

再度启航 乘风破浪

（2020~2021） 金融跨年度 营销活动巡礼 之二

邯郸市分公司

激活金融业务“动力源”

近年来,河北省邯郸市邮政分公司积极抓住数字时代发展机遇,以提升客户体验为导向,不断创新金融服务模式,坚持科技赋能,推动线上渠道智能化、场景化、开放化发展,激活金融业务发展“动力源”。在2020~2021年全国邮政金融跨年度营销活动中,全市代理金融业务实现收入2.33亿元,同比增长18.4%;新增总资产21.76亿元,新增日均余额17.37亿元。荣获全国“百优地市分公司”称号。

邯郸市分公司立足“聚合码+收单系统”两大平台,持续构建金融支付生态圈,代理金融获客模式由过去的单一网点获客向以支付结算为核心的场景获客转变。同时,积极与烟草公司建设邮烟终端销售网点,借助邮政厅

遵义市分公司

算好三本账 抓住关键人

贵州省遵义市邮政分公司以“三个视角”“三个规律”强化对标分析和管控,不断优化各项工作思路,及时调整业务发展措施,全市金融业务整体稳健发展。截至2021年3月底,代理金融收入累计完成1.34亿元,占全省专业收入的21%,客户总规模达333万户,其中有效客户数达244万户,占全省总量的20%;金融总资产达280.8亿元,其中余额规模达262.5亿元,占全省总体规模的24%,在全省9个市(地、州)中排名第一。

遵义市分公司积极开展营销活动,压降二、三年期存款,加大二、三年期产品承接培训,盯牢“定活比”、VIP客户新增;树立“商户=活期户”的概

山东省分公司

邮储余额率先跨越6000亿元

自代理金融跨年度专项营销活动启动以来,山东省邮政分公司弘扬新时代“战邮精神”,续写了“先进更先进”的精彩华章,储蓄余额由5000亿元增长到6000亿元,余额规模在全国率先跨越6000亿元大关。

深耕客群 夯实发展根基

山东省分公司因地制宜,狠抓商贸户、养殖户、小微企业主、蔬菜种植户、代发工资户、拆迁补偿户、外出务工人员、到期户的开发与维护,依托金融智能平台、智能厅堂系统、云迹系统、总行CRM(零售)等系统,强化营销支撑及过程管控,扎实开展“走千访万”活动、精准对接客区,不断外拓展业“半径”。

在政府倡议“非必要不返乡”“就地过年”的背景下,各地员工做好外出务工人员回流资金揽收以及外来务工人员资金留存。积极发挥产品优势,定期下发“钩子产品”明白纸,打好产品“组合拳”,抓好资产防守战和进攻战。一季度,山东邮政基础客户新增31.1万户,价值客户新增24.9万户,均居全国邮政第一;VIP客户新增17.1

新疆区分公司

抓好“1223工作法”掀起发展高潮

新疆维吾尔自治区邮政分公司以“三个视角”找差距,以“三大规律”促改革,提出储蓄余额规模三年突破1000亿元、2020年新增余额奋斗目标80亿元、2021年新增余额拼搏目标100亿元的发展目标,掀起了代理金融业务发展高潮。跨年度营销活动期间,新疆区分公司新增个人有效客户4.5万户,新增VIP客户3.32万户;新增客户AUM90.24亿元,增幅11%,新增余额53.89亿元,增幅7.6%。

新疆区分公司通过“1223工作法”掀起了发展代理金融业务的高潮,全区邮政员工统一思想、统一行动、高效执行,坚持问题导向、目标导向、结果导向,落实目标到人、责任到人、任务到人、考核到人,余额规模突破700亿元、全年新增83亿元,代理金融业务创十年新高。其中,“一个理念、两张明白纸、两项激励、三项重点措施”构成“1223工作法”。“1”是层层传导“大干金融、日子不穷”的

万户,财富客户新增1.9万户,均居全国邮政第二;手机银行激活新增45.1万户,居全国邮政第三;第三方支付绑卡新增81.9万户,居全国邮政第一。

创新转型 构筑战略格局

山东省分公司全面推行全员全产品计价计酬考核,强化绩效对话、绩效面谈,实现绩效管理穿透网点到个人。在开展访客、获客的同时,强化科技赋能,依托“1+1+4”六大代理金融支撑系统,有效提升“数据支撑+精准管控”“数据分析+精准营销”能力,有效面访客户664万户,登记白名单客户303万户。同时,线下积极推广“优惠购专区、店中店、便民站双向引流、异业联盟、邮慧生活”及积分兑换“5+1”优惠购模式。

本着“有节过节、无节造节”的经营思路,全省组织开展节日营销会、柜员联谊会、入村答谢会、生日会等营销活动,积极打造“邮慧生活”“乐享丰收”权益平台,增加本地特色服务项目,丰富客户权益体系。依托“十大抓手”,打好活期存款及价值存款攻坚

金融业务发展理念,启动“担当有为、跨越1000亿元”发展三年规划。“2”是在业务发展中持续宣贯目标及目标达成具体措施,企业发展个人受益挂钩激励政策两张明白纸,让员工及时知晓激励政策,会算账、算清账,激发员工动力。“2”是突出物质激励、荣誉激励两项激励政策,营造浓厚的荣誉感。“3”是学习先进、选树先进、绩效改革三项重点措施。

新疆区分公司在各层级营造“人财先保障、资源重倾斜、激励必到位、全员齐参与”的浓厚营销氛围。围绕特色种植经济项目,盯紧“六大步骤”,从收集信息、走访电联、客户建档、开立账户、资金揽收、日常维护上加强督导,确保关键步骤标准化。围绕特色经济产品种植养殖、销售、加工及整个产业链各环节客户,紧盯源头资金代发与末端揽收,分层推进营销,全区邮政共签订代付协议13份、代付资金4亿元,客户建档10.15万户,末端揽收75.8亿元。在特色经济项

该分公司依托手机银行“交易享好礼”“邮储食堂”等多种线上功能盘活客户资源,丰富应用场景,发展活跃客户;锁定青年目标客群,以腾讯“闪光卡”为抓手,加强卡类营销,提升青年客群占比;推动线上常态化营销,打造微信群、朋友圈、抖音直播带货、手机银行一键下单等营销模式,以“特色卡+手机银行+快捷支付”组合改善客户结构。

邯郸市分公司全面推行CRM系统应用,对全市119个金融网点通过腾讯会议开展轮训;以“理论授课+现场实操”的方式,深入网点对登录系统各项模块功能、系统的应用推广开展现场指导,共同探讨系统使用经验与技巧。为确保系统运用取得实效,成立了大数据分析应用小组,借助CRM零售系统客户画像实现分类分群,依托数据支撑开展精准营销。

在重点客群、重点节日、重点项目活动推进过程中,不断通过分层分类开

上档次,户均资产提升100元,每天低端客户有效联络10户;防止高端客户流失,每天高端客户有效联络5户,做到生日必访、节日必访、异动必访;开展为老年客户送温暖活动,利用每月“财富、健康双体检”活动,做到健康留档和财富安全告知,利用微信将家人信息及时推送至外出务工人员,加强与在外务工人员的联系。

遵义市分公司发挥邮政的资源优势,向寄递要客户,向集邮要客户,向电商要客户,组合出击、协同向前。在寄递联动方面,出台了“异乡品家乡味”活动,免费为外出务工人员寄递家乡特产包裹,协同当地村支两委进行防疫宣传,协同村、镇卫生院免费为返乡人员和外出人员开展核酸检测工作,效果显著,获得了当地政府和客户的一致好评。

千军易得,一将难求。遵义市分公司深入实施强基固本工程,坚持选

战,重点抓好农民丰收卡、退役军人服务卡、“闪光卡”以及商户收单等业务,加快商贸客群、代发客群、中青年客群等活期结算价值客群的开发,培养支撑网点产能的新客群,不断壮大结算账户规模和客户规模。

强化协同 融合提质发展

山东省分公司有效引导金融与各板块及邮务各专业、社会资源深度融合发展,推进深度转型、科学发展。积极探索并全面推广客户增值服务体系,发挥邮政综合服务优势,为金融客户提供全方位“金融+非金融”增值服务,尽力规避成本拉动,加快网点从“交易结算中心”向“营销服务中心”和“客户体验中心”转型,为金融业务长效发展增添动力。

山东省分公司全面推进以“金融+”为核心的跨专业联动发展,做好综合营销工作,通过数据驱动方式促进各专业客户资源的共享和数据孤岛的打通,提升为客户提供综合邮政服务的能力,提升邮政客户金融业务普及率,提升网点营销效率。 □王青

目的拉动下,全区邮政2020年新增余额83.5亿元,同比多增44.18亿元,净增额创历年新高。去年12月,通过“金融+寄递+邮务营销队伍”的复用融合、邮务客户转介、到期客户提升等举措,重点加强保险蓄客,挖转新资金,确保到账。

新疆各地市分公司领导分四个小组分片包干深入基层,行政科室挂靠县分公司,同吃同住同奋斗,全员参与旺季大生产。坚持“守厅堂,强外拓”思路,督导网点每日开展线上线下营销活动,落实“走访七步曲”“进门五步法”,开展“精走访、深走访、慢走访”。全区所有网点每月同步开展邮政会员日优惠活动,达到吸客、引客、蓄客的效果。提前两个月召开“开门红”誓师大会,坚定信心与决心,按进度、按节点确立工作目标,各网点、各业务条线人人都有责任田、人人都有主阵地,全员铆足干劲奋力冲刺。 □孔维勇 田甜

展营销,多样化叠加客户持有产品。按照全省创建四类临界客户营销活动要求,推进网点线索分配与执行,其中,三类活动线索跟进执行率、营销成功客户时点新增资产均排名全省邮政首位,VIP客户服务率达94%,排全省邮政前三位,较活动前提升了7.47个百分点。

2020年以来,邯郸市分公司打造网点支局长和理财经理两支关键队伍,借助“云平台工作室”,为注册的117名理财经理开展职业化培训,建立理财经理绩效考核办法,出台全市30强支局考核办法,激发重点岗位营销动力,对扭转金融发展颓势起到了关键作用。结合网点转型工作,全市择优录取16人为市级代理金融内训师,加快推进代理金融网点转型、专业人才队伍建设。推进网点精细化运营管理,利用展业设备提升智能化水平,压减柜面台席,将人员充实到理财经理队伍中,提升了理财经理产品营销能力。 □陈燕 张海英

准“领头雁”、派优“排头兵”、建强“后备军”,集结“人才矩阵”,为赓续邮政新发展提供人才力量和智力支撑。全市178位支局长通过考试择优上岗,并进行了3期支局长培训;在各县(区)实行末位淘汰制,并在全县范围内进行公开竞聘上岗;对于三城区挂末的支局长,在全市范围内进行公开竞聘上岗。

发展业务的关键人不仅是各级管理者,还包括专业队伍。遵义市分公司组建理财经理队伍,着力建立财富管理、理财经理专业团队,提高邮政综合金融服务能力、资产配置能力。2020年,全市配备了专业理财经理159人,进行了3期理财经理培训。在全市开展“我为旺季作贡献”系列活动,各支局围绕这一主题进行大讨论,找到了支局旺季发展思路 and 措施,通过自身努力改善服务、提高质效,实现了旺季目标。 □毛君一

重庆市分公司

创新模式 主动求变

重庆市邮政分公司按照“固优势、补短板、抓重点、强弱项”的经营理念 and “求是求实谋发展 对标对表抓落实”的工作要求,提前对打好跨年战役的战略、战术进行系统规划,明确“什么时候打、怎么打、用什么打”,落实落细跨年战役期间各项重点工作。跨年营销活动期间,全市邮政新增储蓄存款207.52亿元,同比多增50.89亿元,超额完成目标任务。

统筹兼顾顺势而为 创新模式促发展

重庆市分公司提前部署、找准节奏、统筹兼顾,明确“四季度维护客户稳基础、一季度快速获金显成效”的思路,通过抓保险,统筹不同产品投放节奏,确保首日保险“开门红”;通过“抢”余额,多维度提供战力保障,提供数据支撑,提升产品竞争力,辖内区(县)分公司分区域、分时段上浮两年期协议存款利率;通过补短板,有的放矢,查漏补缺,组织召开跨年战役推进线上会议,通报目标缺口,再次宣贯竞赛及绩效考评办法,明确收官措施,针对大理财、渠道类、客户类等指标精准“出招”,全力补齐短板。

在春节前国家提倡就地过节、减少人员流动的政策背景下,为方便外出务工人员办理业务,降低到期储蓄存款流失率、提高务工人员资金回流,针对务工人员梳理短信推送模板,引导客户用手机银行办理定期存款。开展预约有礼活动,推送务工人员信息约70万条,助力一季度储蓄业务发展。加强财富客户产品配置研究,每周下发财富客户专属“钩子产品”,做好高端客户合格投资者认定,提升高端服务的产品维护能力。针对潜在流失客户、VIP临界客户、高端客户,分群施策开展“好运抽不停,天天送惊喜”抽奖活动及机场VIP服务回馈等差异化维护活动。

打造平台链接客户 开放共享建生态

为顺应行业发展趋势,重庆市分公司着手打造重庆邮政“微商圈”,通过搭建平台,集聚商户、引流客户,完成B端客户与C端客户的链接,构建开放共享的金融生态,推动企业由“做银行”向“做生态”转型。

在集中精力拓B端方面,用好收单产品精准营销商户,根据商户性质、交易规模匹配收单产品。结合市场竞争与商户实际,全市统筹开展微信优惠券、抵扣券以及支付宝“满5减3”等“微商圈”特色营销活动,通过营销费用统筹安排,加大对基层发展的支撑力度。用好二维码推荐、一键绑卡等工具,提高快捷支付绑卡效率;用好大数据,推送快捷支付潜在客户信息164.87万条,深挖客户需求,制定触达计划及话术;落实总行抖音、拼多多等绑卡立减活动,联动重庆市分行开展“京东支付满立减”营销活动,均取得预期的成效。

此外,重庆邮银协同,共同推进业务发展。时刻关注市场变化及同业政策,邮银协同及时跟进、研讨,跨年战役期间先后三次调整协议存款利率上浮幅度,保障重庆邮政金融市场竞争力;开展邮银协同信用卡线上发卡业务培训,针对产品体系、权益功能、营销活动、进件流程、优秀经验进行培训,联动提升员工业务水平;协同中邮消费金融开展“手机银行一邮你贷”礼包赠送活动,推进存贷联动,进一步丰富代理金融价值客群产品、服务、权益体验,为拓展青年客群提供抓手。 □陈力琪

宁夏区分公司

高点定位 加快转型

自代理金融跨年度专项营销活动启动以来,宁夏回族自治区邮政分公司以“集团有要求、宁夏有行动、落实现成效”的坚决态度,对标先进省份和行业最优,紧紧围绕收入增长目标,以效益为导向,持续做大金融总资产规模,实现代理金融业务高质量发展,一季度代理金融收入增幅排名全国邮政第一,并以全国第四组排名第一的成绩荣获“十强省分公司”称号。

高点定位补短板,跑出发展加速度

2020年下半年以来,宁夏区分公司以“比学赶超”找差距、补短板,明确目标和方向,在发展速度上比甘肃、在余额规模上比青海,自我施压,营造活动氛围。在全国的优秀实践中找标杆、学经验,先后组织网点金融从业人员到山东、陕西等地寻找宁夏发展的答案。并以甘肃庆阳、酒泉等先进地市为目标,通过找差距、明目标、强赶超,进一步点燃了凝心聚力、勇争一流的激情。

宁夏区分公司以网点为经营核心,明确要求资源、政策下沉支持网点,发展、服务围绕网点。宁夏区分公司领导班子带头深入基层调研,召开网点座谈会,问计于基层,着重解决基层网点“急、难、愁、盼”的问题。面对市场激烈的竞争形势,要求各级领导要加大直面基层力度,真实掌握基层情况,找到发展方向,抓住难点、解决难题,给基层最大的关心和支持。下沉营销费用、增加人工成本投入、充分授权基层单位,以“快准狠”的工作作风,激活基层队伍干事创业的内生动力。

源头获客固根本,培育增长新动能

宁夏区分公司把“以客户为中心”的理念贯彻于金融业务发展的全过程,做好引客到访、细分客群、精细活动、权益黏客,实现了客户规模与价值双提升。

宁夏邮政各网点负责人学着当好“老板”,网点的员工对客户数据做到心中有数,以“做好客户规模”为主线,聚焦余额、保险等高效业务,用好CRM系统挖掘、维系客户,扎实开展“引客到访”“商户大拜年”“新客邮礼”等活动,实现了“走出去、引进来”,扩充旺季客源、资金。对“引进来”的客户,根据其需求,双线运营生态圈,多方引流黏客。线下以“有节过节、无节造节”的思路,开展生日会、大抽奖、逢8会员日、送蔬菜、广场舞、插花灯等形式多样的厅堂活动,有效提升客户的体验满意度。线上打造“会员星级权益”系统、建邮商联盟生态圈,强化线上场景黏客,不断丰富客户权益体系,强化获客黏客的能力。

谋划长远聚优势,转型转出新高度

为发挥协同优势,宁夏区分公司强力树立“无数据不运营”的理念,推进“金融+寄递”“金融+药店”“金融+惠农”等协同工作,加强客户数据分析,实现客户共享,协调配合,延伸服务触角。依托中邮大药房以及网点周边药店资源,建立会员共享机制,打造“邮商联盟”,提供积分双向兑换、双向折扣权益,联合开展优惠购、1元购、义诊、养生讲座等惠民活动,实现客户转介、客户引流,共享共赢。充分利用寄递协议客户资源,联合开展活动,拓展公司业务、商户收单、工资代发等业务。

此外,宁夏区分公司加大农村地区金融产品和服务宣传力度,加强农民专业合作社走访,协同邮储银行在村镇做好助农贷款和相关金融服务;协同中邮保险制定适合农村客群的个险、团险等简易险及重疾保险产品,努力打造惠农助农新生态。 □赵雯婷

策划:连耀山 执行:卜雪萍 徐广存 李苑