

中国石油加油站客户管理之网格化管理

秦瑞雪

(中国石油内蒙古巴彦淖尔销售分公司, 内蒙古 巴彦淖尔 015000)

摘要:重点分析中国石油加油站客户管理的重要性,网格化客户管理是加油站新的市场背景下,有利于加油站客户管理的新型模式。因此,本文主要对网格化管理在提高加油站服务质量和销量过程中的关键作用进行论述。

关键词:加油站;客户管理;网格化管理

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.32.068

1 引言

“客户是上帝”对于任何行业来讲,都是需要遵守的必要原则,尤其是对销售企业而言更是如此,客户是销售企业的重要经济来源,更是销售企业发展的基本保障。因此,需要根据客户的实际需求,做好各个方面的准备工作,加强与客户之间的联系。特别是在当今经济发展背景下,已经逐渐有卖方市场转变为买方市场,对客户做好精细化的服务非常有必要。简言之,是销售企业推行网格化管理模式。

2 依据行政区域实行网格化划分

依据“便于管理、界定清晰”的要求,本着“全覆盖、无交叉”的原则,全面考虑同行行政区域消费和基本特征、地理优势、人文等各个方面的因素,实行网格化的类别管理,并将网格化内的客户根据性质、销量做好再次分类管理。各个网格依据客户的性质划分为小油田、矿业、运输业和商混等。

3 明确人员

明确网格化客户管理的负责人员,对于这方面需要以加油站经理为各个行政区域客户管理的网格化负责人员。网格化负责人员主要负责的工作内容是客户信息的有效收集,执行便民服务和客户意见的有效处理等,并将收集到的各种信息、客户意见和处理结果实行档案归纳和分类整理,将共性问题和个性问题进行总结和分析,同时将各种情况准确的呈报给经营负责人员,当遇到比较大的问题时,则应向地市公司有关负责人汇报相关工作内容。

3.1 规范工作中的各项流程

严格依照网格化客户管理工作中所出现各种问题的难度系数、轻重、缓急程度,做好相应的有效处理。(1)常规性工作,网格负责人员(加油站经理),采取现场处理的方式,并做好有关登记以后,交给有关条线备案。(2)需要实行协助性处理工作,网格负责人员(加油站经理),采取现场处理的方式是带回经营负责人员,在取得处理意见以后,反馈给服务管理对象。(3)突发性工作,网格负责人员(加油站经理),采取现场处理的方式是立即上报,地市公司的有关部门马上做出相应的紧急处理,同时网格责任人做好现场跟踪工作。(4)需要审批的工作,网格负责人员(加油站经理),应全面了解和掌握各项信息,经营处负责人做好严格把控、界定和审核,然后,由经营处负责人员呈报给地市公司的职能科进行审批,之后,由上报省公司的向地市公司进行转呈。

3.2 明确工作要求

3.2.1 明确岗位职责

首先,增强责任意识,做到手脑并用,逐渐形成发现问题,受理问题,处理问题、协调工作和报告的积极工作人员。其次,善于找出问题,善于处理问题、及时报告、主动与客户做好相应的沟通交流、增进与客户之间的情感、及时了解和掌握客户所反馈的各种意见和提出的建议。再次,详细认真填写好客户拜访计划和拜访记录,并将相关内容准确无误的记录在加油站日志上,养成当天工作当天完成,以及做好周结处理,同时对各项信息实行动态化的录入。最后,引导和吸纳忠实的客户群,全面发挥联动效益,以客户带动客户的方式,形成很好的循环,完善网格化的各项管理工作。

3.2.2 加大宣传力度及完善功能

对于宣传主要实行方式有:(1)多渠道和多形式的手段,并通过营造良好的舆论氛围,提升客户对网格化管理工作的认知,从而积极参与到其中。(2)在加油站内比较突出的位置设备相应的网格化图谱,公布相关网格负责人员的基本信息,如姓名、照片、联系电话,以及工作的具体内容和管理服务职责等有关信息,同时向每名客户发放网格负责人的“服务联系方式卡”^[1]。对于完善功能,主要采取的方式是:(1)信息联通功能,构建日常信息通报制度,并做到精确、迅速及完整的交流和反馈信息。(2)快速处理功能,每当有问题出现时得到及时的解决。(3)资源配置功能,充分合理的利用客户资源、行政资源、社会资源和市场资源,并做好相应的整理。(4)便民服务功能,为区域中的客户提供及时、迅速,且多样化和高质量的服务。

4 网格化客户管理是销售企业的战略管理

4.1 做好市场的划分

根据市场合理的划分为个人平均能力所能承受的包区,几个或者是几十个包区组建成网格,构建专业化的团队并实行精耕细作,这部分团队所包含的全部客户形成无缝覆盖,在这样的情况下,则是构建了网格化客户管理,若此时竞争对手再来竞争,就不是那么容易了。反之,如果没有将市场划分为无缝覆盖的格子,致使任由客户经理实行任意化管理,那么不仅会造成无法对客户实行有效管理,还会给竞争对手创建空间,对手便会轻而易举的打乱公司最初的计划^[2]。

4.2 从管理层面进行分析

从管理的角度来讲,网格化是精确化管理的前提。若是将其形象的比喻为打战,那么必须要对战役的发生地点、地形和地貌有全面且详细的了解和掌握,对敌人的排兵布阵的方式、人员数量、各项装备、作战风格、作战思路了解和掌握越详细越好,因为只有这样,才能够制定精确且完善的作战方案,增加胜算的概率。

4.3 从执行层面及支撑层面进行分析

从执行的角度上来讲,网格化是真正让加油站(客户经理)扎根市场的方式。只有客户经理对市场有详细的了解以后,才能够进行针对性的服务这样不但可以提升销售的量,还能够从实践中积累经验。从支撑角度来讲,网格化是迅速响应的保障。若是加油站经理(客户经理)未与市场做好相应的关系,未与客户形成稳定的长期合作关系,那么支撑人员更是对客户缺乏了解,对市场未有清晰的认知,因为支撑人员是销售人员后面实行支撑的,这样的话,无论是每名客户有新的订单进来,还是老客户,对于支撑人员来讲,都是新事件,所有的事件都将重新做一遍。

5 结束语

综上所述,网格化管理具有非常重要的意义,或许还不止于此,需要人们进一步挖掘其中存在的更多可能。因此,相关研究人员或者是其他人员,需要学遍天下、走遍天下、询遍天下,在平淡之中为企业和社会创造更多的财富。

参考文献

- [1]康广新,熊文斌.论中国石油加油站客户管理之网格化管理[J].现代商业,2014,(35):164-164,165.
- [2]韩亮.构建客户经理网格化管理新模式,提升供电服务水平项目[J].百科论坛电子杂志,2018,(23):421.