加617万；2022年公司员工总人数285人，优化用工26人，劳动生产率大幅提升。从上述数据分析可知，2022年度公司整体发展状态呈现向好趋势，创效能力显著提升。公司坚决落实省公司“一机两翼”战略部署，围绕年度工作目标，强管理、抓改革、谋发展，带领全体员工上下同心，攻坚克难，取得了较好成绩。

从现阶段实际出发分析可知，2022年度伊春销售分公司与市政府签订战略合作协议，有效落实了中国石油天然气集团有限公司与黑龙江省政府签订的《战略合作框架协议》以及《补充协议》相关要求。政府部门也支持公司完成相应石油加油站网站终端建设同时也为网站开发工作进行了资源资金支持，为地方经济发展起到了非常显著促进作用。打造“林都日”，通过开展主题性宣传活动为伊春山特产品推荐和销售提供便利条件。除此之外，利用报社媒体或针对性主

题活动开展宣传推广也是现行比较有效的宣传推广方式。目前伊春市报社媒体参与中国石油类宣传活动的力度逐步加大，通过支农惠农相关新闻报道，为宣传推广工作奠定基础。除此之外，主题活动主要包括质量安全月活动、公益宣传活动、石油企业和分公司、各岗位工作人员都定期或不定期参与相关活动，为针对性宣传推广工作落实提供保障。

2 现阶段分公司主要工作要点分析

2.1 整体经营规划工作要点

油品销售现阶段已经取得了一定成果，完成了阶段性销售目标。而由于所处区位特征，整体销量会受到影响，销售成本也有所提高。一方面公司持续规划网络布局，提升市场份额；另一方面要强化内练基本功，持续加强管理服务提升，提升品牌认知度。同时，针对民营企业往往会由于效益因素的影响，在扰乱成品油市场秩序方面，要持续配合政府职能部门开展市场整顿工作。公司将积极履行三大责任，助力地方经济高速发展。虽然部分公司内部偏远小站存在经营压力，但从宏观上来讲，社会油品供应工作仍然需要有效推进落实^[1]，为保障伊春市旅游强势的实际需求，肩负起企业的经济发展推动责任提供支持，这也是现阶段分公司实践工作落实开展中应当关注的重点环节。

2.2 经营实践工作要点

经营实践工作要点主要包括以下几部分内容。

一是通过加大监管控制力度，实现精益化营销目标，在具体营销工作落实时，要将营销工作切入点具体到每一个工作日中，形成具有系统性的工作机制。中层管理人员，也需要在经营管理中按照责任制的方

式进行管理片区划分工作。每日运营状态与安全稳定状态要形成完整报告进行上报,加油站经营中的难点和问题也应当有基层工作者结合实践工作经验和日常工作实际进行分析研究。尤其是承担核心经营发展任务的公司市场部,应当对单日油品和非油品销售指标完成情况进行有效通报。人事部门则应结合配置完成情况进行数据统计分析,定期开展营销分析专题会议,确保 KPI 数值按照预期要求有效完成。

二是成立提质增效专班,为树立榜样激发员工积极性提供保障。现阶段,已经通过选取优秀员工组建了既有汽油卡销比、农柴销售、非油品销售等 10 专项班组,并制定了相应的提质增效针对性措施。另外,基层群体员工中,目前还注重对优秀员工的选取,并同步组织比学赶帮超实践活动。营造热烈稳定的工作氛围。

三是对针对性工作任务进行前期有效谋划,从实际出发来讲,本公司推进的春耕农柴销售工作就属于前期已经做好规划,并需针对性落实执行的重要工作。春耕活动启动后,分公司前移工作重心、召开专题会议,实现包干片区方式走入基层,抓好这项工作的落实。同时全面推进秋收农柴销售工作,确保农柴销售完美收官。2022 年公司农柴销售实现 1.19 万 t,创历史最高水平。

四是针对客户服务工作,建立专门的工作团队,实现一体化营销状态,现阶段已经成立了专项客户服务中心。将工作侧重点放在稳定忠诚客户、开发潜在客户以及抢夺流失客户方面。通过走访以及线上沟通等方式,加强与客户沟通。不断完善客户档案,并且加大新客户开发力度。目前,已完成 125 户直批档案梳理。同时,新开发 16 户客户实现销量 2388t。另外,工程户 1-9 月销量达到 673t,1-9 月直批销量 2.4 万 t,同比增长额度达到 62%。

3 油品销售工作实践作开展障碍与问题分析

3.1 客观市场环境竞争激烈

疫情防控常态化背景下,给成品油销售工作也带来非常直接的影响。另外,违规经营现象仍然时有发生。这些问题都会影响到成品油市场的发展,同时,也需要政府部门以整顿行业发展状态净化市场环境为目标,进行相关政策措施的调控与支持。年初以来,公司配合市政府职能部门开展成品油市场整顿工作,共查扣车辆 2 台,罚没油品 40t,起到了震慑作用,收到一定成效。

3.2 基层工作人员素质水平有待提升

基层工作人员主要是指,加油站基层工作人员以及油品销售各片区基层岗位工作人员。另外,在油品销售工作开展中,一些非直接油品销售产品在营销宣传以及销售工作落实时,也需要工作人员结合地区环境条件和市场状态,利用科学路径进行营销宣传和销售推广工作。但从目前实际情况来看,由于工作人员对于油品销售市场卖点市场竞争状态以及营销宣传先进手段方法缺乏理解掌握,导致其在日常实践工作开展中存在有效性不足的问题。

3.3 营销活动开展力度有待加强

结合上文实践分析可知,目前营销策略以具体日期和时间节点为主要契机。营销活动开展形式也以产品促销为主要形式,营销策略整体上的系统性有所不足,营销策略执行落实所依托的渠道方法缺乏先进性。因此,更需要在后续营销宣传工作落实开展中加大营销宣传力度,拓宽营销宣传渠道,确保营销宣传活动的后续服务支持和客户反馈取得良好状态。除此之外,一些促销活动在开展过程中,由于缺乏基层员工动员教育及对工作开展目标性也缺乏认知,导致相关营销活动在开展落实时也未取得预期效果^[2]。

3.4 现场管理服务质量有待优化

现场服务质量主要是指基层加油站在服务管理质量上存在问题和不足,服务质量有待进一步提升。另外,一些客户反馈的实际问题在投诉监督体系方面也需要进一步完善。从本公司实际出发来讲,比较典型的服务管理问题主要包括以下两种。

一是神秘顾客访问工作缺乏稳定性,访问成绩波动。

二是偏远站服务管理存在差距,现场管理成绩不佳。

3.5 培训工作开展成效有待改善

培训工作开展成效有待完善主要强调的是,针对基层工作人员开展培训教育是以理论培训为主的针对其实践工作的具体问题以及需提升的关键要点缺乏,重视。另外,培训形式也相对比较单一,以集中组织培训为主要形式。培训工作开展成效会因此受到影响。

4 油品销售工作实践优化策略分析

4.1 加大人才培养力度

加大人才培养力度主要是指,除了按照常规定期培训,对各岗位工作人员,实现有效培训教育外,还应当结合现阶段营销宣传工作开展中的一些先进技

术、系统应用以及实践工作开展需求,应用更加科学、更加系统化的方式方法进行培训教育。另外,培训教育与工作还应当结合员工的实际问题和不足,通过个性化交流沟通的方式达到培训教育目标。

具体来说,培训教育工作在落实开展时,一方面要考虑员工的实际需求,另一方面,也应当加大实践培训的整体力度,通过优化实践培训方式方法提升实践培训针对性。达到利用培训提升基层工作人员管理人员综合素质水平的目标。

年初以来,公司共开展车润车辅、新品促销活动、香烟、线上营销等10次培训,一定程度上提升非油销售质量。除此之外,培训教育工作还应当结合现阶段加油站发展建设背景以及整体环境背景,从员工心理素质营销宣传技术方法先进性等方面加大培训教育力度。确保培训教育能够从根本上适应现代市场环境与现代人员结构需求。

通过有效培训教育,取得更好人才培养实践成效。这也是伊春市油品销售工作从根本上提升质量的科学途径。除此之外,培训教育工作还应当针对非油品销售业绩提升培训教育力度。具体来说,润滑油销售、山特产品、及月饼、牛奶、米面油销售通过跨界合作开展企业与本公司之间的合作,实现销售金额约30万元,达到拓展业务的效果,为伊春地方经济建设发挥了积极作用。这一系列拓展业务目标都需要基层工作者通过接受培训教育增强基层员工这方面实践能力。

4.2 建立健全考核机制

建立考核机制主要是指,围绕基层服务实践要求和员工增收基本目标制定相应促销政策。通过全面考核与监督,达到以促销活动调动员工积极性的目标。考核机制应当结合实际按照绩效奖励以及其他物质奖励的方式进行落实。公司年初以来,针对神秘顾客考核、车润车辅、电子卡发放等开展单项奖励机制,有效带动考核指标的提升,实现激励效果。

4.3 加大管理服务标准化建设力度

管理服务标准化建设主要是为了提升综合管理服务质量,对中石油品牌形象树立工作起到促进作用。管理服务级别提升一方面是指要结合基层工作开展基本目标要求,配套执行落实管理服务工作。并且通过创新管理工作方法,提升管理工作精细化程度,为客户提供更加精准有效的服务。另外,一些附加险便捷服务也应当在服务工作落实开展中。其充分重视并找

到管理服务工作落实开展的有效方法。

4.4 充分利用大数据技术应对市场变化

大数据技术的应用主要是指,整体管理工作落实开展,需应用大数据系统和平台达到管理和控制效果。具体来说,大数据系统应用一方面要针对营销宣传工作所产生的数据信息,加强采集管理力度。通过形成大数据结构,使得用户管理用户需求满足,能够在信息化系统的支持下更加精准有效的定位。另外,应用大数据系统也能够通过引入先进智能化设备为基层工作者工作方式和工作状态的转换优化起到促进作用。当基层工作者能够应用更加先进的品牌,更加先进的技术落实执行具体工作时,其实践工作开展效果必然能够得到提升和保障。另外,大数据技术的应用,对于基于数据信息分析研究市场环境。了解市场竞争主要因素有重要促进作用,有利于帮助基层销售管理工作人员结合市场环境发展趋势,采取针对性的技术措施转变工作方向,制定合理的工作方案,提升工作开展有效性。

4.5 针对性加强培训教育工作先进性

培训教育工作先进性主要是指,结合实践培训工作的基本方案,基本要求通过不断创新、不断优化的方式实现基层员工、管理者、决策者三方面。人员群体的综合素质提升。同时,引进先进的经营理念与思路,为取得更好的培训教育效果提供支持。例如,基于实践活动的开展达到培训教育目标,这方面工作的开展主要是指,按照月度时间节点在员工内部开展实践竞赛,或将培训教育平台拓展到在线平台上,通过模拟技术考核的方式对基层员工进行培训教育,体现出培训教育工作在实践中的价值和意义。

5 结束语

综合氛围实践分析可知,伊春分公司油品销售工作实践开展过程中,应当从培训教育技术能力提升营销策略制定等多方面入手,实现全方位优化提升。结合本地区油品销售以取得的实践经验和成绩,通过不断优化完善,达到提升整体工作质量运、用先进方式方法支撑实践工作开展的目标。

参考文献:

- [1] 胡亚平.对提升石油销售企业全面预算管理水平的探讨[J].营销界,2021(28):147-148.
- [2] 辛德臣.石油销售企业营销管理策略[J].商业文化,2021(16):48-49.