

开局就是决战、起步就是冲刺。每年元月,都是邮政“开门红”战役最火热的时候,邮政各基层网点早落实、早安排,广大员工宣传、访客户。经历了难忘的2020年,我们以崭新的面貌迎来了2021年。今年的“开门红”,邮政人在获客创收上下足了功夫,以奋斗的姿态开启新一年的征程。

勇夺牛年



项顺成(左三)



柴萍



岳展谷(右)

黑龙江省鹤岗市分公司麓林山支局局长 岳展谷

获客要有新思路

1月1日6点,天刚蒙蒙亮,黑龙江省鹤岗市室外温度达零下30摄氏度。为确保“开门红”顺利进行,鹤岗市邮政分公司麓林山支局的员工们早早来到支局,做好室内消毒、设备调试、凭证请领等准备工作。“今天,我们制定的目标是每人完成储蓄目标8万元,开发网上银行客户2户、短信客户4户,柜员电邀客户3户,理财经理电邀客户8户。伙伴们,我会在三个时段跟进大家,让我们共同努力超额完成今天的工作目标!”该支局局长岳展谷在晨会上安排着当天的工作。

为了蓄客,元旦前夕,麓林山支局扩大VIP厅面积,开展各类客户活动20余场。“这是我们专门为您订制的挂历,已经将常用的邮政业务和联系方式印在挂历上了,我们随时欢迎您!”“开门红”期间,岳展谷忙着为大客户送上牛年挂历。为实现源头获客,借助CRM系统,她向上级申请为客户订制了一批挂历,在挂历上印上客户常用的大额存单、理财产品、税邮合作、警邮合作等业务简介。

此外,岳展谷还创新获客方式,引导客户在朋友圈里转发邮政业务宣传。客户凭着连续转发三天的朋友圈截图来到网点,就可以领取一份精美礼品。客户来到网点后,她又与理财经理配合,开展理财沙龙、积分有礼等活动,最大限度地实现获客、蓄客、活客。在保险储蓄“开门红”活动正式开始前,该支局已经储备客户120户,意向资金可达1400万元。

“哎呀,终于抢到了,这一早上没白来。”客户张先生等了一个多小时,终于办理了趸交保险产品90万元。紧接着,麓林山支局又接连有50万元、70万元的保险大单成功出单。仅元旦当天,该支局就销售保险产品496万元,截至1月6日,累计销售保险产品807万元,完成储蓄余额500万元,在“开门红”营销战役中取得了骄人的业绩。

□高邹伟 文/图



王靓军



小食堂给你「加鸡腿」

湖北省监利市分公司福田支局经理 项顺成

今年的代理保险“开门红”,湖北省监利市福田邮政支局摘下了一季度2200万元的最高档筑梦目标。为了实现这一目标,支局员工从去年12月就忙着为蓄客作准备了。每天下了班,大家要留下来走访客户,邀约客户预出单,一些家不住在福田镇的员工经常会在支局留宿。

看到大家拼命工作的状态,作为支局经理,项顺成认为必须为员工做点什么。在项顺成的提议下,从1月1日开始,福田支局给小食堂增加补贴,给辛苦了一天的员工“加鸡腿”。热气腾腾的黄颡鱼火锅、鸭子烧胡萝卜、湖区特色鲈辣椒糊小鱼,还有蒸腊鱼、时令蔬菜、鸡蛋汤……小食堂的丰盛午餐,让员工们有了家的感觉。

“大家明天想吃什么,快点报给我。”“开门红”活动期间,理财经理绝对是主力选手。除了做好营销外,理财经理胡燕红还要做好另一项工作:收集员工对饮食的要求,列出清单交到小食堂。

兵马未动,粮草先行。小食堂不供应早餐,就联系了一家早餐店给大家送餐。这几天,理财经理每天忙着推荐产品,说话特别多,小食堂的张阿姨就给大家煲汤润嗓子。考虑到员工吃饭没个准点,小食堂就把火锅调到保温档,把饭菜放在加热板上,方便大家随时用餐。遇到有人实在走不开,张阿姨就用保温盒装好饭菜送到营业厅去。有这么好的后勤保障,支局上下一心发展业务,截至1月6日,福田支局已实现保费837万元。

61岁的陈望垓是福田支局退休的老投递员。这几天,他也发挥余热,到支局做起了大堂引导,帮支局冲击“开门红”目标。中午,他抽空到小食堂用餐时感慨道:“以前忙起来没时间吃饭,只能泡碗方便面,现在这伙食真是没话说,吃饱喝足当然要加强干!”

□周唯 文/图

北京市西城区分公司百万庄营业部负责人 王靓军

个性化宣传见实效

走进北京市西城区百万庄邮政营业部,立刻能感受到一股扑面而来的新年气息:以红色为基调的布置中,客户动线便捷流畅;错落有致的功能分区,相互独立又浑然一体;休息椅、饮水机、资料架一应俱全,红灯笼、中国结、毛绒玩偶巧妙安插其中;客户分时段、分区域参与“开门红”活动,这是元旦期间,百万庄营业部随手可撷的服务小景。

王靓军是百万庄营业部负责人,尽管是个“90后”,但管起人来压得住阵脚,能服众。2021年“开门红”期间,在王靓军的带领下,百万庄营业部全体员工自愿申请停休,为营业部增收创效努力着,最终,该营业部3天完成了3个月的保险业务发展指标。其中,首日网点保费收入突破千万元。

对于取得的成绩,王靓军没有丝毫自满,她认为:“想要走得快,那就一个人走;想要走得远,必须大家一起走。百万庄营业部能够拥有这样的发展势头,离不开员工‘脑洞大’‘爱动手’‘有热情’的工作特质。”

“5年时间长吗?看看柱状图中逐年下降的利率,OMG……5年后,您会感谢现在的选择。‘开门红’5年期产品,锁定中长期收益,666走一波。”这是员工武昭浩为“开门红”活动蓄客发布的一条朋友圈。很多客户觉得好玩,自发点赞、转载,有效提高了活动的曝光量。为了带火“开门红”活动,百万庄营业部成立了“头脑风暴”学习小组,研讨媒体传播规律,借鉴行业内优秀朋友圈宣传案例,对“开门红”重点产品进行“提问式”“留白式”“强调型”“故事型”等营销文案设计,有效提高了网点营销的软实力。

员工李岩轻擅长美术设计,王靓军便将营业部所请的荧光板设计工作交给他。今年“开门红”,展板一改往日“日记式”文字布局,以“漫画牛”“萌字体”的“二次元”风格,将营业部最具竞争力的保险产品以数读方式直观呈现,有效增强了网点的个性化宣传能力。此外,该营业部的3名理财经理与投递部门协同推进“开门红”蓄客工作,在投递期间发放“开门红”业务宣传传单,有效提高了网点的获客率。

□杨光 张馨语 文/图



熊丽君(右)



内蒙古区阿拉善盟土尔扈特营业部揽投员 柴萍

戈壁滩上送邮忙

1月1日下午,在内蒙古自治区阿拉善盟邮政分公司土尔扈特营业部,揽投员们忙得热火朝天。撕扯胶带的声音此起彼伏,烘托着“开门红”的热闹气氛。揽投员柴萍拿着一卷红色的胶带纸和写着“冷鲜肉专递”字样的红色面单走出营业部,门口两侧码放着待封装的阿拉善羊肉,她动作麻利地撕胶带,翻转着包装邮件,在一旁默默协助的,是她的丈夫。柴萍的丈夫在建筑工地工作,每当柴萍忙得分身乏术的时候,他就来营业部和柴萍组成“夫妻档”,帮她分担邮件封装、搬运等力所能及的工作。一会儿工夫,两人合力打包完六七箱冷鲜肉。看着包装上鲜红的胶带和面单,柴萍乐呵呵地说:“‘开门红’挺喜庆的,一年中最忙的时候开始了,希望新的一年,工作和生活都能红红火火的。”

忙碌间,盘驳车到了,这些冷鲜肉将搭载邮政运输网络,带着邮政的新年祝福,送达全国各地。

送走了一批冷鲜肉,柴萍边搓手取暖,边匆匆走进营业部,开始封装揽收的邮件。为了方便操作设备,柴萍把手套剪掉半截,由于不停封装、搬运,露在外面的手指被冻得通红。搬运邮件时,柴萍的食指被磕破了皮,她不以为然地看了看,继续埋头工作:“这都不算啥,搬运邮件免不了磕磕碰碰。”

这几天,阿拉善盟迎来了寒潮,气温降到零下20摄氏度,让户外揽投工作更加艰苦。但柴萍安之若素,每天依然早出晚归,奔波在揽投路上,就像阿拉善地区生长的沙漠玫瑰般,始终保持着如火一般的生命姿态。

柴萍是2011年加入阿拉善左旗投递员队伍的,主要负责东城区北环路到紫苑华庭一带的揽投工作。多年来,她用优质服务赢得了口碑,服务区域内的客户几乎都是她的微信好友。打开柴萍的微信,每个客户都被备注了名址信息。有业务需要的客户会直接通过微信联系她上门取件,寄递频次相对高的客户,她都一一置顶,避免因错过信息而影响客户的用邮体验。说起柴萍,土尔扈特营业部经理毛志坚竖起了大拇指:“巾帼不让须眉。柴萍做事认真,能吃苦,一年到头在外面跑业务,连续两年都是营业部的营销状元。”

在忙碌的过程中,柴萍的手机不时响起菜鸟裹裹平台“菜鸟包裹侠”APP发出的语音提示,她点开看了看客户预约的上门取件时间,随后与客户电话联系取件。菜鸟裹裹项目去年3月在阿拉善盟分公司试点推行,目前,柴萍日均揽收包裹40~50件,其中通过菜鸟平台揽收的就有十几件。平台推单功能让她不用“踏破铁鞋”就实现了包裹揽收量的“更上一层楼”。

□王圆圆 文/图

上海市普陀区分公司曹杨新村营业部主任 熊丽君

好成绩重在保持

1月5日,在上海市普陀区邮政分公司曹杨新村营业所里,一个高高瘦瘦的姑娘手里拿着一块毛巾,这里抹一下,那里擦一擦,将工作台上的物品一样样地摆放整齐,她就是该营业所主任熊丽君。今年是熊丽君参加工作的第9年,从金融岗位上一路走来,她经历了不少风雨,于去年4月到曹杨新村营业所担任主任。

曹杨新村营业所是全国代理金融储蓄存款规模最大的网点之一,也是上海首批养老金代发重点网点之一。金融业务一直是曹杨新村营业所的骄傲。去年10月15日,重装打造后开业的曹杨新村营业所更是以“科技赋能、智慧场景”为亮点,迈开“5G+”的步伐,引领金融模式创新,以多元业态服务周边市民。

“2021年‘开门红’,是我们全新亮相后的第一场硬仗。”熊丽君说。网点升级后,多媒体信息展示系统可以实时发布上海邮政金融业务宣传、通知等;智能机器人能听会说,可以指导和引导客户办理各类业务;一台带移动支架的86寸4K高清触控会议一体机,可以实现远程联网视频会议等功能……网点每月两次与上海邮电医院合作开展“云诊室”活动,组织客户通过视频与医院的医护人员实时互动,提供个性化医疗保健和在线问诊等特色服务。“普陀区分公司还专门印制了挂历发放给在网点等候办理业务的客户。”熊丽君取出一本特别喜庆的大红挂历说:“这不仅是一本挂历,还具有邮政特色活动提醒功能,在特定的日期下面标注着幸福生日会、健康伴你行、我为邮政做代言、月月大抽奖、会员接龙日等字样,日历右边还印制了金融套餐介绍以及积分换礼的奖品展示。”

“开门红”期间,曹杨新村营业所先后举办多场金融服务专题推介活动,发动网点员工深入社区宣传客户回馈活动,利用抖音、微博和微信等宣传媒介,组建了多个客户联络群,针对不同的客户,精心制定服务方案,建立客户精准画像和信息档案。从去年10月开始,熊丽君就发动大家下班后电话邀约客户,逐步夯实“开门红”邀约客户数和资金量,尤其是在12月,网点开展邀约客户劳动竞赛,大家比学赶帮超,不甘落后。理财经理张辉和成珊珊组成的小组最多一天邀约18单,成为网点的“约单王”。

为了吸引客户、留住客户,熊丽君用了不少心思。她邀请社会团体来参观,现场感受上海邮政旗舰店的特色服务;把疫情带来的困难转化为“优势”,让各社区的老年客户将养老金放在邮政储蓄卡里,通过养老金留存提升活动的宣传,网点储蓄余额的资金就沉淀下来了。据熊丽君介绍,去年网点的储蓄余额最高时达24亿元。

“去年元月,网点前3天的保险业绩就突破2000万元,1月13日完成中邮长期缴保险力争目标。我一定要把这个成绩保持下去!”熊丽君话中带着坚定。截至1月7日,曹杨新村营业所实现保费2098.3万元,保费收入达98.6万元。

□鲍怡冰 文/图