

互联网时代下智慧加油站建设的实践分析

李剑琳（中国石油天然气股份有限公司内蒙古销售分公司，内蒙古 呼和浩特 010050）

摘要：在经济技术快速发展的背景下，各个行业的发展都已经融入了信息技术的相关元素，加油站是成品油销售的前沿阵地，它在日常运营的过程当中享受了互联网带来的红利，同时也面临着更多的挑战以及机遇。特别是在互联网的时代下，加油站已经逐渐朝着智慧加油站的方向发展，它整体提高了石油行业的运行效率。本文主要分析传统加油站的现状及存在的问题并探讨在互联网时代下，智慧加油站建设的相关布局和建议。

关键词：互联网+；智慧加油站；实践分析

0 引言

随着互联网+思维的不断普及，互联网早已不能简单地视为一种工具，它既是一种新型的商业模式也是一种新的思维方式。因此，在互联网时代，加油站必须转变传统的发展方式，利用互联网技术提高服务水平与质量，更好的向社会和消费者展现自身的价值。

1 互联网+与互联网思维

我们所说的互联网，就是以高效共享平台作为基础，运用大数据技术，云计算技术，物联网技术，将线上的资源与线下的资源充分整合在一起，让数字化营销与传统行业相互融合，从而促进社会的稳定发展。在高科技的信息技术引领下，各个行业的发展速度越来越快，而且各领域也出现了跨界融合的情况，利用新零售新智慧理念进行产品的销售工作，可以使其朝着数据化以及智能化的方向发展。在互联网技术和大数据信息技术快速发展的背景下，互联网经济也获得了快速的发展，它为企业带来了巨大的发展动力，同时也给社会带来了很多重要的新兴产业。在世界经济发展道路上，互联网技术的出现带来了经济的影响，而中国经济的发展也面临了很多的困难。这些困难的解决也需要我们使用互联网技术，因此我们迫切的需要实施互联网+的行动计划，对我国各类型的产业进行数字化建设。

互联网思维是目前为止较为流行并且具有较大影响力的一种商业经营模式。各行业的企业在日常管理的过程当中，利用互联网思维可以对自身的经营模式和整体竞争进行概括以及总结，甚至可以站在不同的角度以及不同的层面，对企业管理的价值观，企业的组织模式和企业的经营理念进行分析，不仅可以保证企业发展的全面性，同时也可以保证在企业的发展道路当中可以更好的解决存在的困难。互联网思维的定义随着社会的发展在不断的更新，而企业在发展的过程当中，也需要抓住互联网思维的精髓。互联网思维包括互联网大数据与计算等技术，它会根据各类型技术的发展，对自身的内容不断的进行创新以及改革，从而对企业的工作以及原本的生活方式产生改变的一种思维方式。将互联网理念应用到加油站的建设以及运营当中，可以更加关注用户的体验，提升用户满意度，同时也能保证加油站数据分析的科学性和有效性。

2 智慧加油站的主要特征

2.1 坚持“客户中心化”理念

随着移动互联网发展速度的加快，消费者的消费行为和消费选择开始朝着互动性和及时性的方向转变。在进行智慧加油站建设的过程中，我们需要始终坚持客户中心化的理念，使用信息技术手段对客户的具体需求进行精准划分，从而提供有针对性的产品及服务。

2.2 坚持“运营平台化”战略

平台商业模式是指在进行产品销售过程中，以用户商家、合作伙伴等特定群体作为基础，将其充分连接，构建出具有智慧化的一体服务生态圈，该生态圈结合移动支付、智慧应用及新零售场景等多项内容。智慧加油站可以快速进行车牌识别以及其他数据信息的采集，并且以加油卡，POS机为基础，对加油量、频率以及其他非油品消费进行分析，掌握消费者需求偏好。

2.3 坚持“应用智能化”模式

建设智慧加油站首先要利用好现有的信息化系统提高整体管理效率。比如设备设施管理可以引用环保管理的理念，精准计算和评估能耗的相关问题，促进加油站节能降耗；通过全流程诊断系统找到加油站现场管理的重点和难点，因地制宜提升服务运行效率；通过大数据分析开展精准营销来实现管理创新创效。

3 传统加油站存在问题

3.1 产品服务同质化

传统加油站的主营商品汽、柴油属燃料类产品，商品的特殊属性决定了其产品需要执行国家规定的统一标准。加上促销策略的单一，造成了大部分加油站的产品和服务出现了同质化的现象，这在一定程度上制约了加油站的增量创效和服务质量的提升。互联网时代，客户是企业运营的核心，客户体验是运营策略关注的重点。车主到加油站除了进行能源补给，其需求越来越朝着多样化方向发展，如果花费一定的价格，只能购买到同类型的产品而不能享受到更好的增值服务，那么顾客的需求很难真正满足。

3.2 营销定位不精准

传统的加油站普遍存在营销方式单一的问题，这也是企业缺乏系统性研判的主要因素。由于未能针对目标客户群体以及周边的商圈情况进行深入的了解，

所以在营销地位以及营销渠道的拓宽方面存在滞后的情况。再加上加油站员工培训的系统性不足,无法跟上时代快速发展的步伐,互联网思维不能及时转变。

3.3 线下销售占主导

传统加油站的销售模式以线下销售为主,销售行为在加油站现场完成,加油站的员工需要按照油品销售的具体流程进行操作完成加油、收银、开票、推介加油卡以及非油销售等多项工作,该工作模式及管理服务效率相对降低,很难满足客户在服务方面的便捷性需求和高效率需求。

4 基于互联网时代智慧加油站建设的实践

4.1 互联网时代下智慧加油站的应用优势

在互联网背景下推出智慧加油站的运营模式,主要是围绕4个融合推动营销模式的创新,它需要以互联网用户,互联网产品,互联网流量以及互联网迭代思维作为基础进行线上和线下的信息交换工作,同时通过识别监控的方式,对特色产品进行销售。智慧加油站的运营模式使得加油站的服务类型从传统专业型转变为服务体验型,从线下实体门店型转变为O2O多业态融合发展进行。

智慧加油站围绕着一站式服务的模式进行产品销售工作,它可以整体提高客户的体验度。而且以信息技术和互联网平台作为基础,智慧加油站的建设速度相对较快,它能够把传统的服务内容以及服务项目逐渐延伸到售前、售中以及售后等多个环节当中。以APP平台和微信公众号作为基础,向客户推送各种优惠活动和加油提醒的信息,使得增值服务的内涵得以丰富。

4.2 互联网时代下智慧加油站的发展与探索

4.2.1 智慧支付,打造支付新体验

在互联网背景下进行智慧加油站的建设工作,重点内容在于推行智慧支付,创造支付新体验。在这一环节中,所有企业需要重点关注消费者的实际需求,以此作为出发点,融入互联网思维,通过开发加油闪付、极简支付、自助支付的智慧体系。车主加完油后,可以通过APP选择所在的油站和加油枪号,完成一键支付。这种支付方式可以省去下车支付的环节。当然也可以通过自助支付终端设备进行加油扫码支付,并且开具相应的电子发票。在购买非油产品时,通过非油自助终端设备进行产品的扫码以及付款工作。

4.2.2 智慧营销,打造经营新格局

智慧营销将加油站的营销模式进行优化。通过研究顾客油品和非油商品消费的品类、金额、频率特点,建立以加油卡数据为基础的分析模型,制定具有针对性的营销策略。加油站的车牌识别系统在识别到车辆进入加油站之后,从加油车辆的属性、频次、消费偏好等多个维度,对顾客的消费行为进行分析,将这些数据上传到系统当中进行分析,建立以用户为中心的营销管理体系。为了促进用户的持续消费行为,可以通过电子券、会员积分等线上营销方式推送促销优惠,增强客户粘性。

4.2.3 智慧管理,打造油站新应用

智慧加油站建设的关键内容在于通过打造加油站新应用的方式,使加油站具有可视化、智能化的分析预警系统,快速对车辆的进站次数,消费的次数,以及停留时间等多种数据进行监控分析识别,并在收集到相关数据之后,以客户的信息作为数据模型建立的基础,精准分析目标客户的消费行为,以便为其提供针对性的销售策略。与此同时,还可以根据消费者的实际购买行为和他们的消费能力,合理规划产品布局 and 分区,从而保证商品的陈列和氛围的营造更能激发消费者的购买欲望。

4.2.4 智慧服务,打造油站新功能

提高加油站的智慧服务效果,打造人、车、生活驿站。与传统的加油站相比,智慧加油站涵盖了昆仑好客便利店、汽车服务区、休闲自助区等多项功能,不仅能够为消费者提供加油服务,还能提供汽车保养、清洁、办卡缴费等多项服务,使得客户的消费体验更强。与此同时,通过加强与支付宝、微信、高德地图等多种应用的商业合作,推送最新油价和促销信息,能够更好的进行客户引流。通过设立智慧展示区以及扫码购买专区等方式,引入第三方合作商整体提高加油站增值服务项目,为客户提供餐饮,保险,违章,代办旅游等增值服务的内容。以互联网思维作为基础,建设智慧加油站,需要将互联网融于企业加油站的建设运营中,并且改造传统加油站的理念和模式,创造出符合时代发展的加油站拓扑结构图。当然石油企业在运营的过程当中可以在平台上进行店面的推广,线下体验店的建设,加油站书吧建设等等。这种形式的建设都可以有效增强客户在加油站获取相关服务,内容是提高自身的体验效果,并在一定程度上提高客户的粘性。对于智慧信息化平台的建设来说,其信息化系统的建设包括的内容相对较多,例如运营系统,监控系统,车号识别系统,油品检测系统等等,而这一系统的建设需要以省、市两级运用控制中心作为基础,才可以为用户提供更加全面的服务。而在此基础之上智慧加油站的建设还需要建立多元化支付平台,它可以保证企业在线上开展不下车支付功能和系统的建立,同时也可以提供智慧云支付系统的功能。

5 结语

互联网时代为各个行业的发展提供了巨大的前进动力,使得每一个行业都朝着多元化及智慧化的方向前进。而我们也应该顺应这一发展趋势,推动加油站科学管理的标准化和科学化,使得加油站的管理和营销服务更加精准。而且智慧加油站的建设能够将传统的运营管理模式向着科学智能的大数据营销模式转变,使得加油站具备安全,环保,便捷,智能的特点。

参考文献:

- [1] 王冰.网络时代的加油站管理革命[J].今日财富,2019(007):171-171.
- [2] 焦靖东.互联网时代下智慧加油站的系统组成[J].化工设计通讯,2019,045(006):22-24.