

**写在前面:**中国石化山东石油分公司作为山东省成品油销售的主渠道,承担着确保全省油品供应的重任,拥有加油站员工1.5万人,在营加油站2600座,年供应成品油1000多万吨。多年来,山东石油一直把“发展自我、服务社会”作为企业践行的宗旨。按照“坚持高标准、努力办实事、开创新业绩”的工作要求,以“强管理,抓服务,树标杆,创一流”以及打造“高度负责、高度受尊敬”企业为目标,团结协作,排除困难,务实苦干,实现了社会效益和经济效益的双丰收。

中国石化山东石油分公司

## 履行责任 服务山东

### 强化服务 创建客户满意窗口

中国石化山东石油积极践行“我为您的事业加油,您给我的生活添彩”的服务理念,人人争做客户满意加油员,努力打造客户满意加油站。

近年来,中国石化山东石油认真践行“我为您的事业加油,您给我的生活添彩”的服务经营理念,将真诚、贴心的服务融入到了山东经济和文化强省建设中。

——站站争做客户满意站。中国石化山东石油每年都专门组织开展征求加油站客户意见活动,争做客户的贴心人。该公司以座谈会、现场问卷、网上互动以及登门拜访的形式了解客户需求,收集客户对加油站的评价和建议,现场解答客户提出的疑问,掌握客户不满意的地方和环节,有针对性地整改,进一步提高客户满意度。

在加油站开展多种便民服务,有的市公司在加油站配备了快速换油、洗车和汽车美容等设备,结合客户需求进行汽车、机械保养等培训。有的为重点客户量身定制了“战略合作油品业务周报”,每周给客户提供一个用油建议。有的成立了重点客户服务小组,指派专人跟踪维护。通过易捷便利店,与山东邮政联手开展“邮政便民服务站”等项目,提供公共事业缴费等代理服务。有的在加油站开展了地方旅游景点、道路、特产营销等培训,为外地客户介绍山东的特色,不仅赢得了客户的好评,也为山东旅游经济的发展做出了贡献。

——人人争当优秀队员。中国石化山东石油有一个专门为千千万万大客户服务直销经营机构,拥有客户经理300多人,每一个人都以客户满意为目的,以“优秀队员”为目标。

中国石化山东石油不断完善油品配送体系,利用电话、短信平台等方式建立配送客户的需求应答机制,及时了解配送客户需求,提高配送服务能力。年内山东石油对配送服务客户进行了重新梳理,强化了配送服务管理,同时,发挥配



山东石油加油站员工在进行包括引车、加油等内容的“八步法”训练,不断提升加油站服务质量

送站作用,以配送点为依托,缩短运输距离,加强对中小客户的服务。目前,日照、枣庄、泰安公司都建立了配送点,为中小客户提供了便利。

中国石化山东石油商客线条严格按照“诚信、感恩、高效、负责”的原则服务客户,不断建立和完善客户在交款、开票、发货等方面的服务联动机制,通过一站式服务,提升服务质量;通过设立售后服务岗、畅通服务热线、规范客户意见收集反馈流程,了解客户对购油流程各环节及其服务人员的满意度,及时完善服务措施,改进服务质量;拓展客户信息服务功能,进一步开发完善短信平台功能,一方面丰富短信服务内涵,在提供开票、提货、销售代保管等信息的基础上,增加节假日祝福、生日祝贺、健康提示、国际油价变动等内容,以随时随地服务客户。另一方面扩展短信服务的外延,将客户范围由会员卡客户扩大到有需求的普通卡客户。

——店店力争样板店。2008年,中国石化山东石油适应市场变化,调整结

构,在系统内推出非油品经营业务。非油品业务的开展,使销售结构发生了重大变化,员工工作强度加大,但却方便了客户,更好地促进了地方经济的发展。

非油品业务是依托加油站网络和客户资源,为客户提供燃油、燃气以外的商品和服务,以满足客户延伸需求的商业活动。

中国石化山东石油一直致力于通过发展非油品业务,把成品油零售网络打造成为功能完备、服务精良、具有较强竞争力和品牌价值的综合性服务网络。发展至今,山东石油在营“易捷”便利店达到1710座,占到在营站的60%以上。与麦当劳、肯德基、油猴等国际知名品牌的快餐、汽服项目的合作不断获得新突破,在威海第38加油站建成全国首家中石化、肯德基和油猴三合一综合项目,建成泰安10站麦当劳得来速项目,烟台10站油猴汽服快修项目,济南、青岛也分别建起了肯德基快餐店等共8家国际合作项目。这些项目和加油站业务相互促进,相得益彰,客户在享受加油服务的同时,

可以在便利店中购买饮料、日用品等物美价廉的商品,在快餐店品尝到美味的快餐,在汽服店为汽车美容、换油、修理……这样的“一站式服务”已经深入每个客户的心中。

中国石化山东省石油注重统筹安排,提高规范化服务水平,全方位提升便利店经营水平,全力打造样板店、精品店,并推广样板店经验,以点带面,形成“典范带路”效应。同时,组织好便利店名优土特产品采购和精品进店工作,各地的特色产品经由有关部门审核通过后统一采购并销售。另外,为了向加油卡持卡客户提供购物方便,积极在门店安装了加油卡进店消费系统,全力为客户服务。

中国石化山东石油非油品业务的开展不仅带动了区域商圈发展,繁荣了地方经济,服务了地方市民,而且达到了消费者满意、地方政府收益、企业获益的多赢效果。与政府职能部门协调发展地方经济,彰显了中国石化作为国有企业的社会责任。

### 承担社会责任 发挥主渠道作用

面对服务客户,服务社会的责任,在经营状况不好的情况下,中国石化山东石油没有退缩,而是迎难而上。

中国石化山东石油无论是在自然灾害、三夏农忙,还是在市场价格批零倒挂的特殊时期,都将责任放在首位,2011年荣获“山东十大社会责任品牌奖”。

——克服困难,保供市场。2010年,国际市场原油价格不断攀升,境内成品油价格从紧控制,出现价格进销倒挂的情况下,许多社会加油站都以无油供应和加油站装修等理由将顾客拒之门外,巨大的社会车辆供应都被挤到中国石化的加油站。

面对服务客户,服务社会的责任,在经营状况不好的情况下,中国石化山东石油不但没有退缩,而是迎难而上。不断强化资源平衡,采取有力措施,积极协调配置,加大资源采购。同时,重新完善了《山东成品油供应应急预案》,并成立了成品油市场供应应急工作领导小组,落实任务,分工实施;完善了库存预警体系,关注各油库进销存状况,保证资源稳定供应;面对复杂的市场环境,该公司根据市场变化及时跟进,策略调整,杜绝脱销。在加油高峰期,加油站员工几乎连一口水都顾不得喝,一天下来,嗓子哑了,脚也肿了,可大家没有任何怨言。由于提枪频率高,有的加油站的加油枪平均半个月就要更换一次。在这样的特殊情况下,有的分公司专门组织了以党员、站长和机关管理人员为主的加油突击队,高峰期,他们将突击队的人分成几个组,到一些较大的加油站去帮助加油、维持秩序,替换加油站员工吃饭,以缓解加油站员工的工作压力。

——多种措施,保供三夏。每年“三夏”到来之际,中国石化山东石油积极采取各项支农、惠农、便农措施,在全省设立近千座“三夏保供站”,每个县保证在3座以上,每座保供站根据加油机数量设定1-2台加油机,为“三夏”用油专供加油机,开辟农业机械化用油绿色通道;实施价格优惠政策,让农民放心、安心、舒心加油、抢收;每个市公司根据本地区农业生产特点,在片区、加油站成立

了送油队,利用小型配送车、机动三轮车、便民桶等开展送油到田间地头活动;组织志愿服务队,为农机手提供站点指引、政策咨询、油品知识讲解、作业信息统计、天气预报等服务。同时,该公司还拿出一定费用在保供站设立了“三夏”便民项目,免费为农机手提供开水、急救药品、防暑物品等,实现增值服务,为农民兄弟颗粒归仓做出应有贡献。今年“三夏”期间,中国石化山东石油还以高度的责任心,开展了“为特困农户免费送油”活动,切实帮助特困农户解决资金困难,无油收割的困境,将党的温暖、企业的关心送给特困农户。该公司为菏泽、临沂、济宁、枣庄、德州、聊城6个地市,近600家特困户每家免费提供30升农机用油。

——注重环保,大力推广高标号汽油。低碳环保一直是中国石化追求的目标,在做好加气站建设的同时,积极推介高标号汽油。今年,中国石化山东石油加大了高标号汽油的考核力度,引导各市公司根据市场变化及时调整绩效考核办法,调动员工销售高标号汽油的积极性;加大培训引导,让员工用所掌握的油品知识和环保知识,引导客户使用与车辆匹配的油品;加强督导,合理增设。督导高标号汽油布点少的市公司合理增设销售站点,同时,调整加油机机位方便客户,积极推广高标号汽油,为减少大气污染,净化环境做贡献。

——技术把关,防止不轨。中国石化山东石油一直致力于油品数质量管理的研究工作,不断提高管理工作的技术含量。针对加油机的技术问题,2010年初组织技术人员,联合青岛丰业锁封有限公司研究开发了射频电子铅封,此项目得到了集团公司领导的关注和重视,并成为中石化立项开发的科研项目。射频铅封具有唯一识别暗码,不可复制,便于信息化管理的优点。铅封号码由明码变为暗码,只有使用专用的验证机才能读取,增大了仿制难度。射频铅封从立项到研究开发,再到试运行,用了半年的时间,经过在济南公司3座加油站1个多月的试运行,射频铅封管理系统调试成功,并于2010年11月中旬,射频铅封安装工作在各市公司全面铺开,目前,山东石油系统1.5万多台加油机的每个关键部位都安装了射频铅封,共安装了10万多个。



在山东石油易捷便利店,顾客可以买到由厂家直供、确保品质的食品、烟酒、日用品等在内的多种商品



中国石化山东石油分公司每年都组织服务三夏志愿队,将农业用油和防暑降温用品送到田间地头,支援农业生产

### 诚信经营 确保油品质量足

“每一滴油都是承诺”是中国石化对消费者的铮铮誓言。多年来,山东石油秉承“严、细、实”的工作作风,确保油品质量足。

多年来,中国石化山东石油多措并举,狠抓油品数质量,连续多年被山东省工商局评为“重合同守信用”企业,2005-2009年,位列山东省企业100强。

——完善机构,提高素质。从2008年上半年始,中国石化山东石油单独设立了“数质量管理中心”,主要负责全省系统配送中心、加油站成品油数质量的监督管理,制度制定,定期组织检查、考核以及专业人员的培训等。同时,在各地市公司对应设置了油品质量管理部门,配备专门人员,对全省系统油品质量工作实行分级归口管理。目前,在全省26座在营油库均设置了具备相应检验能力的质检室,有A级质检室5个,B级质检室11个,C级质检室10个,形成了A、B、C级质检室,承担油库油品出入库检验。为进一步优化质检机构布局,该公司将潍坊、德州质检室提升为A级质检室,进一步构建布局合理、功能完善、覆盖全省的质检网络体系。

制定完善了实用的应急预案,建立了两条信息传递网络,即一条是由加油站-县公司-市公司-省公司的行政线;一条是由质检室-市公司质量管理部门-省公司质检中心的技术线,保障了信息传递渠道畅通,任何事件发生都能处理及时。



山东石油不断强化企业油品质检能力,所有A级质检室都达到了汽柴油质量全分析。图为质检中心员工在检测油品

在此基础上,加大专业人员的教育和培训。近年来,该公司连续举办9期初级质检员培训班,248人取得初级质检员资格证书,全省26个质检室,94名在岗质检员全部持证上岗,其中11人取得销售企业中级质检员资格。在质检仪器方面,增加自动检验仪器配备数量,所有A、B级质检室及部分C级质检室实现了闭口闪点、馏程、硫含量等常规项目的自动检测,提高了检验数据质量与工作效率,为油品质量管理及经营决策提供了技术支持。

——把好源头,保证质量。中国石化山东石油不断加强检验环节的工作力度,严格执行《油品入库质量检验工作流程》,按规定项目检验,切实做到不合格油品不入库。

中国石化山东石油对全省配送中心油品数质量工作实行分类监管。全省配送中心按照进货方式不同,共划分三类,实行分类监管。其中,汽运量较大的配

中心为一类,接卸方式有铁路或船运的配送中心为二类,接卸方式为单一管输或吞吐量较少的配送中心为三类。按此三类划分,相关人员不定期对配送中心进行抽查。其中一类配送中心每月至少抽查一次;二类配送中心每两月至少抽查一次;三类配送中心每季度至少抽查一次。同时,对485辆二次物流上运输车辆全部安装了自行开发、结合GPS和GPRS技术的车辆监控系统,确保油罐车装卸油口分别只有在油库和加油站才能开启,并能根据车辆运行轨迹核对站库距离,为规范配送运输过程数质量管理打下基础。改造视频监控系统进行集成,通过远程了解整个油库的作业情况,把配送中心主任、副主任的视线延伸到油库现场,随时掌握每个油库的现场操作。各配送中心分环节、分部门、分岗位认真落实油品数质量管理制度,确保了不合格油品坚决不入库,牢牢把住了源头。