

“亿”跃而起——安徽邮政 2021 年度校园报刊大收订发展纪实

□本报记者 方怀银

“2021 年度报刊大收订工作,我们不仅在全国率先完成了集团公司下达的计划,更值得高兴的事是主要校园报刊流转额达到了 10017.75 万元,首次突破亿元大关,同比增长 33.68%。”1 月 7 日,安徽省报刊发行局总经理贾宇明高兴地与全省邮政报刊从业人员分享喜讯。

在 2021 年度报刊大收订期间,安徽省邮政分公司将校园报刊作为主要增长板块,明确了重点开发的“四大市场”,深化协同营销,取得了破亿元的不俗成绩。“校园报刊是报刊专业未来重要的可持续稳定增长的板块,谁抓住了校园报刊,谁就抓住了未来报刊市场发展的主动权。”贾宇明坚定抓校园报刊的信心。

剑指“四大市场”

“校园市场潜力巨大,竞争也激烈。根据多年的发行经验,我们在制定方案时,选择了四个邮政有能力、能够做得好的市场。”安徽省分公司市场营销部负责校园报刊的周前进说。这四大市场分别是:毕业班、素质教育类、同步辅导类和幼儿类。

每个市场都有相应的校园报刊产品与之配套,相关报刊社对重点区域加大营销资源倾斜力度,主要有业务培

训、客户营销支撑、宣传物料、样报样刊支撑等。“专业部门对我投递段道所在的学校进行产品需求分析,制定推荐套餐,深得老师同学喜欢,效果比以前好多了。”太湖县北中支局投递员吴义阳说。

适合“四大市场”的校园报刊产品有好几十种,安徽邮政在每一市场选择一两种作为重点产品,总共 10 种进行重点突破。“为突出发展校园报刊业务,省分公司在原有各项激励政策基础上,再对 10 种重点校园报刊给予 8% 的激励。”周前进介绍道。目前,《学习周报》、《创新作文》、《幼儿画报》、《课堂内外》4 个品种超额完成计划,全省对重点校园报刊的激励有 664.97 万元。

安徽各地教育资源禀赋差异较大,市场规模很不均衡,发展不能用同一套办法。“我们在发展中全面推进‘比学赶帮超’,选取 20 强县和百强网点,进行政策倾斜,要求他们加快发展,探索模式,先进带后进,为全省树立标杆。”贾宇明希望通过此举推动全省发展。去年 10 月底,他们分别在合肥、宿州、阜阳、太湖等地分片区对 20 强县、百强网点的校园报刊负责同志进行培训,请重点校园报刊社的营销经理前来宣讲,双方面对面沟通交流。据统计,全省 20 强县主要校园报刊流转额达到 4242 万元,占全省的 42.81%,百强网点的流转额有 1450 万元。

使出“十八般武艺”

校园报刊的营销对象涉及教体局负责人、校长、年级组长、老师等,仅靠投递员的能力是很难全部突破的。针对此种局面,安徽邮政明确了分层对等联系、推进协同营销的发展思路。

分层对等联系从市、县分公司领导班子开始,到集邮与文化传媒部负责人、网点负责人、投递员,每个层级有自己的工作任务。“正是这种方式,使得大家的责任和分工更明确了,所以取得效果也明显。客户营销经理黄胜军长年与各年级组长保持紧密联系,开展重点营销,今年新开发的空白校园客户清水河学校,一次就订了《创新作文》1500 份,净增流转额 13.5 万元。”六安市分公司集邮与文化传媒业务管理员臧海宁说。

在具体营销工作中,各地邮政根据省分公司的营销政策,编制营销“明白书”,让网点、投递员清楚开发校园市场能有多少收益、有什么资源可以用,为基层营销算清账、指准路。

方向清,政策明,全省发展重点校园报刊的劲头就足,“十八般武艺”尽显。淮南市分公司在 2020 年 11 月份抽调有校园开发经验和客户资源的人员组建校园报刊营销团队。围绕 10 种重点校园报刊,梳理学校订阅情况,重点突破空白学校。在多次的走访实践中,总结出校园报刊营销“三步法”:找

准关键人、借力班主任和老师、投递员进班级收订。“三步法”形成收订闭环,效果明显,瓦埠支局一次性收订《学习方法报》759 份。“您订报,我邮礼,欢迎新老用户订阅 2021 年报刊。”大收订期间,灵璧县杨疃支局投递员王宇在投递汽车上循环播放报刊订阅宣传语。“明白书”让投递员从“要我干”变成“我要干”。“我还花了 20 块钱订制做了一个马甲,上面印着订校园报刊的字样,到哪里都穿着。”王宇穿着“私人订制”的马甲,开着投递宣传车,穿梭在乡间小路上,订阅《学习周报》等近 10 万元。

各地邮政注重发挥内外协同优势,邮报联合、报刊金融协同进校园,开展教学座谈会、绘画比赛等活动,建立良好的邮校关系。太和县分公司借用《幼儿画报》杂志社的媒体影响力,联合县委宣传部、教体局、团委连续举办了 8 届幼儿绘画比赛。该绘画比赛已经成为太和县教育系统的常规活动,影响力已经超出幼儿报刊市场,每年仅收订《幼儿画报》就有 1700 份左右。2020 年 11 月 24 日,“关爱留守儿童、金融知识进校园”活动在泗县皇姑村小学举办。理财经理为师生讲解生活常识、人民币防伪知识、防诈骗小常识等,给每位学生发放贺卡,让他们将想对家长说的话写下来。暖心的活动受到学校师生的欢迎,现场就订阅《学习周报》、《班主任之友》等报刊近 1 万元。



“保险兵团”的“四重奏”——湖南临湘市西正街支行保险业务“开门红”小记

2021 年“保险兵团战役”“首爆日”,湖南省临湘市邮政分公司西正街支行实现新单保费 1524 万元,合计 143 笔,当日便完成了临湘市分公司下达计划的 162%;1 月 1~2 日累计实现保费 1560 万元,规模排全省邮政网点第六位,连续两年入围湖南省邮政前十名。骄人业绩的背后,是无数次辛勤汗水的挥洒,是坚韧不拔、拼搏进取的强大力量支撑,是不畏疲劳、持续作战的团队集结。

勤勉电联激活“一池春水”

“您好,我是西正街支行行长魏辉,我们元旦有保险产品推荐活动,抢到就是赚到,更有好礼相送,欢迎您来西正街支行详细了解、办理预约……”2020 年 12 月 25 日晚,时钟已指向 20:15。窗外飘雪,寒气逼人,魏辉正带领他的“美女团队”在营业厅和客户电联聊得火热。“每天坚持电联到晚上 8 点,电联客户 50 户。”从去年 10 月开始,这样的“规范动作”成为西正街支行每天晨夕会必讲内容、每天必做工作、日终必查事项。

该支行对“四星级”以上客户进行筛选,营业员按客户比例“领任务”,每天“一对一”精准电联宣传营销,并按

照意向程度筛选 A、B、C 三个等级客户进行分类整理,安排专人重点维护,闭环管控;针对意向性大客户,除了做好电联,支行长在营业结束后带着理财经理和柜员上门拜访,了解客户需求意向、保费年限、金额等,根据实际情况和承受能力,合理为其提供资产配置方案。

互动融客架起“连心桥”

细微之处见真情,服务之中树形象。对于老客户来说,电联有效果,但对于新客户,争取面谈的机会,更易获得他们的信任和青睐。魏辉深谙此道。

为此,该支行对上门走访工作进行明确分工,共同探讨面谈过程中的最佳话术和切入方式,从与客户电联时了解的情况分析客户心理,寻找共鸣点,每天早中晚轮流对辖区内的客户开展“同心圆”式入户面谈,每日日终座谈通报当日进展,力争做到逐个突破。在走访时不忘带上甜蜜“随手礼”——冰糖橙,让客户有“被重视”的优越感;对于心存顾虑的客户,诚心邀请前来支行体验。该支行还同步开展“理财峰会、抓鸡蛋、包饺子”等主题活动 12 次,让客户在互动活动中体验邮政优质服

务,用真情架起邮客“连心桥”。正是源于这种贴心服务,西正街支行最终赢得了客户的认可,通过活动吸客确定金额 1025 万元,其中客户转介 20 余人。

准备充足赢得“千万宠爱”

“西正街支行 20 万元、35 万元、50 万元……”“首爆日”当天,临湘市分公司 QQ 群内西正街支行捷报频传,新增保费节节攀升,业绩催人奋进。为确保“首爆日”顺利抢单,西正街支行做足前期准备工作,对照市分公司下发的“七到位”逐一勾挑核对,销号落实。对所有客户信息进行再梳理,准备水果、零食和姜茶,为客户安排早中晚餐、抽奖红包等,让客户在等候时有点心充饥、有姜茶暖心、有专人服务,提高客户满意度,确保大单促成。

该支行提前为客户开通电子渠道,注册好邮箱;将所有客户独立建档,并收录出单所需资料,创建“一人一份”出单资料包,便于客户资料信息录入,提高出单率;配备抢单电脑 8 台,安排 7 名工作人员同时抢单,8 名工作人员负责业务介绍、引导分流、抽奖和客户服务。由于准备充足,宣传到位,该支行蓄客出单率达 96% 以上,斩获“千万

网点”荣誉称号。

贴心回访稳住“压舱石”

为捍卫劳动成果,稳住“压舱石”,“首爆日”当晚,西正街支行全体员工分成三个小组联动,各负其责做实客户回访和后期维护。一组负责对所有出单客户资料进行详细整理,再次补充登记,为存量客户提升打基础。二组对所有出单客户逐一进行电话回访,对大客户表示感谢和祝贺,叮嘱回访细节;对当日没有抢到的客户表示歉意,并根据客户资金为其推介新的理财方案。三组由支行行长带队对部分“摇摆客户”连夜上门送礼品保单,最大限度确保客户和资金不流失。“时代在变,邮政服务更优质。今天我虽没抢到心仪的产品,但我真切体验了邮政服务。从进门的一杯姜茶,到晚上登门回访。为热情、敬业的邮政人点赞!”家住长白路的廖阿姨握着魏辉的手说。

1 月 3 日晚上,岳阳市分公司组织召开了 2021 年“保险兵团战役”小结电视电话会议,魏辉作为先进典型作了典型发言。他表示,西正街支行将继续发扬“兵团精神”,迅速转战余额蓄客工作,努力实干去编织美好的未来。

□彭琳琳

吐鲁番市分公司为军人家庭传喜报

本报讯 1 月 4 日清晨,新疆维吾尔自治区吐鲁番市邮政分公司接到某部队的电话,要求寄递退伍喜报。该分公司第一时间调拨工作责任心强的一线揽收人员,走进军营为军人提供细致周到的一站式服务。通过团结协作、通力配合,吐鲁番邮政此次共为 369 名退伍老兵收寄喜报,得到了部队首长的点赞。

据了解,吐鲁番市分公司连续多年为当地驻军提供邮寄服务,疫情期间坚持服务不间断。在保证进驻人员安全健康的前提下,向部队驻地报备服务人员相关信息。经过测量体温、车辆消毒,在指定的位置开展收寄交接工作,保障了部队邮件安全和退伍立功喜报投递工作的顺利进行。寄件单位和官兵本人可依据邮件号实时跟踪查询喜报物流信息,既方便部队寄送,又保证了喜报及时、准确、安全寄达。

□孙美娟

鄂尔多斯市分公司开展“政邮合作,助力农产品上行”活动

本报讯 近日,由内蒙古自治区鄂尔多斯市商务局、市邮政管理局、市邮政分公司联合举办的“政邮合作,助力农产品上行”活动正式启动。

本次活动由市商务局为农副产品上行提供物流补贴,鄂尔多斯市分公司利用物流及渠道优势助力农副产品上行,以此来降低农副产品上行的物流成本,增强本地农产品的市场竞争力和影响力。启动仪式上,鄂尔多斯市分公司与鄂尔多斯市商务局、东粮集团、中石化鄂尔多斯市分公司分别签订了《鄂尔多斯城乡配送寄递服务协议》《代销协议》。活动现场展示了来自本市各旗、县(区)的 63 种农副产品,并同步在“邮乐小店”进行展销,前来参加活动的市民通过扫码即可下单,并转发链接到微信朋友圈,进一步扩大传播效果,助力本地农副产品外销。

□王星然

滨州市分公司“邮政·航亿创维智家专卖店”开业

本报讯 2020 年 12 月 30 日,山东省滨州市首家城市商圈智能家电体验服务中心——惠民县“邮政·航亿创维智家专卖店”隆重开业。

滨州市邮政分公司按照网点转型工作的相关要求,以增强邮政营业网点引流获客能力、提升网点边际效益为目标,积极推进渠道平台网点转型工作。此次滨州邮政与创维家电品牌联合打造的城市商圈智能家电体验服务中心,提供了智能家电等品类的展示、体验和销售服务,是滨州邮政网点转型工作的大胆尝试。双方通过此次合作将进一步盘活网点资源,提升客户体验,提高网点客流和效能,同时有效带动邮政与创维家电各项业务发展。

□姚义鹏 张同勇 郭志刚

邯郸市分公司：积极应对新一轮疫情

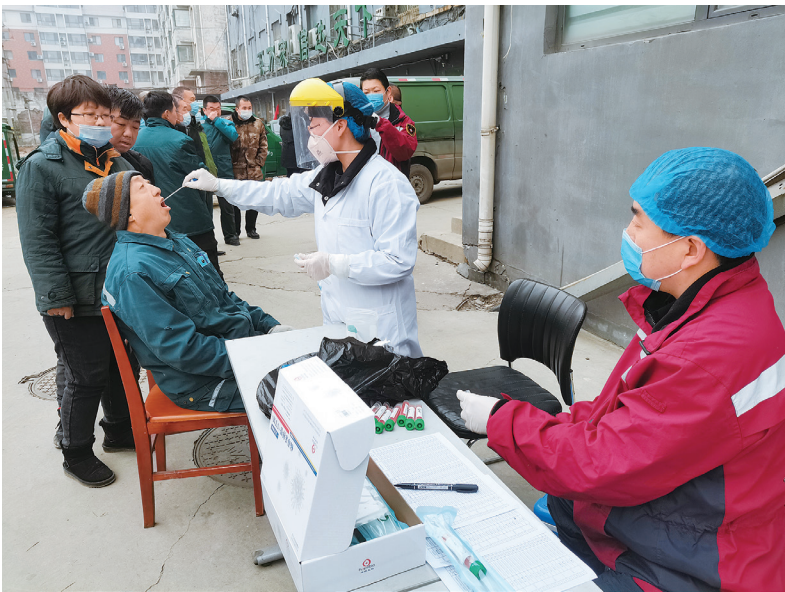
日前,河北省邯郸市邮政分公司强化底线思维、风险意识,积极应对新一轮新冠肺炎疫情,彻底筑牢疫情防控底线,进一步做好常态化疫情防控下安全服务保障工作。

邯郸市分公司切实增强政治自觉,杜绝麻痹思想、侥幸心理、松劲心态,坚决落实防控责任,成立了应对疫情工作领导小组,进一步完善了应急预案,做好突发事件风险防范和应对处置工作。细化措施,加强生产作业环节的防控工作。强化对外营业场所、邮件处理场所、内部办公场所、食堂等的疫情防控管理,严格落实测温、通风、控距、限流、消杀等疫情防控措施。加大进口冷链寄递渠道防控力度,重点加强对外包运输车辆及驾驶员的管理,对所有外包运输车辆及驾驶人员进行全面排查。进一步改进寄递服务模式,揽投服务过程中与客户尽量保持距离,减少身体直接接触,提倡使用智能包裹柜揽投邮件。

该分公司实时关注疫情通报,建立员工外出报备制度,要求出入中高风险地区的人员按照规定进行核酸检测,密切关注员工身体状况,实行“日报告”和“零报告”制度。建立应急物资储备库和物资出入库台账,采购一次性医用口罩 21.58 万个、一次性手套 100 盒、洗手液 200 瓶、纸抽 204 盒、喷壶 100 个、喷雾器 20 个等防疫物资,保证储备物资能够满足全市员工生产需要。主动开展核酸检测,组织邮政营业、投递、分拣封发、邮运、补白网点等各邮件处理环节人员共 1297 人进行了核酸检测,32 人接种了疫苗。

该分公司坚持预防为主,教育员工保持良好防疫习惯,坚持科学佩戴口罩、勤洗手、常通风、少聚集,如有发热、干咳、咽痛等疑似症状时,要及时就医。提醒员工非必要不前往疫情中高风险地区旅行及出差,确有必要,务必做好个人防护,准确记录自己的活动轨迹,进行核酸检测和隔离观察。城区寄递事业部组织召开了疫情防控、信息安全及普邮服务、法律法规培训会,对疫情防控工作进行安排部署,要求各营业部严格按照市分公司防控要求,对场地、邮件、车辆进行消毒,全体人员要 100% 佩戴口罩;提醒寄递用户不得邮寄未经检测合格、无检验检疫证明、无消毒合格证明的进口冷链食品,收到邮件后要依规对邮件外包装消杀后再开启。

□张海英 文/图



邯郸武安市分公司组织员工进行核酸检测。