

新媒体视角下加油站服务营销方案 管理创新研究

谢平国

(中国石化销售股份有限公司广东汕头石油分公司, 广东 汕头 515054)

摘要:新媒体技术迅猛发展并被广泛应用于各行业,对行业原有服务营销体系产生冲击,加油站应顺应新媒体时代的发展趋势,创新营销管理方式。本文将结合新媒体技术发展现状,从创新服务理念、创新服务过程、转变营销策略与构建多元服务模式四方面,研究服务营销方案管理策略,进一步提升加油站的销售业绩。

关键词:加油站服务;营销方案;管理创新

中图分类号:F426.22

文献标识码:A

文章编号:1004-7344(2022)40-0020-03

0 引言

服务营销模式与加油站市场竞争力关系紧密,新媒体技术的运用为营销人员提供了更多营销思路,有助于解决加油站原有服务营销模式中存在的短板。加油站相关工作人员,应重视研究服务营销管理创新方式,将新媒体技术引入营销工作并合理调整营销方案,充分发挥新媒体技术优势,提升加油站的经济效益。

1 创新服务理念

1.1 信息化建设

新媒体视角下,加油站服务营销方案需加强信息化建设,将信息技术纳入管理范畴,突破原有服务理念的限制,充分发挥新媒体视角下信息技术的应用优势。首先,加油站需重视相关人员的培训,建立健全管理人员培训机制,为其提供系统化学习信息技术的机会,帮助管理人员形成良好的思想意识,对信息化建设持支持态度,并在工作中积极运用新媒体技术。其次,建立基于信息技术的加油站信息管理平台,平台结构如图1所示,完善信息管理平台的功能,优化平台的人机交互体验,使信息管理平台具备加油站服务营销方案的全部功能,同时需提高平台数据采集层的性能,保证采集数据的质量,为信息化管理平台运行提供数据支持。最后,扩大加油站信息管理平台的作用范围,实现服务营销方案管理全过程,管理人员可通过该系统全面掌握加油站的运营信息,依据实际运营情况开展管理工作,促进营销效果显著提升,降低服务营销方案管理人员的工作难度^[1]。

1.2 建立微服务营销

微平台是新媒体时代发展的产物,也可用于加油站

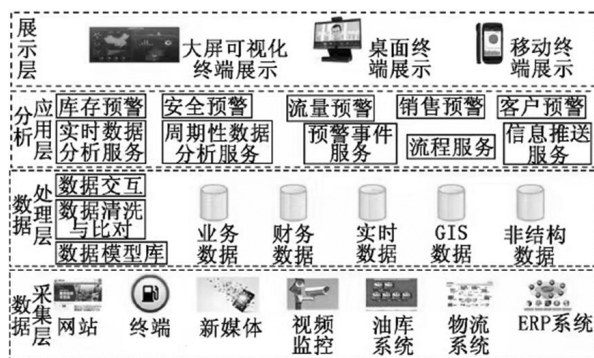


图1 加油站信息平台系统构架

服务营销方案管理创新,体现新媒体技术的优势。①开通微信公众号、微博等微服务平台,将加油站官方网页与微服务平台相连,突破原有营销模式的限制,降低加油站客户搜索加油站相关信息的难度,充分发挥微服务营销模式的优势,提高加油站服务水平。②微服务营销平台互动性强,加油站工作人员需重视此类平台特性,创新工作理念,通过微服务营销平台增加与客户的互动次数,提升客户对加油站的黏性,并通过微信公众号向客户推荐加油站营销产品,激发客户的消费意愿,体现服务营销方案管理的作用,增加加油站的经济收益。③利用微服务营销平台的特点开展情感营销,在不同节日为客户送出不同形式的服务体验,并推出优惠活动,体现加油站为客户服务的诚意,丰富情感营销方案内容,例如在儿童节准备玩具送给客户的孩子,情人节为情侣送花等,提高客户对加油站服务质量的认同感、满意度。

2 创新服务过程

2.1 完善服务流程

新媒体视角下,加油站原有服务流程难以满足客

户的多元需求,增强服务营销方案管理质量可提升加油站服务营销效果,加油站应结合时代发展需要调整服务流程,优化客户享受服务过程的体验感受。①完善加油站服务人员培训制度,制定服务人员工作规范,要求服务人员在与客户提供服务过程中言语得体、表情管理到位且服装整洁,保证客户对加油站第一印象良好,为服务营销管理工作开展创造基础条件。②关注服务细节,扩大服务管理工作范围,加油站服务人员的服务对象包括但不局限于车辆,更应重视客户接受服务的感受,重视细节并保证服务质量可提升客户幸福感,调动客户在加油站消费的积极性,充分展现服务管理工作创新的作用,提高加油站运营效果。③规范重点服务项目的服务流程,办卡服务流程如图2所示,该服务项目是加油站的主要服务内容之一,制定科学且合理的服务流程可缩短办理时间,创新管理形式,简化客户办卡需进行的操作步骤,避免客户出现厌倦心理,提升服务营销效果^[2]。

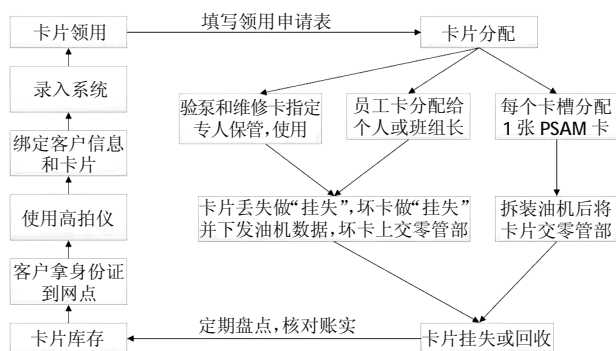


图2 加油卡办理流程

2.2 加强客户管理

加油站运营过程中会采集大量客户信息,但传统服务营销方案无法挖掘客户信息的潜在价值,信息利用率低,不利于改善加油站的营销效果,新媒体视角下管理人员应借助技术优势加大客户管理力度,提高客户信息利用率,创新营销方案及管理方式。首先,完善客户信息存储结构,保证加油站采集的客户信息可用于服务营销方案,优化客户信息管理系统数据库结构,提升数据库的存储能力,便于管理人员快速调取客户信息,减少信息调取所需时间,提高工作效率。其次,借助新媒体时代的信息技术优势,对加油站采集的客户信息进行处理与分析,深入开发客户信息的潜在应用价值,总结不同客户的消费习惯与心理特点,明确加油站客户的服务需求,同时记录客户对加油站服务体系提出的建议,扩展客户信息内容。最后,汇总客户信息分析结果,制定动态化服务营销管理措施,结合客户的特点为其推荐产品,提升产品服务与客户心理的匹配

性,充分体现加油站存储客户信息的实际应用价值,创新管理方式,为客户提供精准服务。

3 多样营销策略

3.1 交叉营销

交叉营销更符合新媒体视角下加油站发展需要,能充分利用加油站现有资源,实现服务营销资源整合的目标,为管理人员创新管理方式提供更多思路,扩大加油站营销工作的传播范围,同时提高传播效果,为加油站带来更丰厚的经济收益。①明确加油站拥有的内部资源,分析内部资源待开发营销价值,制定交叉营销方案,构建营销信息传播网络,提高内部资源的利用率,针对不同潜在用户的特点开展服务营销工作,保证营销方案的实际应用价值。②与供应商建立良好合作关系,打通内部产品推送渠道,向供应商、合作伙伴以及合作伙伴的客户等推荐加油站产品,扩大该产品在市场中的影响力,吸引更多客户购买该商品,提高加油站产品的销售量。③完善合作机制,与多种企业或社会组织建立合作关系,根据不同群体的接受偏好创新产品推送形式,积极开拓加油站发展渠道,建立动态化服务营销管理机制,优化管理质量,开发潜在客户,增加加油站的客户数量,最大限度发挥交叉营销效果^[3]。

3.2 丰富优惠活动形式

丰富优惠活动形式是提高加油站营销质量的有效措施,也是加油站创新服务营销方案应考虑的因素,新媒体技术的发展拓宽了优惠活动的举办形式与宣传手段,合理营销内容可强化营销方案的科学性。①向客户发放优惠券,新媒体视角下加油站可发放多种形式的优惠券,包括电子折扣券、电子代金券与普通优惠券等,管理人员依据不同优惠券受众特点设置营销内容,客户可根据个人消费需求领取不同形式的优惠券,客户的消费意愿显著提升。②设置用户积分制度,举行长期营销活动,管理人员设置积分获取方法与兑奖方法,降低用户参与门槛,让更多客户有机会通过积分兑换消费抵用券,长时间保持客户与加油站之间的互动,通过积分获取使客户形成固定消费习惯,提高加油站客户的忠诚度。③设置客户拉新奖励制度,客户向朋友推荐加油站微服务平台成功后,加油站对客户进行积分奖励,该活动形式可提升已有客户归属感,同时为加油站开发更多潜在客户,高质量完成服务营销管理工作,激发客户的消费热情。

4 多元服务模式

4.1 建立互动平台

建立互动平台是了解客户需求的最佳方式,缩短

加油站服务营销管理人员与客户之间的距离,便于管理人员确定工作创新方向,制定更符合加油站发展需要的服务营销方案。首先,了解加油站客户的互动需求,充分发挥新媒体时代的技术优势,对互动平台的功能结构进行设计,同时完成互动平台数据库结构设置,为平台建设高效开展奠定基础。其次,严格按照设计方案完成互动平台构建,管理人员参与平台搭建工作,与技术人员保持联系,关注平台搭建效果,并分析加油站客户的需求变化,及时上报变更计划,协调技术人员改变平台构建方法,高水平完成平台建设工作。最后,提升互动平台的兼容性,保证互动平台可在多种电子设备上运行,突破原有客户互动方式的空间局限性与时间局限性,客户可随时随地在互动平台发表意见,平台存储客户的意见至系统数据库,管理人员登录时可快速查看互动信息。除此之外,基于新媒体技术建立互动平台具有动态追踪功能,挖掘互动信息潜在价值^[4]。

4.2 一客一价

新媒体时代信息技术功能强大,可实现“一客一价”服务模式,巩固客户与加油站之间的关系,该服务模式的实现需借助信息化管理系统,获取客户的相关信息。首先,该功能需从信息化管理形态调取客户信息,全面分析客户的信息特点,判断不同客户的消费心理,总结加油站客户的总体特征,为实现该功能提供充足的参考资料。其次,管理人员设置客户划分标准,使各种类型的客户都可成为该体系的成员,有机会参与加油站优惠活动,接受加油站服务人员提供的服务。最后,根据客户类型划分结果,设置不同层次客户的福利,同时明确客户晋级标准,当消费记录满足晋升标准即可享受更高等级的消费优惠,管理人员结合不同层次客户的消费特点制定营销方案,科学开展服务营销。一客一价是提升客户黏性的最佳服务模式,该模式可充分利用客户信息创新管理方式,达到精准营销的目标,提高客户购买加油站相关产品的意愿,取得良好的营销效果。

4.3 提供个性化服务

新媒体视角下,加油站的客户服务模式需转变发展方向,使其呈现个性化特征,以适应不同客户的服务需求,并借助信息技术搭建个性化服务系统,完善加油站服务体系。首先,管理人员应理清个性化服务系统的构建思路,设计系统架构,用于加油站的个性化服务系统架构如图3所示,同时确定个性化服务系统的功能需求,明确系统内信息的传送与处理方式。其次,构建个性化服务系统的评价指标体系,系统需根据评价指

标体系分析客户在系统中的行为,通过层次分析法采集并分析客户评价数据,保证数据分析过程定量且定性,得出更准确的分析结果,便于了解客户需求,为其制定个性化服务营销方案。最后,明确个性化服务系统在加油站营销工作中的应用方式,采集客户信息的同时加快客户了解加油站相关信息的速度,通过该系统为客户提供发表意见的平台,为管理人员创新服务营销方式开拓思路,同时有助于打造品牌形象,提升加油站营销方案的影响力,为客户提供更优质的服务^[5]。

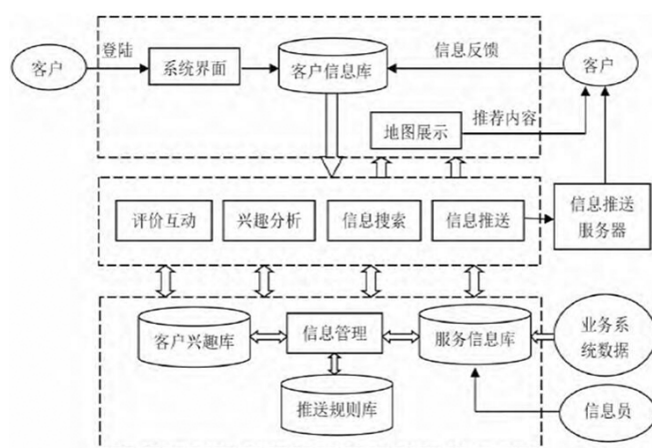


图3 个性化服务系统架构

5 结语

综上所述,创新服务营销方案形式多样,作为新媒体视角下加油站营销工作的首要工作任务,须进一步深化加油站服务营销模式改革。加油站相关人员应时刻关注新媒体技术最新研究成果,积极学习先进技术,结合加油站服务营销需要创新管理方式,为加油站长期稳定发展贡献力量。

参考文献

- [1] 吴倩倩.新媒体环境下加油站服务营销创新办法[J].中国市场,2022(7):130-131.
- [2] 尤卉.新媒体环境下加油站服务营销创新[J].现代营销(经营版),2021(6):87-88.
- [3] 门娜.浅析加油站油品与非油品销售新方式[J].现代营销(下旬刊),2020(11):54-56.
- [4] 梁欣华.加油站便利店服务营销策略探究[J].全国流通经济,2020(8):7-8.
- [5] 崔柳.加油站服务营销问题解析[J].内蒙古煤炭经济,2020(2):126,128.

作者简介:谢平国(1975—),男,汉族,广东揭阳人,本科,经济师,主要从事安全环保管理工作。