

开口营销策略在加油站中的运用

朱 艳（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：加油站主要的营销产品是成品油，其次是一些与汽车相关的产品，如何提升加油站的营销服务水平，是加油站经营与发展的关键。开口营销是一种实效化的营销策略，在加油站中运用开口营销，能构建品牌形象、提升加油站的经营效益。为此，文章将从开口营销策略出发，对其在加油站中的运用进行探究，旨在提升开口营销策略的实际运用效果，助力加油站更好地发展。

关键词：开口营销策略；加油站；开口营销；运用

0 引言

说话交流是一门学问，也是一种艺术，对传统营销来说非常重要。良好的客源以及客户关系都是在沟通、交流中逐步建立。对于加油站来说，其主要的营销产品是成品油，其次是一些与汽车相关的产品，如何有效售出产品，对加油站来说至关重要。开口营销对比传统营销来说，讲解说话艺术，比如加油站工作人员在了解加油顾客的某些方面需求后，就会根据加油站的实际产品情况进行针对性营销，以满足顾客的需求。

同时，开口营销倡导的人性化开口、贴心化开口，并不是顾客有需求，就一定要营销产品，而是根据顾客的需求进行推荐，买不买由顾客自己决定。因此，文章探讨开口营销策略在加油站中的运用具有非常重要的价值，一方面，可以提升加油站的产品销售效果，另一方面，也能帮助加油站与顾客之间建立良好的关系，有助于加油站的长远发展。

1 加油站中运用开口营销策略的优势分析

对于加油站来说，如何与顾客建立良好的关系，有效销售顾客需求的产品，是加油站经营与发展的要点。开口营销相比于传统营销来说，其讲究说话的艺术，在良好的沟通互动中了解顾客的某样需求，之后开展针对性的语言营销手段，从而提升加油站的营销水平。本章节将从优势角度分析加油站中运用开口营销策略，以下进行具体阐述。

1.1 构建品牌形象

加油站在运用开口营销策略的过程，能构建出符合良好的品牌形象，获得地域民众的良好口碑。比如开口营销策略主要以主动开口、主动了解、主动推荐为主，在整个过程需要工作人员保持良好的营销态度，这无疑能提升顾客购买体验，形成良好的品牌口碑，从而构建符合加油站可持续发展的品牌形象。

1.2 营造良好的文化氛围

开口营销策略是一种开口艺术，需要工作人员运用良好的沟通实施营销，从而营造良好的文化氛围。在运用开口营销策略以后，加油站内部能营造出良好的营销氛围，让营销变得积极、主动，从而满足不同顾客的需求。

1.3 提高营销收益

传统营销过程，加油站工作人员的主动沟通欲望不强，难以针对顾客的需求实施针对性的营销服务，而采用开口营销策略之后，能通过主动沟通交流的方式了解顾客的实际需求，从而为后续的精准营销提供路径，进一步提高加油站的营销收益。

2 加油站中运用开口营销策略的举措建议

开口营销策略是一种人性化、贴心化的营销策略，加油站日常经营中融入相关策略，不仅能树立良好的品牌形象，营造积极向上的内部氛围，也能提高加油站的经营收益。本章节将对加油站中运用开口营销策略提出一些举措建议，希望能提升开口营销策略的运用效果。

2.1 制订开口营销运用方案

2.1.1 制订原则

加油站运用开口营销策略之前，需要制定一些原则，确保运用过程不会出现问题。首先是符合实际的原则。加油站要根据自身设计情况，制订符合实际的方案计划，确保开口营销的运用科学合理。同时，在开口营销过程，也要注重符合顾客实际，比如顾客虽然有所需求，但短时间内不需要，这就需要工作人员合理运用语言，避免让顾客产生饥饿营销的反感。其次是人性化原则。在开口营销的运用环节，要注重人性化原则，比如人性化角度分析工作人员的开口营销能力，制订一些培训措施，从而提升工作人员的相关素养。最后是不断优化原则。将开口营销运用实践环

节,可能会遇到一些问题,影响开口营销的运用效果,这就需要加油站从不断优化角度出发,及时优化不足,从而保障开口营销的合理运用。

2.1.2 梳理步骤

加油站运用开口营销的过程,要做好步骤的梳理,比如第一步是结合加油站实际情况制订开口营销的方案计划;第二步是确定开口营销的主要产品;第三步是运用良好的语言沟通,满足顾客的需求;第四步是根据开口营销的运用过程,优化与改进不足,进一步提升开口营销的运用效果。

2.1.3 合理方式

营销方式是有效开口营销的关键,需要加油站结合不同的客户群体,调整针对性的营销方式。首先,要做好客户群体的分析。比如加油站的客户群体一般为私家车、大货车等,男性多于女性,年龄一般在20-70岁之间。在设计开口营销方式时,需要深度分析不同客户的需求。同时,在客户群体分析方面,也可以从车辆类型着手,比如新车一般需要保养类产品,可以结合新车的各项参数,进行针对性推销;大货车司机往往对日常用品有所需求,包括咖啡、矿泉水、方便面等,要结合这类群体进行针对性的开口营销;对于外地拍照的车辆来说,车主到本地的目的—般是为了旅游,可以适当从本地特产角度进行开口营销。其次,要做好语言内容的组织。

在开口营销过程,语言内容是关键,一般要求开口营销过程的语言接地气,尽可能融入当地的一些元素,如方言特征、语言习惯等,同时也需要注重人性化、贴心化的语言设计,包括一些能与顾客快速建立良好关系的话术。在语言内容的组织方面,还需要贴近实际,真实不虚假,如果在语言中过度加入一些夸大、虚假的内容,不仅会影响开口营销的效果,也会对加油站的社会形象、口碑造成损害。

因此,要注重语言方面的真实性。最后,要注重细致观察。开口营销是一种以开口沟通了解顾客实际需求的营销测量,虽然重点在开口方面,但也需要工作人员拥有敏锐的观察能力,一方面,可以观察顾客的车辆情况,结合车辆实际进行推销。比如在加油的过程中,工作人员发现车辆的前挡风玻璃比较脏,之后适当切入该话题,了解车主没有玻璃水了,这时候就可以将加油站的玻璃水进行推销,从而达成开口营销的目标。另一方面,可以观察顾客的身体状态,比如顾客比较疲惫、精神不佳,可以以此切入话题,推

销一些能提振精神、缓解疲劳的产品。如果发现顾客比较口渴,或者比较饥饿,就可以针对性地切入话题,推荐加油站的相关产品,从而实现针对性地开口营销。

2.1.4 优化评价

加油站中运用开口营销策略的过程,需要根据运用的目标设计针对性的评价体系,利用评价方式找出开口营销运用中的不足。比如在开口营销环节,可以设计语言交流方面的评价指标,利用该指标可以发现工作人员交流中的不足,实现针对性的优化反馈;可以根据开口营销的人员服务态度设计指标,评价工作人员的服务情况,并对其中的不足进行改进优化。同时,在优化评价的环节,要注重评价结果的应用,比如在评价结果应用中融入奖惩机制,对于表现不错的工作人员进行奖励,从而提高工作人员运用开口营销的主动性。

2.2 加强开口营销运用管理

加油站中运用开口营销策略的过程,需要注重管理,利用有效的管理手段规范开口营销的运用过程,进一步提升开口营销的运用效果。

2.2.1 转变管理观念

管理观念是有效管理的关键,传统管理模式是依靠专门的管理人员,对加油站的工作人员进行管理监督,发现问题后进行反馈。这种管理观念效率较低,且需要投入大量时间与精力,可能无法及时发现开口营销中的一些问题,比如沟通语言问题、沟通态度问题或者沟通方向问题等。为了提升加油站中运用开口营销策略的效果,可以从全过程管理的角度出发,树立全过程管理观念,将管理融入开口营销的整个环节,这能及时发现问题工作人员运用开口营销时的一些问题,有助于实现管理规范的作用。

2.2.2 完善管理机制

管理机制是管理执行的保障,加油站应从自身实际角度出发,结合开口营销的要点,制定针对性的管理制度,以保障管理工作的有序进行。

一方面,要注重人力资源管理制度建设,包括激励机制、薪酬福利机制、绩效考核机制、培训教育机制等。比如在建立激励机制时,应结合加油站中运用开口营销策略的要点进行针对性设计,并丰富激励内容,进一步发挥出管理激励的作用,增强工作人员运用开口营销的主动性,使开口营销得到更好地应用。

另一方面,要注重内控机制建设。比如根据加油站中运用开口营销策略的要求,设计一系列的内控指

标,利用内控方式提升工作人员的职责认识,使其在运用开口营销的过程可以保持良好的态度,从而提升开口营销的运用水平。

3 注重开口营销运用保障

加油站中运用开口营销策略过程,要注重开口营销的运用保障,包括队伍建设保障、文化建设保障、数字化建设保障等。

3.1 队伍建设保障

加油站中运用开口营销策略的过程,队伍建设至关重要,如果工作人员缺乏开口营销的素养与能力,不仅会影响开口营销的效果,也会影响加油站的品牌形象建立。因此,加油站在运用开口营销过程,要注重做好队伍建设工作。

一方面,可以从人才吸纳角度出发。比如加油站结合自身实际情况,以及开口营销的需求,制定针对性的人才吸纳方案,利用相关方案积极引入高素质的服务人才,从而提升开口营销的运用效果。在人才吸纳之后,加油站也需要结合人才的实际需求优化各种制度体系,以发挥出人才的潜力,从而提升开口营销在加油站中的运用水平。

另一方面,可以从培训教育角度出发。在开口营销的过程涉及一些话术的运用,如果工作人员缺乏相关素养,就会降低开口营销的运用效果。因此,就需要加油站从培训教育角度出发,制定针对性的培训教育课程,帮助工作人员掌握加油站中开口营销策略运用的要点与方法,从而提升开口营销的运用效果。

3.2 文化建设保障

加油站开口营销的运用过程,加油站应注重文化氛围的建设,拥有良好的开口营销文化氛围,可以激发工作人员的运用积极性,从而让开口营销发挥出应有的价值。

一方面,加油站可以从开口营销的价值、作用等出发,做好开口营销的宣传工作,包括采用线上宣传方式,根据开口营销的特点搜集素材,整理制作成开口营销的宣传视频,通过这种方式提升工作人员对开口营销的认识,从而提升开口营销在加油站中的运用水平。

另一方面,加油站可以从岗位设置角度出发,将开口营销的一些流程要点融合岗位设置中,提升加油站工作人员的认识,同时也可以定期开展有关开口营销的活动,利用活动方式营造良好的开口营销氛围,从而提升开口营销在加油站中的运用效果。

3.3 数字化建设保障

加油站在运用开口营销的过程,要注重自身的数字化建设,让数字化技术参与到开口营销的服务中。一方面,可以将数字化技术与开口营销的管理结合,通过大数据技术的实时监控,能及时发现开口营销中的一些问题,有助于提升开口营销在加油站中的运用效果。另一方面,可以通过数字化技术,采集顾客的各项信息,包括年龄信息、车辆信息等,以便根据客户信息制定针对性的开口营销策略,从而提升开口营销在加油站中的运用水平。

4 结语

总之,开口营销在加油站运用具有很多优势,比如可以构建良好的品牌形象,提升顾客加油时的体验,同时也能提高加油站的营销水平。为此,文章将从加油站运用开口营销策略角度,提出一些建议,比如在开口营销过程,语言内容是关键,一般要求开口营销过程的语言接地气,尽可能融入当地的一些元素,如方言特征、语言习惯等;需要工作人员拥有敏锐的观察能力,比如在加油的过程中,工作人员发现车辆的前挡风玻璃比较脏,之后适当切入该话题,了解车主没有玻璃水了,这时候就可以将加油站的玻璃水进行推销;可以从全过程管理的角度出发,树立全过程管理观念,将管理融入开口营销的整个环节,这能及时发现工作人员运用开口营销时的一些问题;设计一系列的内控指标,利用内控方式提升工作人员的职责认识,使其在运用开口营销的过程可以保持良好的态度;从培训教育角度出发,制定针对性的培训教育课程,帮助工作人员掌握加油站中开口营销策略运用的要点与方法等。这些建议可以提升开口营销在加油站中的运用效果,有助于促进加油站可持续发展。

参考文献:

- [1] 杨梅. 加油站便利店营销策略优化对策 [J]. 中国管理信息化, 2024, 27(03): 109-112.
- [2] 李娜. RF 民营加油站便利店营销策略研究 [D]. 石家庄铁道大学, 2024.
- [3] 施珊珊. “开口营销”迭代升级在信息化平台中的运用 [J]. 现代企业, 2022, (05): 151-152.
- [4] 王卫国, 王恒. 开口营销赢来大客户 [J]. 中国石油石化, 2022, (01): 75.
- [5] 王鑫. 浅谈开口营销策略在加油站中的运用 [J]. 现代营销 (信息版), 2020, (06): 232-233.
- [6] 徐诗颖. 论开口营销策略在加油站中的运用 [J]. 经济研究导刊, 2016, (06): 65-66+70.