

小网点爆发大产能

——山东聊城市八甲刘营业所代理金融营销侧记

跨年营销 乘风破浪

八甲刘邮政营业所位于山东省聊城市东昌府区西北部，服务人口2.2万。由于地方经济相对落后，竞争对手长期占据80%以上的金融市场份额，导致邮政代理金融业务发展举步维艰。在全国邮政2019~2020年代理金融跨年度营销活动中，八甲刘营业所迎难而上，创新发展模式，变竞争压力为发展动力，实现小网点爆发大产能。截至2020年3月31日，本年新增储蓄存款3224万元，同比多增2218万元，创历史新高。

访客拓客一个“准”

八甲刘营业所严格落实上级工作部署，以“圈铺”和“重点客群”开发为重点，依托金融智能平台系统和云迹系统，聚焦优质客户，做到分村到人、分客群到人，实施精准对接、精准开发、精准营销。

针对“圈子”开发，八甲刘营业所选择了3公里范围内的18个村庄和3公里以外的6个村庄作为重点开发村庄，分派给4名网点员工进行管户。按

照“标一筛一蓄一盯”的原则分步骤实施，从金融智能平台系统中导出村庄客户名单，制作村庄建档本，借助村庄关键人逐一标注客户属性(本地务工、外地务工、教师、医生、包工头、商贸户、养殖大户等)，筛选出有潜力的优质客户。管户人员和投递员采取“1+1”模式，借助云迹系统进行上门面访客户，并将其拉入该村的邮政服务微信群，之后将意向客户整理汇总用于后期跟进开发。对于标注属性为包工头、医生、教师、养殖大户的四类客群由营业所负责人进行重点维护。

针对“铺子”开发，八甲刘营业所认真分析所在区域的商贸客群特征，将187位商贸客户分为南片和北片两个区域，实施了三轮次走访，完善了沿街商户微信群，借助“邮储食堂”“结息有礼”等营销推广活动，转化了56位商户将邮储作为主办行，实现了沿街商铺“当面对”全面布放。春节期间，累计沉淀活期存款800余万元，活期存款占比较春节前提升了2个百分点。

对于管户人员发现的资产在10万元以上的意向客户，每天转介给营业所负责人进行二次精准面访。例如，春节前柜员转介一位养猪客户，营业所负责

人李超开车前往客户处，但雪天道路泥泞，车辆陷入泥地无法前行。李超只能步行两公里来到客户家。客户深受感动，随即将共计80多万元的金融资产转到了邮政，实现了客户的深度挖潜。

黏客锁客一个“情”

如何有效黏住客户并实现户均产能的持续增长？八甲刘营业所提出了“用心用情维系客户，构建会员服务体系，打造峰值体验”的客户服务理念。

通过电联、村庄微信群、走访等多种方式邀约客户办理会员证，告知会员福利并邀请加入会员微信群；会员微信群每天20时发红包，抢红包最多者可到营业所领取一份小礼品。客户凭会员证可参与每周的厅堂“优惠购”活动以及节日活动、生日活动、免费送蔬菜活动等，并通过客户分享来扩大宣传效果。与家电城、服装店、粮油店、洗车行等商家建立邮商联盟，为会员客户推出购物优惠、消费打折活动，增加客户的会员权益回馈。针对金融资产排名前50位的客户，营业所负责人定期进行拜访，开展重点维护，确保客户享受更高质量的金融服务和获得更好的用邮体验。

你追我赶一个“促”

“分村管户，人人参与其中；全员齐动，产能提升不难”，“团队的荣誉与耻辱，属于我们每个人”，这是李超经常对员工们说的话。自从实施分户管户以来，李超利用金融智能平台系统紧盯每位员工的管户业绩，严格考核，奖罚分明，营造“不甘落后、你追我赶”的工作氛围，并积极培养有能力、有胆识的员工，鼓励他们尽快实现个人业绩和素质的双提升，早日成为营业所负责人的后备人选。

春节期间，负责管户的员工每天争分夺秒电联客户，马不停蹄精准面访。看到员工们如此辛苦，李超多次自费购买食品、水果犒劳员工，并对业绩突出的员工进行奖励。用综合柜员李连威的话说：“跟着李所长干，惊喜常不断，逢奖有礼物，生日有礼物，过节还有礼物。”

营业所负责人用心关爱每位员工，员工也把营业所当成自己的“家”，以“功成必定有我”的责任和担当积极投入营业所的经营发展中。目前，八甲刘营业所人均管户金融总资产较年初增加500万元以上。

□薛文娟 边宁

(本专栏到此结束)



工会新福利

乐享“工会贷”

为助力消费回暖，连日来，邮储银行安徽省金寨县支行组织服务小组，在县总工会的支持下，深入各基层工会单位，开展“一分购”“夏送清凉”等福利活动，积极推广“工会贷”业务。“工会贷”属于公积金信用消费贷款，是面向符合条件的公积金缴存客户推出的专属个人消费贷款，可满足消费者住房装修、旅游、教育、购车等多样化消费需求。“工会贷”一经推出，就受到广大工会会员的普遍欢迎。截至9月20日，金寨县支行已累计走访各类单位180余家，有750多位个人客户获得额度授信，本年累计支用1.54亿元。图为金寨县支行工作人员为客户介绍使用手机银行办理“工会贷”。 □李明 摄影报道

兴化市分公司：万单农产品庆丰收

继9月1日兴化大米在邮政“919电商节”点爆日当天达成全省第二个万单项目后，9月19日，在“919电商节”第二个点爆日，兴化草鸡蛋项目也成功突破万单，再次获得集团公司的“万单”喜报。在“919电商节”期间，江苏省兴化市邮政分公司明确活动目标，紧抓项目重点，服务特色产业，全力打造富有邮政特色的惠农合作项目。

以党建引领为主线，抓联动，促协同。兴化市分公司针对“919电商节”成立战地临时党支部，下设多个党小组，明确职责分工，形成责任矩阵。从

点爆日开始，各专业加强联合、协同作战，全力做好项目支撑。由市场部、金融部开展网点金融客户引流；寄递部做好活动订单的发货工作，确保时效和服务质量；渠道部则按照“划片作战，点对点帮扶”的要求，深入一线，手把手指导，发现问题，及时解决。兴化市分公司通过过程管控、协同作战，为“919电商节”的高效开展提供了有力保障。

以电商脱贫为目标，抓宣传、搞优惠。兴化市分公司围绕大米、草鸡蛋等特色产业开展电商扶贫，通过宣传推广和优惠活动，实现获客引流。以9.9

元特惠购、券后包邮、1元拼团等超值活动为抓手，宣传使用集团公司、江苏省分公司和商家的优惠券，吸引客户关注“919电商节”；动员员工转发朋友圈、客户群、好友群，通过定时统一转发、推荐生成海报、优先直发扩散等手段，扩大在线上社交渠道的宣传；各网点、加盟店充分利用宣传物料加大线下宣传力度，吸引周边客户关注下单。

以惠农助农为关键，抓产业、增效益。兴化市分公司围绕“919电商节”活动主题，突出“原汁原味原产地，优质优价优服务”，先后与当地多家有实力、

信誉好的合作社、供应商洽谈合作，甄选出大米、草鸡蛋、红膏大闸蟹作为特色农产品上架，综合考虑包装运输、品牌价格、售后服务等因素，最后将大米、草鸡蛋作为主打产品进行宣传推广，并达到预期效果。

□张兴华 赵长源



阿里牵出“小蛮驴”

天桥茶坊

□林宜

“小蛮驴，请上场！”2020阿里云栖大会上，阿里的“动物园”再添新品种。外界早已传言阿里在布局自动驾驶领域，也时常有“是骡子是马拉出来遛遛”的调侃。如今，阿里果然在一年一度的云栖大会上牵出了这头“驴”。

作为阿里第一款末端场景物流机器人，“小蛮驴”亮点不少。它集成了阿里达摩院最前沿的人工智能和自动驾驶技术，蛮聪明、蛮能干、蛮安全，能轻松处理复杂路况，能聪明选择最优路径，遇到紧急情况，“大脑”反应速度是

人脑的7倍。在两年的内测中，其自动驾驶率达到了“6个9”——99.9999%。“小蛮驴”还相当吃苦耐劳，充4度电就能跑100多公里，每天最多能送500个快递。“小蛮驴”最大的亮点是在整体成本上实现了大幅下降，可以量产，有望规模化商用。达摩院院长张建锋称这款机器人很快将在社区、学校、办公园区大规模使用。

从“天猫”到“菜鸟”“犀牛”，再到如今的“小蛮驴”，阿里的“神奇动物”接踵而至，见证了阿里创新的步伐。“小蛮驴”未来能否如愿大规模在末端物流场景乘风破浪有待观察，但这个新物种却是阿里的生态系统孕育出的最新成果，它所蕴含的阿里思维更值得关注。

在笔者看来，“小蛮驴”的出现，其背后是阿里一以贯之的生态思维和平台思维。从阿里的生态系统看，无论是阿里的电商平台还是规模庞大的菜鸟物流系统，抑或是阿里本地生活、同城零售等新零售场景，整个生态未来都对末端物流有很大的需求。在不久的将来，中国预计每天将产生10亿个配送订单，而末端物流是整个物流体系中成本最高、效率最低的环节。“小蛮驴”是阿里为其生态系统提供的末端物流解决方案，而阿里的生态链又为“小蛮驴”提供了最直接的应用场景，可以说两者是高度自洽的。再者，阿里此次发布“小蛮驴”，并没有简单地将其视为一款产品，而是同步推出了智能机器人

平台，用于开发各类不同场景的机器人，并注册成立了小蛮驴智能科技有限公司，用于推进机器人的研发和量产落地。如此做法体现的正是阿里的平台化逻辑，通过平台孵化创新产品，创造长远价值。

受疫情影响，今年的阿里云栖大会在“云”端召开，在不确定性陡增的当下，新技术的意义也愈发不同。“新技术代表的新生产力，一定是我们全速地战胜疫情、开创未来最好的原动力。”如张建锋所言，数字化、智能化产生的动能，既是经济的韧性所在，也是社会的信心所在。在未来的不确定性中，真正发挥数字化、智能化的价值，中国邮政准备好了吗？

安徽省分公司

举办客户节助力金融旺季营销

本报讯（记者 方怀银）在金融旺季营销到来之际，安徽省邮政分公司抢抓中秋、国庆节庆市场，10月1日至8日在全省开展“双节联庆、感恩回馈”客户节活动，助力旺季营销。

此次客户节活动，以中秋、国庆节日为中心，分精准蓄客、产能爆发和客户维系三个阶段推进。网点针对临界客户、到期客户、他行客户、商贸客户、社区客户等重点客群以及秋粮市场、婚庆市场等特色市场，广泛开展宣传邀约活动，为客户节活动蓄客蓄金。分批分期有序邀约客户到网点参加“双节联庆、感恩回馈”客户节活动，通过组织客户参加双倍积分、“一分购”、大抽奖等活动，吸引客户办理存款，促进余额产能爆发。对参加客户节的客户进行回访，进一步增进客户情感联系，巩固客户节活动成果。

中邮保险江西分公司

金融知识宣传上“云端”

本报讯 为揭开金融理财的神秘面纱，向大众传递金融知识，9月17日19时，中邮保险江西分公司主办的“扫除误区 远离重疾”公益直播活动准时开播。中国保险业金牌讲师、国际金融理财师许志勇受邀为直播间的网友做了一期主题为“后疫情时代家庭重疾金融规划”的金融知识分享，就如何防范重大疾病，开展合理有效的金融规划特别是保险规划等，进行了知识讲解和理财指导。此次直播访问量累计达3788人次，收获点赞2672个。江西分公司表示，围绕疫情后期金融政策解读、金融风险防范、家庭资产配置等，他们还会继续开展宣传讲解，以提升社会公众金融素养，帮助民众远离金融理财误区。

□杨喆 康洋

石家庄市分公司

电商扶贫打通农产品进城之路

本报讯（记者 丁源）今年以来，河北省石家庄市邮政分公司全力推进农产品进城项目，聚焦本地特色农产品销售，有效带动电商扶贫工作。1~8月，石家庄市分公司累计销售鸡蛋、苹果、西红柿、秀珍菇、秋月梨、黄蟠桃、黄油桃等农产品1734吨，实现销售额1241万元。

在走访农民专业合作社过程中，石家庄市分公司发现部分农产品尤其是偏远山区的特色农产品销售渠道单一、流通性差。为解决这一问题，该分公司结合惠农项目和金融优惠活动，先后开展“情暖老区群众、心系扶贫事业”平山秀珍菇销售，“小水果、大帮扶”灵寿蜜光黑提预订，“三桃助农奔小康”赞皇樱桃、油桃、蟠桃集单和行唐贡米上线销售等主题活动，帮助合作社和社员拓销路、增收入，在丰富城市“菜篮子”“果盘子”的同时，也为全市金融邮惠购、便民服务站提供了质优价廉的特色产品，得到农民和邮政客户的认可和赞许。

汕头市分行

发行全市首张第三代社会保障卡

本报讯 日前，邮储银行广东省汕头市分行成功发行全市首张第三代社会保障卡，标志着汕头市第三代社保卡建设项目进入新阶段。

为保障第三代社保卡项目规范、有序推进，汕头市分行高度重视，与上级行主动沟通，汇报制卡备案进展，并成为全市首个完成第三代社保卡银联入网备案的银行。同时，加强与市人社部门、卡片厂商的沟通协作，安排专岗专人负责问题的收集、分析和报告工作，确保发行测试、应用等各项工作顺利开展。注重控制风险，做好应急预案，采取有效措施及时应对第三代社保卡多应用拓展可能带来的问题，确保发行工作安全。目前，汕头市分行已累计发行第三代社保卡411.08万张，占全市发卡量的3/4。

□郭幸

威海市分行

“U小店”开业迎商户入驻

本报讯 近日，邮储银行山东省威海市分行“U小店”迎来首位商户入驻，为企业推进品牌宣传与产品销售提供了新的电商应用场景。这也是该行积极支持小微企业复工复产、持续优化营商环境的一项举措。

“U小店”是邮储银行与电子商务平台经营者合作，为商户提供商品购销权益的增值服务平台，以全新的金融服务电商平台助力企业经营发展。商户只需在线上发起入驻申请，邮储银行同步进行线上审批。审批通过后，商户完成必要的店面管理，即可正式运营自己的“U小店”。

威海市分行围绕当地具有“中华老字号”“驰名商标”“农业产业化龙头企业”等认证的品牌企业，引导企业通过“U小店”为消费者提供质优价廉的商品，助力当地特色经济发展壮大。

□王静

吕梁市分行

“信易贷”开辟小微金融服务新通道

本报讯 9月21日，邮储银行山西省吕梁市分行发放全市银行业首笔工程“信易贷”，贷款金额81万元。该笔贷款的成功落地，是吕梁市分行借助互联网创新服务小微企业的又一突破，为中小企业融资和担保工作开拓了新局面，为工程类企业开辟了金融服务绿色通道，为助力新形势下吕梁经济内循环迈出了坚实的一步。

“信易贷”是为贯彻落实国务院有关缓解中小企业融资难、融资贵的战略部署，由邮储银行联合“易工程”平台共同打造的一款信贷产品。小微企业可自行通过注册、认证“易工程”平台进行支用申请，经平台初审、登记，客户经理终审通过后，即可自助进行网银支用，最快2个工作日可实现放款。

□刘剑恩 王浩

(上接第1版)

今年7月，依托邮政金融客群，华屋村火龙果合作社实现销售订单4100余笔，销售金额突破10万元。

“脱贫攻坚，产业是关键。有了邮政的支持，我们对发展特色种植产业的信心更足了！”黄沙村村委会主任华盛说。目前，华屋村已种植蔬菜68亩、瓜果201亩、油茶300亩。2019年，华屋村人均纯收入达1.36万元，是2011年的6倍多，被民政部评为“全国农村幸福社区建设示范单位”。邮政企业扎根农村，聚焦产业，深度助力精准脱贫、乡村振兴的工作也得到社会各界的广泛认可，瑞金市分公司连续三年被当地政府评为“电子商务进农村先进单位”。