

再度后航 乘风破浪

(2020~2021)
金融跨年度
营销活动巡礼
之三

福州市分公司 “三箭齐发”激活新动能

福建省福州市邮政分公司以“调节节奏、打造场景、提升队伍能力”为目标,有序推进旺季营销工作,实现了首季“开门红”,金融收入、存款规模、本年新增存款、保费规模、保险收入、保险综合收益率获得“六个全省第一”。

“三个着力”把控节奏

从转变思想认知着力,全心、全力、全员发展好金融业务。福州市分公司分阶段召开代理金融启动会、专题会、研讨会等各类会议,统一思想认识,树立发展信心,各级领导班子、金融专业部门强化组织力,全体金融人员全力以赴。通过数据赋能、团队蓄能、项目增能、活动引能、绑定提升、帮扶督导等举措,为后续活动积蓄新客。以整合营销为抓手,精心筹划组织,搞好“金牛迎春”系列主题营销活动,助力余额提升19.7亿元,实现“获客一获信一获金”的全流程闭环管理。

从抢抓市场机遇着力,明确发展任务和主攻方向。福州市分公司抓好“金融开门七件事”——了解市场、了解客户、了解产品(服务)、渠道(场景)建设、政企公关、合规风险监管、队伍建设,认真研究市场,精心储备客户,提出了“必须出大单、必须集中一个点宣传、必须开高端客户沙龙、必须有活动支撑、必须做好客户回访工作”营销策略,理顺蓄客、测试、抢单等环节的关键要点,为保险发展赢得了先机。

从强化支撑保障着力,凝聚全员力量赋能金融发展。福州市分公司制定

了“战旺季,我行动”金融督导帮扶工作清单,党政工团发出倡议,各级领导班子、职能部门包挂人员深入低产网点开展治理工作,稳步提升网点效能。梳理出业务发展营销指引、多版本音频广告、产品营销话术、案例库、明白纸等工具,为网点营销客户提供抓手。

“三个融合”打造场景

融合社区党建共建,寻求城市金融突破突破口。福州市分公司启动“共建共享、千场社区场景”项目,深入推进“我为群众办实事”实践活动,复制推广实现“1+N”共建目标。目前,已与137个社区签约共建,共计开展626场共建活动。同时,搭载宣传第三代社保卡,进一步提升了邮政品牌影响力。

融合商户收单,搭建商贸资金引流平台。福州市分公司明确奖励办法,加大物料投入力度,成立拓展团队,在调动员工积极性的同时为业务发展提供助力。以消费意愿、消费行为、支付习惯、融资需求为切入点,打造客户、网点、第三方“三位一体”的消费金融生态圈。通过精细化运营,项目拓户与综合效益快速攀升,累计发展商户3.37万户,资产达15.5亿元,月均交易144万笔,月均交易金额2亿元,真正体现了商户收单小额高频的特点。

融合“积分+兑换”,协同板块资源联动营销。福州市分公司协同各专业,出台相关积分兑换、站点建设营销激励办法,做大做强基础客群。先易后难立标杆,要求每个网点建设3个兑换站点,打造相互引流、互惠互利的社区循

环链,构建邮政生态圈。通过阵地、电联、外拓三部曲落实新客百分百绑定和存量客户邀约绑定,在社区党建共建、第三代社保卡发卡卡卡以及各类业务拓展活动中推广积分兑换,提升客户黏度。

“三个锻造”提升能力

锻造领航者,提升领导干部管理能力。福州市分公司按照“五好干部”标准和“20字新要求”,选调专业能力强、政治素养高的同志到合适岗位。建立全市邮政优秀人才库,加强省、市、县上下交流。制定领导干部轮岗制,进行多岗位锻炼,让干部队伍活起来,强化领导干部综合能力。

锻造排头兵,提升市、县两级金融部专业化能力。福州市分公司践行“四盯工作法”,即盯网点、提能力、盯收入、抓项目、盯客户、搞活动、盯风控、守底线。每月初,金融部组织调研同业产品、服务和活动;每个季度初,市、县金融部组织产品、营销技巧等测试,发挥专业带头作用,建设服务型模范机关。

锻造攻坚队,提升基层员工综合营销能力。福州市分公司强化网点、客户经理和电子银行离柜渠道建设,通过优化排班,压降现金台席61台,组织开展“走街、扫楼、进店、驻所”活动,推动全员加快由“坐商”向“行商”转变。积极组织员工参加持证考试,力争持证率提升至70%以上。固化服务,录制教学视频指导网点晨会演练服务礼仪,并随机抽选不同岗位员工参加礼仪比赛,全面提升窗口服务水平。 □谢敏 王增荣



石嘴山市分公司 集聚资源强支撑 深挖客户创佳绩

宁夏回族自治区石嘴山市邮政分公司在代理金融跨年度营销活动中,通过创新客户走访模式、细化网点管理、强化激励考核等方法,使代理金融业务呈现出了快速、高效的发展势头。

石嘴山市分公司强化对标标识意识,加强网点CRM系统应用,做好VIP客户的维护和资产提升。利用星级积分权益、大额存单、优势理财产品等,做好客户拓新和资金挖转工作。同时,将提高社保代发资金留存率作为一项重点工作,通过数据分析,结合星级积分权益,叠加“十二存单法”与之配套使用,促使代发资金沉淀率明显提升,由之前的沉淀率不到10%提升到30%,星级积分会员注册新增25000户。

为进一步推进跨年度营销活动,石嘴山市分公司在全市范围内开展“邮礼相送”客户回馈活动,以“到邮储存款、畅享双倍积分”“大抽奖”等活动为切入点,

吸引客户到网点办理存款业务,一季度全市储蓄日均余额新增1.07亿元。

石嘴山市分公司对网点周边的商圈、社区、客群进行梳理摸排,并对责任区域进行责任人划分,力争实现网点片区同心圆客户100%走访全覆盖。同时,将意向客户及时录入CRM系统,进一步分析客户的资产情况,并进行二次跟进,最终实现获客、获金。对于外拓引客到访的新客户,由负责人和理财经理负责录入到CRM系统里,提高客户采集效率,并以系统的方式对客户进行“永久”保管,从而真正实现引客到访的目的。跨年度营销活动期间,全市共计开展引客到访等活动2000余场,完善客户信息5000条,实现余额增长1.38亿元。大武口区邮政分公司锦林营业所主任顾军成说:“通过走访引客到访,我们清醒地认识到,余额增长的重点是客户,只有通过加强与客户沟通,了解客户的

需求,做好资产配置,网点业绩才能快速提升。现在大家已由‘要我干’转变成‘我要干’,已将开展走访活动作为常态化工作。”

小微代发是石嘴山市分公司跨赛期间发展储蓄业务的又一有效抓手。各单位以网点周边小微商户为目标,以找准“关键人”为主要工作方法,积极开发邮政合作企业、餐饮、商超、快递公司等小微代发客户。大武口区分公司锦林营业所通过CRM系统筛选,与某快递公司达成合作意向,成功开立对公存款客户,签订快递公司快递员代发工资26户,每月代发金额23万元,全年预计沉淀资金300万元。平罗县邮政分公司发挥独特资源优势,与平罗县“美团优选”达成合作意向,签订美团员工工资代发协议96户,每月代发金额57.6万元,预计沉淀资金350万元。在发展金融业务的同时联动寄递业务发展,每天从美团分拣中心

接收1000单左右货物,配送到各乡镇,全年预计实现寄递收入18万元。

石嘴山市分公司以客户为中心,以CRM系统和积分权益系统为主要工具,扎实做好代理金融客户建档和客户分群管理。根据客户所属行业进行标签分群。同时,每个网点根据客户资产及客户行业分类进行建群,做好客户分群管理。石嘴山市分公司将网点客户按照资产(价值贡献)大小将客户管理分配到网点各岗位,实行分户管理。尤其是对5万元以上客户的维系提升,通过加强联络,提升网点服务,对客户开展资产配置,增加产品覆盖,提升客户黏度。重点推进商贸客群、社保老年客群、车主客群、学校家长客群、农业特色经济客群、拆迁客群等的营销,实现“一点接入、综合营销、批量获客”。

自跨年度营销活动开展以来,石嘴山市分公司坚持“以奋斗者为本,以业绩论英雄,以创新赢市场”,打造“英雄文化”氛围,充分授权、放权,让网点负责人成为真正的“经营业主”,激励各层级积极主动作为,形成了积极向前冲的发展活力。 □寇静

襄阳市分公司 早部署 实行动 快收获

自代理金融跨年度专项营销活动启动以来,湖北省襄阳市邮政分公司坚持“速度第一、效益优先”的原则,在安排部署上立足“早”字,在行动上突出“实”字,在速度上紧盯“快”字,实现了代理金融高质量快速发展。跨年度专项营销活动期间,襄阳市分公司代理金融专业实现收入3.58亿元,同比增长10.91%;累计新增金融综合资产56.08亿元,同比多增15.73亿元;余额规模一举突破400亿元大关,达到416.53亿元。

“理念上胜人一筹、方法上先人一步、行动上快人一拍”是襄阳市分公司在跨年度竞赛中一以贯之的基本法则。为全面打赢跨赛战役,早在去年9月,襄阳市分公司根据“早动员、早安

排、早宣传、早走访、早蓄客、早管控”的要求,提前谋划,提前行动,提前蓄客,为“开门红”抢销战积累了有效的客户资源和资金。截至去年底,累计走访蓄客4.3万户,其中,商户3.4万户、合作社1610户,种植养殖户8765户,成功蓄金17.93亿元。

襄阳市分公司先后出台了主题营销竞赛方案、一季度代理保险“开门红”竞赛方案等一系列方案,明确了各阶段的目标和任务,为工作的顺利有序开展提供了行动指南,在全市上下开展“比学赶超”活动,形成了后进赶先进、中间争先进、先进更先进的竞赛氛围。

襄阳市分公司各网点以“做好客户规模”为主线,聚焦余额、保险等业务,用好CRM系统挖掘、维系客户。

线下建立“四蹲两拉”工作机制,抢抓重点客群,实现“走出去,引进来”。襄阳市分公司统一制作宣传单及宣传海报,累计发放宣传单81万张、海报5.24万张,制作墙体广告2270条。线上以新媒体为依托,创新开展线上宣传、线上活动,实现宣传“多元化、趣味化”。襄阳市分公司指导各网点制作线上宣传H5、抖音等在微信群、朋友圈大力转发,宣传产品服务、宣传企业品牌形象。156个网点全部建立企业微信群,群内每日发布热点实事,多频次开展“微信小聚会”“线上竞赛”“线上沙龙”等活动,满足不同客户需求。为进一步增强客户黏度,网点通过设计节日及日常“逢8”客户节活动,活跃厅堂气氛。跨年营销活动期间,各网点累计开展爆点活动3000场,真正实现“小节增感情,大节要产能”。

襄阳市分公司组织全市80多名机关干部组成党员突击队下沉一线,进行为期13天的集中驻点督导帮

扶,与网点人员同吃、同住、同劳动,为一线鼓干劲、找方法、树信心,千群同心同向、共建共融、同力发力旺季营销。与此同时,为确保各项工作落地闭环,襄阳市分公司建立了市督县、县督网点、支局经理督柜员的三级管控机制。市分公司对各县(区、市)分公司每日督导情况及支局长督导履职情况进行抽查。各县(区、市)分公司对辖内网点工作开展情况进行督导。支局经理对柜员电话、走访情况,营销话术掌握情况以及规定动作落实情况等进行督导。按照“每天有检查、每周有通报、每月有总结”的原则,通报规定动作,总结发展结果,分析发展方式,点燃发展激情。

襄阳市分公司坚持“余额是基础,保险是关键”的经营理念,在一季度“开门红”竞赛中,全力抢出单,奋力抢余额,尽力抢客户,整个跨赛期间累计新增金融综合资产56.08亿元,创造历史最好成绩。 □王秋明 刘作正

在跨年度旺季营销活动中,安徽省马鞍山市邮政分公司以“正视问题、心怀梦想、立足改变、真抓实干”的决心,坚持代理金融“上规模、调结构、促转型”的发展目标,实现代理金融重点业务全面发展,荣获省公司突出贡献奖、保险发展奖、四季度优胜奖、基金理财发展奖、余额发展奖、客户发展奖、旺季综合发展奖等奖项。荣膺集团公司2020~2021年度全国邮政金融跨年度营销活动“百优地市分公司”称号。

针对邮政储蓄余额规模小、市场占有率低等现状,马鞍山市分公司根据代理金融专业远期目标和阶段性目标,先后制定了配套活动方案,同时,将年度余额发展目标纳入下辖单位全年绩效考核。为有效调动各层级邮政员工工作积极性,马鞍山市分公司建立完善网点绩效考核体系、奖金池考核办法及学习奖励机制。绩效考核体系中明确网点负责人、营业主管及普柜的绩效分配比例,提高网点人员工作积极性;奖金池考核中纳入网点行为指标和定期资金留存率定量指标,定期资金留存率得到逐步提升,改变了原来长期落后的局面;学习奖励机制中明确了金融从业人员持证补贴标准和参训优秀员工奖励办法,逐步提升了员工综合素质,激发了员工活力,引导员工从“要我干”向“我要干”转变,传导“用力做事、用心做好事”的工作态度。

以客户为中心,做大客户基数。马鞍山市分公司积极做好新老客户开发维护工作,跨赛期间共开展生日会、客户尊享会、金融知识进万家等活动1608场,参与者超2万人次。强化线上“群音荟”平台运用,添加微信好友数超7万人,抖音粉丝达9.3万人,云工作室累计浏览量达4.8万人次。新增有效客户数1.74万户,列全省邮政第一位。以系统化转型为驱动,狠抓活动促提升。结合系统化转型深入推进,提升网点数据分析能力、客户经营维护能力;系统开展了“双节十乐 邮政遇上‘礼’”“财富升级 邮你开启”“驿路同行,感恩邮‘礼’”“牛转乾坤”“金牛迎春,邮政送福”等线上节日营销活动,常态化开展了资产配置“嗨翻星期二”专项活动;跨赛期间共实现保5.17亿元,销售期交保险7875万元。

马鞍山市分公司坚决落实协同发展工作部署,创新开展“百年之约”营销项目,整合主题邮票、个性化明信片、文旅旅游、扶贫农产品、时光慢递、寄递业务等邮政产品,形成具有邮政特色的客户维护套餐。以当涂县螃蟹养殖市场为依托,开发特色经济市场,运作“EMS极速鲜”项目,去年实现销售额204万元,其中寄递收入51万元;实现新增金融总资产3410万元。以场景打造为抓手,探索商贸项目开发,先后与马鞍山市联华超市、华仁堂药房签订合作协议;利用“小步外勤”APP加强商户走访过程管控,累计收集信息1.45万条并同步录入CRM系统。以抗疫扶贫工作为切入点,联合市总工会开展“抗疫消费扶贫,助力脱贫攻坚”专项行动,免费发放抗疫关爱扶贫农产品礼包10000份,收集政企高端客户信息7050条,为全市脱贫攻坚活动贡献力量。 □赵传朋

客户是金融发展的基石,邮储银行区别于其他银行最大的优势就是业务种类繁多,可接触到的客户来源多。使资源最大化,把优势放大、质量提升,就是邮政金融发展的基础。吉林省吉林市分公司脚踏实地、精耕细作,立足市场,深挖客户,多头发力,勇当邮政金融发展“泰山石”,培厚客户“营养土”,强化各业务板块协同发展“助推器”,打造“一体化”平台,推动“质效双升”全面发展。

随着近年来寄递业务快速发展,吉林市分公司日均进口邮件已达6.3万件,出口达2.77万件。如何让这部分客户与储蓄业务有交集,从而慢慢实现渗透,一直是吉林市分公司重要关注点。“邮惠达”——一个团购线上平台,紧紧地吧寄递业务和金融客户融在一起,实现双向引流。跨赛期间,通过“邮惠达”线上平台实现社区联动,形成分销收入308万元,寄递业务收入69.5万元,转化客户1.5万户,新增余额5700万元,吸收商户存款2300万元。同时,随着网络直播平台的兴起,电商销售带来的包裹寄递业务量骤增,这些直播大V的“热钱”,也成为吉林市分公司的“新关注”。跨赛期间,快递小哥向网点推介客户7800户,给商家布放二维码收款牌377个,拉动余额增长305万元。进口包裹粘帖金融业务宣传单24万张,金融产品面向江城客户“广而告之”。

惠农工作是落实国家乡村振兴战略的需要,更是推动中国邮政自身发展的需要。吉林市分公司着力把惠农工作落到实处,通过与地方龙头企业合作,助力农产品进城。目前,“一黑一白”自主品牌销售地方农产品809.5万公斤,粘连带户余额1412万元,合作社开立对公账户13户,新增代发金额1040万元,揽收土地流转资金1200万元,发放涉农贷款2500余万元,实现“惠农”“惠己”双丰收。

吉林市分公司每年销售中短存续期产品达10亿元,到期客户是吉林市分公司“专属客群”。跨赛期间,保险到期金额7.78亿元,这部分客户累计贡献了9.1亿元金融总资产,分别分布在余额、保险、理财重要板块中。保险产品稳定的到期收益,邮政品牌的百年国企信誉,给这些客户带来满满的安全感,也给吉林市分公司带来忠实的粉丝团,被称为“仙粉儿”。“这么多年,我一直在船营支局办理存款业务,每次理财经理徐总是热情、耐心地为我做资产配置。最初在咱们邮政买中邮保险,我还心里有点打鼓,不知道这到底安不安全,到期以后能不能达到预期的收益。徐经理和我讲,中邮保险是中国邮政自己的保险,中文字、国字号。正是这么多年她始终如一的细心服务打动了我,出于对她的信任,我买了10万元中邮保险,最后到期的收益还高过当时的预计收益。我这回还介绍了好几个邻居到咱们邮政多存钱呢!”“仙粉儿”之一的张秀芳阿姨笑着说。

对国家来说,“洪范八政,食为政首”,对邮政储蓄来说,农村客户更是我们的根本。中国邮政的资源和基础设施在农村,多数的收入和利润在农村,农村就是我们的“根据地”“大粮仓”。邮政通过农资配送服务,紧密联系客户,不仅把粮食过硬的化肥、种子送到田间,更把先进的农业技术送到地头。跨赛期间,吉林市分公司累计开展农技培训39场,惠及农户3246户。支局员工自发帮助储户收秋粮、找销路,通过微信群,累计为辖区内农户代种蔬菜、蜂蜜、蘑菇等小规模农产品56.85万公斤,揽收卖粮款8.75亿元,销售保险3.84亿元。 □赵御博

马鞍山市分公司
凝心聚力谋发展 全心全力求突破

吉林市分公司
打好邮政全品类牌 向板块协同要效益