

“弹性网格”弹性强

——江苏淮安市淮阴区分公司推进城区投递网格化运作

江苏省淮安市淮阴区邮政分公司在推进营投架构改革的实践中,推行弹性化网格运作模式,充分释放了员工发展业务的动能,在提升工作效率的同时,有效解决了以往投递模式存在的问题。

□刘春平 嵇辉

“由于网格化,我今年‘双11’头一天将邮件在18点前投递完毕,而以前最迟要到21点。”江苏省淮安市淮阴区邮政分公司投递员王忠说。今年8月,淮阴区分公司推进城区投递网格化运作,经过改进和升级,建成适合本地营投需要的“弹性网格”。

“双11”期间,该分公司共有11天快件投递量超过去年同期峰值,其中,11月12日达1.5万件,是去年峰值的1.5倍,而整体投递时效却比去年同期提前1小时,展现出新型网格的强大弹性。

多因素影响转型深入

“诸多因素影响营投销售化转型深入。”淮阴区分公司营投部经理陈学宝说。

淮阴区分公司营投部有各类用

工49人,其中,承担普服投递任务的有25人(代班5人),负责揽投的有12人(代班2人)。改革前,淮阴区分公司营投部的快递包裹进口与出班有明显的时间差异。主要是5点30分进口普邮(部分快包)、8点快包、8点10分标快等三个频次;普服处理人员为6点30分前到岗,一频次投递为7点30分左右,16个普服段16人同时出班,并在9点30分左右归班,回来处理快包后进行二频次投递,最迟13点后才能归班;快件处理人员要求7点30分到岗,10点30分出班。由于进口和出班时间不同,邮件无法统一处理,影响资源综合利用。

淮阴区分公司营投部仅有的两辆机动车负责投递普邮大客户,造成邮件量大的区域及较长段道等投递员只能骑电动车实行多频次投递。此外,普服投递员按件计酬,标快投递员按设置的基数、分段计酬,结算方式不一也影响执行效果和员工发展业务的积极性。

“弹性网格”除弊解难

基于上述问题,淮阴区分公司自8月起着手推进营投架构改革,实行“网格化”运作,将原有27个段道整合划分为5个投递网格,每个网格由3到11个段道组成。

该分公司在网格内推行经理负

责制,员工实行计件工资制。网格经理由网格投递员选举产生,负责网格内的揽投、业务发展及信息处理等工作,制定适合本网格的“一格一策”,拥有一定的考评权,并享受岗位补贴。网格采取“统分统投”综合作业模式,即统分统投一频次普邮,所有人员7点前到岗,集中处理一频次(普服)邮件,7点30分由10名投递员投递一频次(普服)邮件;剩下约20人全部处理快包和标快,于9点30分前处理完毕,连同归班的普服投递员一起投递二频次(快件)邮件,比往常提前约1.5小时出班,所有人在12点前归班,比以前提前约1个小时。他们将85个自提点中业务量较大的50个自提点设置为自提专线,并安排3辆机动车专投。剩下的自提点由投递员与机动车分别集包分送,总体比以往提前1小时送达。

“中秋、国庆双节改变了我们网格建设思路。”陈学宝说,“双节期间,城区包裹增加30%,营投部实行网格弹性化运作,如自提专线投递增加到60个、从各网格抽出5人作机动应急等,保障了邮件在规定时间内投递完毕。‘双11’也是采取这个模式,实现了人员饱和式投递。”

新网格激发效益化发展

“与去年同期相比,现在,我们月均揽收量提高了好几倍。”淮阴区

分公司营投部第二网格经理李志刚介绍说。

第二网格由原11个段道组成,现有13名员工。按照“一格一策”规定,该网格全体人员7点到岗,集中处理普服邮件,然后安排6名普服投递员于7点30分出班,其中,4人于9点提前归班,另外2人继续投递,约11点归班。普服投递员出班后,剩下的人员先处理快包,再集中处理标快,9点左右将全部邮件处理完毕,然后与4名普服投递归班人员一起扫描下段。9点30分,所有人员出班投递标快、报刊和包裹。2名普服投递员归班后,先吃饭,然后投递散户邮件,基本上与其他人员一起在12点前投递完毕。然后,14点集中出班,基本在16点前投递完毕,而以前都是在17点之后才能归班。

“弹性网格”为员工营销创造了条件。“以前,经常忙到19点,没时间与客户说话、无法营销,一个月揽收不到10件。”揽投员纪有娟说,“现在,一天能有两三个小时营销,特别是投递机关、企事业单位时我都会多问问,9点就开发了4个散户。”而投递员王忠最多一个月揽收1100件。该网格仅9月散户收入就达6.5万元,而去年网格内11个段道全年收入约3万元。到9月底,该营投部已创收近36万元,相当于去年全年的散件收入。



消防应急救援演练促进企业安全管理

11月23日,广东省梅州市邮政分公司针对当前冬季消防严峻态势,组织全体职能部门管理人员开展消防应急救援演练。该分公司邀请梅州市消防救援队的教官现场为大家讲授机关大楼消防报警、人员疏散、如何使用消防栓等基本要领,使大家充分了解并掌握多项消防应急救援技巧,提高了大家的应急救援意识。图为消防救援队教官讲授消防防毒面罩的佩戴。

□陈国红 摄影报道

“小小菜市场”带来大市场

——四川岳池县分公司城区金融破题探索

□汪奎意 段雯 文/图

“小陈,我预订一份蒜薹、一份油菜。”“小高,上次那个菜好新鲜哦,这次我一定要再来一份。”……看到大家争先恐后的预订场景,不知道的人还以为是哪个菜市场在搞促销活动。其实,这里不是菜市场,而是四川省岳池县邮政分公司在城区金融破题中所做的一个小尝试,每周,这样的场景都会在岳池县分公司的城区网点客户群里轮番上演。

后疫情时代带来的变化显而易见。岳池县分公司城区网点较多,网点所在地既有老城区、又有新城区,既有老网点,又有新搬迁的网点。在这种“新旧交叉”的情况下,如何找到新的发力点、利用流量将客户引入厅堂迫在眉睫。城区网点金融业务发展已经到了瓶颈期,同时,也是影响全局发展的关键期,如何做好城市金融破题已经摆在了岳池县分公司面前。

为了搞好破题,岳池县分公司进行了诸多尝试,每周五农家菜爆点活动就是其中之一。今年,岳池县分公

司在对合作社的日常走访摸排中,发现当地种植蔬菜的农户较多。针对合作社最关心的“销售难”问题,在一次渠道转型专题会议上,有人提出:“我们为啥不能卖菜呢?”“往哪里卖呢?”“线上还是线下哦?”一系列问题摆在了大家面前。

“往哪里卖?我们城区十几万的金融客户就是最好的销售渠道。”“线上线下可以结合,线上预订,线下配送。”……一场“头脑风暴”下来,于是,周五农家菜爆点热卖活动就这样开始了。

岳池县分公司“小小菜市场”活动于今年5月正式启动,旨在为城区金融网点引流,解决“客户不在厅堂”的窘况。活动每周五开展一次。自活动开展以来,带动蔬菜销售4450余公斤,参与客户2200余人次,累计销售理财239万元,办理基金定投31笔,销售爆款基金79万元,销售保险259万元(其中,趸交196万元),办理数字钱包416户,开通手机银行79户,快捷绑卡269户,保险蓄客390余万元。

城区金融破题的探索还在继续,岳池县分公司找到发展的痛点,采用

精准的方法,让“小小菜市场”拥有大能量,为邮政各项业务协同发展打造了一个可复制的模板。

下一步,岳池县分公司将以县、乡、村三级物流体系建设为契机,发

挥邮政一头连接惠农合作社、一头连接城区广大金融客户的优势,优化活动流程,扩大邮乐惠社区团购活动影响力,为乡村振兴助力,为邮政城市金融破题探路。



“小小菜市场”每天都吸引众多客户前来光顾。

中邮保险江西分公司

探索数字化营销道路

本报讯 今年以来,中邮保险江西分公司坚持以客户为中心,推进数字化营销试点工作,聚焦邮银价值客户,通过加快科技赋能和专业赋能,持续为邮银渠道代理保险发展注入源动力。

为深化数字化营销试点工作,江西分公司将该项目作为“一把手工程”,主要领导、分管领导全程参与,协同业务骨干蹲点试点单位进行调研、沟通和支撑,依托邮储银行CRM系统,协助试点网点通过数字化营销“六步工作法”挖掘健康险客户,共同执行“两电一信一访”的邀约动作,以节日营销为契机,抓住关爱女性健康、健康养生知识等热门话题,搭建4类营销场景,积极助力健康险业务破题。试点开展首月,6个试点网点就发展中邮健康险15.05万元。下一步,江西分公司将继续开展数字化营销工作,帮助渠道解决健康险业务“找客难”的问题,持续提振渠道发展信心,提升营销效率,提高网点产能。

□蒋骏

聊城市分公司

深入推进绿色邮政建设

本报讯 今年以来,山东省聊城市邮政分公司与各大银行合作,推动邮件包装可循环使用,推广应用绿色低碳包装材料,提升可降解绿色包装应用比例,完善包装循环回收体系,建立起资源集约型的绿色邮政包装模式。目前,与聊城市分公司合作的银行有5家,39个网点,使用可循环账包袋数量139个。

聊城市分公司全面推动减少二次包装,大力发展包装定制化、仓配一体化、运输标准化服务,持续开展“三不”专项治理,邮件二次包装和过度包装占比下降明显。到11月底,聊城市分公司不再二次包装的电商快件比例达100%;全市布放标准包装废弃物回收装置的营业、揽投网点累计209个,实现营业、揽投网点全覆盖。同时,该分公司建设环境友好的“绿色邮局”,发挥窗口示范作用,打造生态和谐的“绿色邮路”,积极培育绿色企业文化,倡导绿色办公、爱心服务,赋予聊城邮政“和谐、效率、可持续、负责任”的品牌新内涵。

□宋金秀

景宁县分公司

开启流动供销致富车服务模式

本报讯 11月26日,浙江省景宁畲族自治县邮政分公司联合县供销社,在景宁600综合服务中心举行了流动供销致富车项目启动仪式,以此促进山区群众生活品质提升和增收致富。

流动供销致富车服务项目以“浙丽供”服务车保生活、“浙丽产”服务车促生产、“浙丽销”服务车促增收为主要内容,开通流动供销致富车;结合景宁邮政惠农综合服务体系,依托景宁600综合服务中心,以邮政网点和邮乐购站点为终端,叠加“供邮致富”服务功能,为广大农民提供“购物不出村、金融不出村、销售不出村、生活不出村、创业不出村”的综合服务,确保乡村群众生活消费品供应得到全面保障。同时,通过建立农产品销售网络和平台,帮助山区群众拓展农产品销售渠道,真正服务于共同富裕的“最初一公里”和“最后一公里”。

□林景玲

邮储银行伊犁州分行

搭建开放式缴费平台

本报讯 邮储银行新疆维吾尔自治区伊犁州分行于近期开通7×24小时全天候开放式缴费平台,签约企业只要登录即可享受全方位的缴费账单管理、对账报表等服务。缴费客户可直接通过手机银行、微信“生活缴费”、支付宝、公众号等多种渠道办理查询及缴费业务。目前,该缴费平台业务累计上线28户,实现平台缴费1.46万笔,缴费金额达4227.38万元。

为给客户提供更加优质的服务,伊犁州分行组织开展开放式缴费平台业务培训,内容围绕业务办理、资金清算及系统操作等进行讲解与分析,着重对办理流程中的风险点、易错点进行讲解和警示,并介绍了常见业务、特殊业务的审核要点和办理技巧。同时,以海报、微信公众号、印制宣传册等手段,加大宣传力度。伊犁州分行以热力缴费、物业收费、幼儿园收费、停车场收费等行业重点客群为目标,推动公司客户批量和链式开发,为客户、企业提供更高质量的服务。通过开放式缴费服务全面提高资金代收能力,借助收费单位共同宣传引导缴费个人客户开立储蓄卡、信用卡、手机银行,带动个人客户绑卡以及支付服务的广泛应用。

□贾文霞

天桥茶坊

工作服,也是企业形象

□风帆

周末,笔者去商场买东西时发现商场里人不多,倒是见到快递员穿梭于各个楼层。远远望去,单凭快递员衣服的颜色就能辨别是哪一家快递。从视觉角度看,有些快递企业的浅色衣服能引人注意,但走近一看,很容易发现,有的快递员衣服上油污不堪。

快递员服装,更贴切的是称为“工作服”。工作服既然是干活时穿的衣服,那就没有了日常衣服的干净美观,整洁与否在某些快递员看来都不重要。但是,从客户的角度来看,他们对一家快递企业的印象,大多是从收寄快递见到快递员时产生的。试想,如果一个客户看到快递员衣装不整,并且衣服上满是污渍,自然会担心自己的物品是在什么样的环境中进行包装和运输,更会担心自己寄出的物品会不会也被弄得满是污渍,这自然会影

响客户对企业的印象以及客户最终的选择。企业常常为树立一个好的形象,花重金拍宣传片、做推广活动、在多种媒体平台上打广告,以此吸引更多的客户。但树立企业形象,更应该从快递员给客户留下整洁的印象这些点滴小事上做起。中国邮政的快递员能抵达中国领土范围内的每一个地方,他们的服务覆盖中国领土范围内的每一个人,他们能够带给客户最直接的服务感受与企业形象。可以说,他们是中国邮政最好的形象代言人。那么,树立企业形象,不仅是在服务态度、言谈举止上,而且也要体现在员工的工作服上。所以,一件日常穿着的工作服的形象,企业也应重视起来。

虽然衣服的颜色与耐脏度不能兼得,但快递员可以提高自身的整洁意识。好的服务态度配上整洁的服装,“软件”与“硬件”齐备,才能给客户带去最好的服务体验,从而塑造出良好的企业形象。而企业管理者也要多注重快递员外在形象的管理,例如配发便携式污渍清洁剂,保证各岗位工作人员衣装的整洁,让那抹靓丽的邮政绿永不褪色。