

成品油直分销客户管理系统的构建与应用

何 颖（中国石化销售股份有限公司湖南石油分公司，湖南 长沙 410000）

摘要：面对国内外油价的变化，国内成品油消费群体的消费心理以及购买习惯都出现了一定的变化，这为成品油直分销带来了一定的挑战。文中结合成品油销售实践，就成品油直分销客户管理系统的构建进行了探讨，该系统的应用实现了标准化客户档案在线管理、增强了客户黏性、统一了管理标准，为成品油销售提供了有力的支持。

关键词：成品油；客户管理系统；销售

今年以来，面对国际油价高位振荡，供给侧跌宕起伏，需求持续低迷，消费端警惕观望；面对国内柴油入危、需求重构、油价疲软以及竞争加剧等严峻复杂形势，成品油直分销客户的消费群体、消费心理、购买习惯等发生了巨大的变化。为加强终端客户开发维护，优化客户服务模式，油品销售企业亟待对客户管理进行优化和调整，需要构建强大的直分销客户管理系统做数字化大数据支撑，助力“直分销经营管理双提升”。

湖南石油自主开发了“直分销客户信息管理系统”，在客户资料、客户开发、客户画像、信息动态预警、客户动态维护、客户经理管理、薪酬管理等方面的满足了信息化需求，大幅提升各级管理人员工作效率。通过大数据分析，精准客户营销，提升客户满意度和忠诚度。

1 直分销客户管理的现状及问题

以湖南公司为例，直分销客户数 6000 余个，其中终端及社会油站 5800 余个，终端客户数占比 96.7%。目前面临终端客户基数大，客户性质和要求不一致，整体管理方式落后、管理效率低下等问题。

1.1 客户管理信息化手段不足

当前油品销售系统的客户管理智能化客户档案建立、自动化客户分析、精准化客户服务相对滞后，缺乏一个集成高效的客户管理系统支撑与服务客户管理。目前主要是 ERP 和 BW 中有部分板块涉及到客户管理，客户基本情况和销量情况等海量数据，处理效率低下，对客户数据价值的利用率不足。日常客户管理中人工建档、人工分析、人工派发客户维护清单，服务时效性、精准性难以到位，极易错过客户最佳购油时机，造成客户流失。

1.2 客户价值挖掘不够充分

目前湖南公司拥有海量的客户信息，但大数据的

分析、处理能力不足，不能根据客户的用油需求、购油周期、量价水平、消费偏好等信息对客户进行数据挖掘，难以精准地对客户“画像”，不能及时发现行业与客户之间、客户与客户之间的联系，难以准确分析预测客户的消费动态和购买行为，不能采取针对性措施开展精准营销，未能有效的挖掘客户的多元需求。

1.3 证照资料自动预警功能缺失

人工管理客户档案资料，客户证照、授权委托书等资料的有效性无法及时预警，日常要耗费大量的人力来检查有效期且容易出现纰漏。一旦客户的证照或授权委托书等资料过期未及时更新，存在较大安全隐患等风险。

1.4 客户经理坐商意识较浓

少数客户经理不主动分析客户消费动态，不主动搜集客户购油渠道，不主动进行客户维护，特别是针对减量客户、潜在流失、流失客户的走访维护不到位，仍一味凭经验开展营销，等客上门，客户网格化管理未落实到位。

2 直分销客户管理系统开发及应用

2.1 多部门联动，共同构建客户管理平台

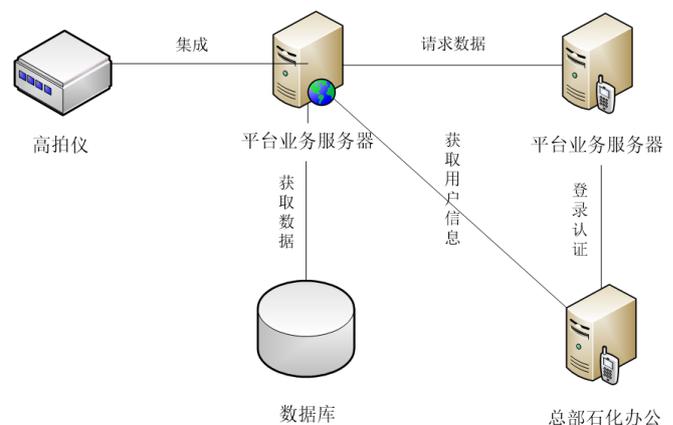


图 1 技术实现图

湖南石油成立项目组，由商客中心牵头提出“客户管理平台”构建方案，信息部门负责提供后台建模支持。直分销客户管理平台前端采用 H5+Css+Javascript 的轻量级前端开发，并集成了总部的石化办公平台，使用 OAuth2.0 方式进行第三方登录认证。后端采用 Java+H5+JSP+jQuery+Spring 互联网主流 BS 架构；数据库采用 SQLSERVER2012，采用链接数据库技术，融合了液位仪系统、ERP 系统等多个外部系统的数据；业务系统集成高拍仪设备。项目的整体架构如图所示（图 1）。

2.2 以消费调研结果为依托，精准落实潜在客户开发

湖南石油管理人员依托前期消费调研的数据，在客户管理系统中录入潜在客户信息，信息内容包括客户名称、联系人、联系电话、用油地点、行业属性、前期购买渠道、需求量等。每个潜在客户开发工作责任都明确到客户经理、主任、分管领导。营销管理人员根据维护的潜在客户清单，可以分行业、分客户类型等定制走访开发计划，要求客户经理、主任等在一定的周期内完成客户走访。走访完成后，客户经理与主任在系统中填报走访记录，主任可对客户经理的走访进行点评，分管领导可对主任的走访进行点评。如客户开发成功实现购买，该客户自动转入已开单客户清单。

2.3 建立客户档案数据库，实现在线管理

前期客户档案管理，缺乏系统工具的有效支持，对于客户资料是否齐全、证照是否有效缺乏有效监督，通常只能采取抽查的方式进行检查，经常出现缺项漏项情况。

针对客户档案管理的痛点、难点，湖南石油项目组开发了客户档案模块：

一是以开单客户为基础，利用高拍仪对客户资料进行拍照上传，资料包括授权委托书、致客户书、营业执照等必填项目，也有针对配送客户的配送地址备案表等选填项目，通过逻辑系统判定资料是否齐全；

二是自动生成客户档案卡，通过系统自动抽取与手工填报两种方式，对客户的基本信息进行画像展示，展示内容包括客户等级、需求偏好、存储设施、购买渠道等；

三是实现电子档案批量导出功能，便于管理人员整理归档；四是实现证照到期预警功能，对即将到期的证照、授权委托书，通过任务的方式对客户经理、管理人员进行提醒，直至更新办结。

2.4 自动生成走访计划，确保客户维护全覆盖

按照总部“百日竞赛”要求，既要实现半年客户走访全覆盖，又对各个层级的管理人员提出了走访要求。通过客户管理系统，既可以自动生成以半年度为周期的全覆盖走访计划，也可以按照客户类别、行业或者对应的客户组群定制单独的走访计划，客户经理走访后在线录入走访记录，便于管理人员对走访情况、效果进行统计分析评估。

3 客户管理系统特点和功能

3.1 客户管理系统的特点

3.1.1 数据整合平台

直分销客户管理平台系统集成了高拍仪设备提供了一键扫描上传、现场拍摄照片等便捷功能，将海量直分销客户的信息数据（包括各类证件图文）在系统中统一管理，后期便于数据查找和修改，还能保持历史数据修改痕迹。

3.1.2 精准定位管理

直分销客户管理平台对用户的走访进行了全面统一的管理，通过 GPS 定位技术，合适走访地址的精准性。在记录业务数据的同时，也对全省走访数据进行多维度、全面的分析。

3.1.3 查询简洁明了

应用界面报表统计数据清晰明了，系统易用性大幅提升，解决系统性能和报表查询瓶颈问题，业务数据实时同步。如图所示（图 2 系统数据看板）。

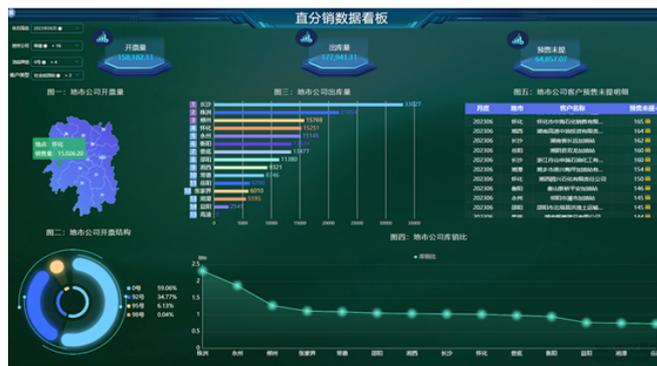


图 2 系统数据看板

3.1.4 操作简单快捷

同步开发了移动端，移动端集成了总部石化办公平台，每个统一身份用户直接对应直分销客户管理平台的用户，登录安全、高效；直接携带平台身份权限，使用简单快捷，在移动端即可查看数据和执行重要操作。

3.2 客户管理系统功能提升

3.2.1 客户档案电子化

系统易用性大幅提升,解决系统性能和报表查询瓶颈问题,业务数据实时同步。通过档案管理功能,将客户资料逐笔、逐户传入系统后,系统自动判别客户证照、开户资料、委托信息是否齐全有效,有效把好售前资料审核关。

3.2.2 客户走访网格化

百日竞赛活动启动以来,省市公司借助该系统开展“客户大开发、大维护”行动,对辖区内客户分片包干,划分责任田,定期将地市公司分管经理、营销主任、客户经理走访打卡记录上传系统。

3.2.3 客户预警智能化

通过系统自动分析客户消费动态,每周制定下发潜在客户和减量客户、潜在流失客户、流失客户走访任务,省、市、县三级联动,加大客户二次开发力度,由系统指定分级维护责任人落实打卡销号办结,系统自动对走访成效进行闭环跟踪。

3.2.4 客户营销精准化

通过系统“统计分析”模块,营销人员可迅速了解客户的类型、等级、行业分类以及近三月销量、预售未提等信息,准确掌握客户购油与消费动态,实现对客户的精准画像,为每一位客户量身定制精准营销策略,更好满足客户个性化需求,增强客户粘性,实现“油管家”式服务。

4 客户管理系统取得的成效

4.1 实现标准化客户档案在线管理,效率大幅提升

6月,湖南石油已成功建立6000余个客户的档案数据库,实现客户档案线上管理。

一是依托客户管理系统自动判断客户档案资料是否齐备,及时预警档案缺失情况,极大的方便了各级直分销管理人员工作。

二是系统运行稳定,应用界面简洁明了,业务数据实时同步。报表查询方便快捷,客户基础档案、证照信息、会员卡信息、我要买油注册信息、客户配送信息、资料到期预警、客户分类定级、客户走访、考核管理、统计分析等各项管理功能齐全,对湖南石油直分销业务条线而言,客户档案资料完备情况一目了然,解决了系统性能和报表查询瓶颈问题。

三是通过档案管理功能,将客户资料逐笔、逐户传入系统后,系统自动判别客户证照、开户资料、委托信息是否齐全有效,有效把好售前资料审核关。

4.2 客户黏性增强,销量稳步增长

客户管理系统上线后,湖南石油借助该系统开展“客户大开发、大维护”行动,对辖区内客户分片包干,划分责任田。

一是通过系统“统计分析”模块,湖南石油营销人员可迅速了解客户的类型、等级、行业分类以及近三月销量、预售未提等信息,准确掌握客户购油与消费动态,实现对客户的精准画像,为每一位客户量身定制精准营销策略,更好满足客户个性化需求,增强客户粘性,实现“油管家”式服务。

二是湖南石油各级管理人员只需将客户资料按要求上传,系统自动分析客户消费动态,统计潜在客户和减量客户、潜在流失客户、流失客户、新增客户、稳定客户、回流客户数据,自动归集至周、月、季走访计划下达客户经理。实现省、市、县三级联动,加大客户二次开发力度。客户经理走访后上传走访记录,主任对走访情况进行点评,成功实现了走访计划的下发、记录、点评一体化功能,自动对走访成效进行闭环跟踪,有效规范业务流程。截至10月底,湖南石油走访直分销开单客户6000余家,实现重点客户全覆盖。各开单地市分管经理完成11家跨省高风险贸易商注册地走访。客户管理系统搭建以来,湖南新增及回流客户1400余家,稳步增量7万余吨,初步构建起“横向到边、纵向到底”的客户网格化管理模式。

4.3 统一管理标准,提升技防能力

2023年1月柴油全部入危后,所有柴油分销客户必须取得危化证,对于无危化证或原经营范围里只有“成品油批发(不含危化品)”的客户需进行集中清理。湖南石油依托于客户管理系统,通过系统智能提醒和筛选功能,快速锁定相关客户,自动分发走访计划给客户经理,通过上门走访或电话联系逐家提醒客户,确保证照完善、经营合规,有效防范经营风险。

参考文献:

- [1] 李亮,宛磊.成品油批发与直销管理系统的建设与应用[J].信息系统工程,2021(09):47-49.
- [2] 康金利.客户开发与服务在成品油销售行业的应用[J].现代经济信息,2018(05):149.
- [3] 戴惠敏.成品油直分销业务内部控制问题及对策[J].苏盐科技,2021,048(006):93-94.
- [4] 毕雯.基于供应链金融背景下的成品油直分销新模式研究[J].石油化工管理干部学院学报,2021,23(6):36-41.