第 7 卷◆第 6 期◆版本 1.0◆2024 年
文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-4759 /（中图刊号）：270GL018

强化融合换位服务提升加能站运营质量

艾丽娜　庞路凡
中国石化销售股份有限公司北京石油分公司
DOI:10.12238/ej.v7i6.1670

[摘　要] 党的二十大报告指出：实现碳达峰、碳中和是以国家领导人为核心的党中央统筹国内国际两个大局作出的重大战略决策。《中国石化销售企业充电工作指导意见(试行稿)》提出：为推动销售企业全面向“油气氢电服”综合能源服务商转型,加速推进充电业务高质量发展,加快构建新发展格局。在此背景下,加能站应该在立足当下的基础上,从长远的角度思考,强化融合换位服务,保证加能站运营质量能整体提高。
[关键词] 换位服务；加能站；运营质量
中图分类号：F530.86　文献标识码：A

Strengthen the integrated transposition service and improve the operation quality of the refueling station

Li'na Ai　Lufan Pang
Sinopec Sales Co., Ltd. Beijing Petroleum Branch

[Abstract] The report of the 20th National Congress of the Communist Party of China pointed out that achieving carbon peak and carbon neutrality is a major strategic decision made by the Party Central Committee, with national leaders as the core, to coordinate the domestic and international situations. The Guiding Opinions on Charging Work of Sinopec Sales Enterprises (Trial Draft) proposes to promote the transformation of sales enterprises towards comprehensive energy service providers of oil, gas, hydrogen, and electric services, accelerate the high-quality development of charging business, and accelerate the construction of a new development pattern. In this context, energy stations should be based on the current situation, consider from a long-term perspective, strengthen integration and replacement services, and ensure that the overall quality of operation of energy stations can be improved.
[Key words] transposition service; refueling station; Operational quality

引言

新时期下,市场竞争愈发激烈,朝阳作为北京石油第一大体量单位,有着城市型企业典型的油站场地面积小、服务客户数量多、客户流动性大等特征。因此,为实现加能站运营质量提高的目标,管理人员应该在对加能站实际运营情况充分掌握的基础上,树立长远意识,对网点综合业态加大开发力度,同时强化融合换位服务,合理制定服务措施,保证客户忠诚度和满意度在提高的同时,加能站的经济效益可以实现最大化。

1 加能站强化融合换位服务的必要性

1.1是碳达峰行动的必然要求

近年来,国家碳达峰行动在有计划、分步骤实施的同时,“双碳目标”约束力也在逐渐增大,加之油气行业市场化改革纵深推进,能源发展渐渐进入转型质变期,成品油零售经营存量竞争愈发激烈,对传统加能站提出更高要求,加能站面临的挑战日益增多。传统加能站若想实现高质量运营目标,促进自身可持续发展,需要立足于实际,加强对自身发展模式的转变,逐步朝着多元、高效、绿色可持续的方向迈进。在此背景下,加强加能站的融合换位服务,从不同角度出发,制定科学的管理与服务对策,可以让加能站的经营管理模式整体创新,满足碳达峰行动的要求[1]。

1.2是经济效益提升的主要路径

在油品销售过程中,若想让公司的经济效益实现最大化,零售是重中之重。对于油田销售公司而言,“成品油+服务”是公司的业务主体,加能站作为油品销售公司最小的经营单元,零售是根本,尤其是朝阳加能站,是北京石油第一大体量单位,零售业绩是公司创效的关键,其独立经营水平、自主管理水平以及整体创效水平,与油品销售公司的生存以及未来发展息息相关。强化融合换位服务,加大加能站经营优化管理力度,可以为加能站

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.

的高质量发展提供支持,也能满足未来能源新形势发展要求,更是让零售核心竞争力夯实的内在需求。通过不断提升服务水平,加能站可以在立足于实际的基础上,逐步朝着综合服务型转型,让自身的零售创效核心作用发挥到最大[2]。同时,积极探索未来能源替代环境下的新经营管理模式,对加能站的创造潜力深层次挖掘,实现加能站综合效益提高的目的。

1.3是加能站转型发展的关键手段

在未来发展过程中,“油气氢电服”一体化综合交通能源服务站的建设速度将不断加快,加能站也会逐步朝着综合能源服务方向发展和延伸,从能源补给过渡到购物、餐饮等多元化的消费场景。基于此背景,强化融合换位服务,从加能站经营细节层面考量,对车主体验感不断增强,可以为加能站综合运营质量的提高奠定基础。并且,加强对服务模式的优化与革新,还能探索更多与加能站未来经营发展相适应的模式,促进加能站经营质量的提升,为加能站的转型发展提供助力。

2 强化融合换位服务,提升加能站运营质量的对策

2.1建立健全“专班”多级管理机制

为达到加能站运营质量整体提高的目的,在服务方面,加能站应该加强创新,对传统服务模式不断改进,注重对各个细节的管理和控制,确保可以为客户提供最优质的服务[3]。在日常管理期间,根据加能站的实际运营情况,设立专业的管理团队及组织架构。为保证综合加能站内新业态能顺利运营,可以搭建分公司——片区——加能站三级管理机制,通过各部门各层级专、兼职管理人员对新业态各项目的日常运营提供保障,为客户提供最好的服务。在管理期间,加能站日常站内应强化配合,加能站经理作为日常管理运营的主要负责人,需要对现场运营情况加强管控,片区经理实时对片区进行监控,对片区内的各类新业态网点定期巡查,并将重点放在经营管理工作的监督和检查上,第一时间发现工作中存在隐患或问题,并上报给上级部门。分公司要对全局进行把控,统筹协调与分配,制作矩阵管理树,对各部门的服务职能加以明确,包括市场、安全、财务、人力等,绘制引导图,为一线工作人员做好职业以及后勤保障。分公司相关管理岗位则要对区域内的各个网点进行统一协调和控制。分公司班组做全局部署,根据实际情况制定完善的战略决策。多级管理机制的构建与实施,可以让基层管理效率不断提升,也能让成本和风险得到有效控制,在保证加能站基层业绩成绩全面提高的同时,实现加能站高质量运营目标。

2.2科学制定运行管理规范

加能站在日常运营过程中,需要将管理工作落实到位,结合实际运营情况,制定合理、可行的运营管理规范,保证加能站在顺利运营的同时,客户的各项需求能得到满足。以新业态的特征作为基础,为每个新增业态设立日常管理运行规范,规范中要对各个岗位的职责分工、标准化日常经营流程等明确规范。同时,以服务质量提高,增强客户体验为导向,加大防控机制的完善与落实,注重对安全隐患及经营风险的管控。制定自营汽服网点的专项激励方案,在加能站交接班巡查内容中,将自营洗车设备运维内容及充电桩设备日常巡检内容的清单包含在内,在方案中规定的日常检查情况、结果,应该在《班组交接台账》中体现。当前,加能站在运营过程中,咖啡和广告的投放规范已经进入试运行状态。此外,对相关业态合作方定期组织开展座谈会,除了要对相关产业的日常运营管理展开深层次的交流外,也要集中分析日常管理和服务中存在的各类问题,并有针对性地改进,以为客户提供良好服务。

2.3强化客户关系管理的推行

为保证客户服务水平和效果能整体提高,促进加能站运营质量的提升,还应该加强对客户关系管理的推行,侧重对忠诚客户的培育。为实现此目标,具体可以从以下几个方面展开：

(1)加能站要从实际出发,对现有营销模式合理整合与优化。以为客户提供优质服务作为导向,从客户关系管理理念优化角度出发,树立并形成一套全新的营销战略模式,并对此理念加强宣传与推广,与各个环节融合,诸如渠道开发、产品设计、促销策略等。在上述环节实施过程中,也要立足于客户的需求,站在客户的角度分析和思考,为其创造更大价值。通过对此种方式的科学应用,客户满意度在提升的同时,加能站的运营质量也会提高。

(2)注重管理系统化。加能站在运营过程中,需要加强对CRM平台的科学运用,对客户信息科学管理与分析。同时,从获取的各类信息中对客户进行精准的服务定位,从整体角度上促进客户体验感的提高。

(3)重视客户的消费经历。客户的消费经历可以提供相关信息,加能站可以通过分析产品销售情况、客户消费情况等,对客户的消费水平充分了解。而为实现目标,加能站要对每个客户消费过程的需求深入分析,对客户消费的整个过程动态化管理,以保证其中的价值期望能得到深层次挖掘,提升客户对加能站的满意度。

(4)建立完善的客户服务系统。影响客户满意度和体验感的因素比较多,而最为显著的便是客户真实需求是否得到满足,若加能站不能对客户的投诉及时处理、意见,客户的满意度将会下降,不利于加能站的良好运营。因此,加能站在服务过程中,需要将客户作为服务的核心,强化客户服务系统的完善。同时,拓宽客户诉求反馈通道,对客户的信息全面收集,保证客户需求能快速响应,第一时间解决客户的投诉问题,确保客户的不满情绪能及时消除。

2.4注重品牌建设

加能站在运营过程中,为保证客户的认可度和满意度能增强,实现加能站高质量运营目标,还应该将关注点放在品牌建设上,以加能站的实际经营情况作为基础,对文化内涵深入挖掘,确保品牌文化内涵能进一步提高。品牌代表承诺和价值观,注重品牌持久性发展,品牌文化的提升和形成速度会加快,加能站的健康发展目标也能逐步形成。在品牌建设过程中,加能站应该立足于实际,对企业价值观和经营理念系统规划,从长远的角度思考,制定可行的品牌建设方案,将企业的价值观精准传达给客

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.

户。同时,在品牌期间上,注重针对性,通过特定的品牌形象,强化对特定目标群体的吸引。此外,质量是品牌树立的关键,品牌推广以及建设需要将质量提高作为基准,所以新形势下,加能站在实际运营过程中,还需要对服务质量不断提高,注重品牌的推广,获得良好的品牌效应,让客户对加能站产生信任感。

2.5不断拓展目标客户群体

加能站在运营过程中,为促进运营质量的提高,在服务方面还需要加强对目标客户群体的拓展,通过对信息技术手段的利用,为客户精准推送营销信息,保证营销的准确性,提升加能站的经济效益。

(1)深入分析客户行为。加能站应加强对客户行为数据的分析与收集,诸如客户加油频率、加油量、支付方式、加油时间等。通过对数据的整理与分析,加能站可以准确识别出高价值的客户群体,诸如经常在高峰时段加油的通勤者,或者每次加油量较大的长途司机等。

(2)增强营销的精准。加能站应该对大数据技术合理应用,对客户群体不断细分,诸如商务出行客户、家庭用车客户、出租车司机等,每个细分类型均有独特的需求和行为模式。依照不同客户类型的特点,制定针对性、个性化的服务和营销模式。同时,加能站应依照客户数据分析结果,精准推送营销信息。比如：针对经常在周末加油的家庭用车客户,可以推送周末家庭日活动,提供加油折扣或免费汽车服务;针对长途司机,可以提供夜间加油优惠,让其在非高峰时段加油。

(3)注重营销与客户反馈收集。加能站要加强对新社交媒体平台的利用,包括微信公众号、微博等,与客户建立紧密联系。通过发布加油小贴士、安全驾驶知识、优惠活动等各类信息,在社交媒体上建立良好的品牌形象,吸引更多客户关注与转发。同时,通过采取在线调查、客户服务热线、社交媒体互动等方式,多渠道收集客户的反馈信息,了解客户对加能站服务的满意度及改进意见,最后依照客户反馈,对服务流程针对性优化和改进。

2.6全面提升队伍的专业性与服务水平

加能站在为客户提供服务过程中,需要注重服务水平与质量的提高,而为实现此目标,应该强化队伍的建设与培训,全面提高工作人员的专业能力与职业素养。加能站可以依照员工现有的业务水平,采取定期培训、外部运营商交流座谈等方式,多角度、全方位提升员工的素质与工作能力,对相关业务的服务及管理水平不断提高。在项目发展前、中、完成以及项目试运行阶段,专兼职管理人员以及基层人员要进行系统且专业的培训指导,由设备厂家开展技术培训,保证全体人员可以对设备构成、注意事项全面了解和掌握,为后续日常运营管理和维护提供方便。加能站也要建立完善且可行的激励机制,对员工的福利收入和发展需求密切关注,通过激励的方式让员工对工作充满热情,对加能站产生归属感。诸如通过定期和汽车业务合作方座谈,促进自营自建洗车网点服务水平的提高；走进蔚来北京公司,对充换电业务现状以及日常运营管理展开深度调研与分析；Tims联名咖啡店培训老师对加油员兼职便利店员做咖啡制作知识培训及指导。此外,通过座谈会的方式,倾听合作商的需求以及建议,积极了解行业内的最新发展情况和趋势,及时对网点的管理及服务进行升级和改进。通过与合作伙伴建立良好的合作交流关系,不断对服务管理模式进行创新,不仅可以实现双方互利共赢,还能促进加能站运营质量的提升。

3 结束语

综合而言,若想促进加能站整体运营质量的提升,做好服务工作尤为重要,所以在今后工作中,管理人员应该树立良好的服务意识,结合工作要求与实际情况,建立完善的管理与监督机制,并注重对目标客户群体的精准分析,针对性地制定营销策略。同时,强化品牌建设,促进品牌知名度的提升,让客户的黏性增大,保证经济效益在提升的同时,加能站能实现高质量运营的目标。

[参考文献]

[1]赵鄣宁,奈良毅.双碳背景下加油站向“电+综合服务”加能站转型的探索与实践[J].石油化工管理干部学院学报,2024,26(01):19-22.

[2]吴同林.新形势下加能站经营管理优化的对策思考[J].投资与创业,2023,34(19):115-117.

[3]卫广发.数据定向链接加能站客户的可行性分析[J].中国石化,2023,(05):59.

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.