

创新带来的改变

——四川成都锦城经营部步入寄递业务发展快车道

核心阅读

四川省成都市高新区邮政分公司锦城经营部加快推进揽投平台销售化转型,加快推进内部承包等机制创新,以客户为中心,对标市场,通过高效细致的服务,不断激发经营活力。

□曾祥文 陈诗磊

锦城经营部位于四川省成都市南部高新区,高楼林立的繁华商圈,不仅有巨大的寄递市场,更意味着激烈的市场竞争。截至去年底,成都市高新区邮政分公司锦城经营部实现寄递收入3093.63万元,收入规模节节攀升,成了邮政“网红”站点。在竞争几近“惨烈”的商圈,这份成绩单更显得难能可贵。

服务 工匠品质之优

锦城经营部门店正门前因特殊不能停车,员工便在经营部后门的便道停车和装卸邮件。“把这些快件装好,第一频次投递的邮件就差不多了。”揽投员李志伟说。他平均每天需要投递200件快递,高峰时每天可达500件。9点,李志伟驾车来到悠方

商业综合体地下车库。“物业同意我在这个拐角处可以临时停邮车装卸邮件。”李志伟笑着说。

商业区写字楼客户邮件大多为文件资料,他手脚麻利地将邮件卸到小推车上,钻进货梯上楼。第一位客户是一家律师事务所。工作人员肖女士熟练地签收了邮件。“他很细心,从不出错,服务态度非常好,有时刚走没多久,我们打电话又让他回来取件,他立即返回,从无怨言。”肖女士笑道。

每天7时30分左右,不管是严冬酷暑还是天晴下雨,李志伟都会准时到达经营部。“经营部每天会来三批邮件,不管什么时间,我们都要保证以最快时间将邮件送到客户手中。”李志伟说。

李志伟负责的悠方商业综合体段道中,仅写字楼中的入驻企业就有上百家。但对于每天微信步数超2万步的他来说,这些地址他都熟记于心,还不时地给其他快递公司配送员指路。17时,李志伟来到中国人寿四川省分公司,收寄发往省内各地的保单,协助客户搬运、分装、打包……“这个单位是我负责的重要商企客户,平均每天都要发寄200多份

保单。有时还会加班处理到晚上11点多。”李志伟边贴单边说,“我家人知道我工作辛苦,都很支持理解我。我也希望提升业绩,多挣点钱,让他们都过得好点。”

机制 创新加盟之活

在锦城经营部,还有个让李志伟佩服的同事王宗胜。2021年9月底,高新区分公司到锦城经营部宣讲“激发经营前端活力”的方案,鼓励大家在推动寄递业务发展的同时,提高个人收入。王宗胜在充分考虑了多重因素后,试水“加盟制”,从“员工”摇身一变成了“老板”,通过自身努力,尝到了“甜头”。

“虽然要交保证金,还要分摊物料和车辆油料、维修等费用,但实现寄递业务收入目标的利润分成也高了。我算了一笔账,这个‘加盟制’还真是有搞头!”王宗胜说,“我现在请了两个合作伙伴,如果实现了收入增幅目标,就可以享受到公司制定的高利润分成;如果实现不了这个目标,不仅收入分成比例会降低,我还有人工成本的压力。”

就像王宗胜说的,机制搞活了,他们发展业务的积极性更高了,收入也就更高了。王宗胜当了“老板”后,他的团队散件揽收量大幅提升,从以前的每月人均155件到现在的每月人均434件;同时,还合力开发了两个优质单

位客户,完成的寄递收入也增加了40%。“根据统计数据,抛开另外两个人的工资,我上个月收入应该接近2万元,翻了近一番。”王宗胜笑着说。

“以前快到中午下班的时候,都能看到王宗胜,现在不到下午一两点根本看不到他的人影。他比以前更卖力了!”看到王宗胜的变化,李志伟除了佩服,还有向往,“从以前的单纯搞投递,到营揽投一体,再到现在的‘加盟制’,这是邮政参与市场化竞争的趋势。以后如果有合适的机会,我也想去干加盟!”

市场 精耕细作之深

对于李志伟和王宗胜的工作能力和工作表现,锦城经营部经理何鑫给出了肯定的评价:“他们两个人都是我们经营部的典型,李志伟是‘成都工匠’,是高效揽投、优质服务的代表;王宗胜是‘开路先锋’,是搞活机制、敢打敢拼的代表!”

锦城经营部周边写字楼众多,客户群体主要是金融、咨询、科技等行业企业客户,对寄递价格不敏感,但服务要求极高。因此,锦城经营部在市场梯次开发上下足了功夫,为部分重点政务、商企客户量身定制服务,还通过灵活定价,保障了邮件理赔服务,得到了客户的认可,占据了30%的市场份额。

此外,锦城经营部还与部分商圈物业共建,通过邮政自营、邮快合作的运营模式,成功打造中航小邮局等4个小邮局,为商厦业主和小区居民提供了更安全快捷的用邮服务,得到了成都市相关领导和广大群众肯定。

面对来之不易的成绩,何鑫并不满足,而是时刻保持清醒。每天在晨会上,都会要求大家比市场、比服务、比收入。“我们网格还不够细不够深,网格人员只有竞品的三分之一,响应速度不及竞品。”何鑫看着经营数据,直言不讳地说道,“我们的邮件进出口频次较竞品少了一半,我们必须把服务做得更好、更扎实,才能持续扩大市场份额。”

“锦城经营部有29人,现在已经有7人通过加盟的方式,自己当上了‘老板’。有的自己招人,缓解格口人员不足的问题,有的整合资源、优化服务,拼市场、抢客户,大家干劲十足!”有了“加盟制”这个砝码,何鑫谈及市场竞争,信心更足了。

“‘加盟制’推行以来,也面临一些问题,主要是当前还缺乏完善的管理系统,从项目启动流程到数据统计分析,以及各类核算工作等还需要人工完成,效率还有待提升。”高新区分公司副总经理汤限凌表示,下一步,他们将优化数据统计方式,简化核算流程,逐步解决这些影响发展的“拦路虎”。

□刘其成 郑浩楠

2021年9月,江苏省南京市工业职业技术大学采取市场化方式,与南京市邮政分公司合作,共推校园快递服务中心集中化、智能化、规范化管理建设。作为南京市分公司首个基于菜鸟系统自主运营的全自助取件校园快递服务中心自启用以来,与9家品牌快递企业开展合作,累计代投邮件(快件)量为58.4万件,日均代投量达6200件;揽收邮件(快件)量为1.6万件,日最高峰值达607件。该服务中心毗邻食堂与宿舍区域,面积达310平方米,营业时间为每天的8点30分到20点30分。基于客户动线体验和生工作业需要,设置寄件(客服)区、自助区、存放区、取件区和卸货区5大功能区,每日为近5000人次提供寄取件服务。

管理加码,规范运营。南京市分公司引入前期孵化机制,市场营销部客户营销中心协同属地栖霞区邮政分公司组建项目组,负责标准化校园快递服务中心建设运营。据项目组负责人刘经理介绍,在实践过程中边优化、边固化,从系统管理、协议签订、代投代收、投诉赔偿等方面对全环节流程总结提炼,编写运营管理手册。项目组着重对运营中遇到的问题进行系统性梳理,共6大类20条,并给出具体解决办法,为后续项目承接以及复制推广提供指导。

免取件码,按图索骥。存放区配有80余组5层货架,最多能留存快递9000余件,扫码入库后,按“货架号一层数一四位编码”生成取件码,实时推送短消息。为便于师生按图索骥,在入口处放置各快递专属货架分布图;明确码放标准,通过“日移库,周盘库”重复推送,及时处理通知失败以及滞留快件,提醒学生尽快取件压降库存。

用身份证,自助取件。“扫码更方便,用上了5台高拍仪后再也不用排长队了。”这是师生取件时的心声。服务中心配有5台高拍仪,利用“菜鸟”身份证实现“全自助”取件。即便是“双11”期间峰值量达1.3万件的情况下,也能保证邮件快进快出。于运营者而言,相较于传统的把枪手动出库方式,高拍仪取件照片上传云端的功能为错取件等异常问题处理提供了极大便利,大大减少了管理成本。这也是几经对比而最终选择菜鸟系统的原因之一。

配齐两码,畅享寄件。收寄台配有二个二维码,一张是驿站寄件二维码,另一张是EMS散户拉新客二维码。“我们在充分尊重学生自主选择快递公司的基础上,针对文件凭证、3C贵重品等,推荐EMS并建议选择保价邮件。因为保价邮件采取单封单交,安全性更有保障。”每天营业终了,项目组当班人员会到EMS官网“跑数据”,针对前一天发运邮件查询投递进度。为了让学生“轻松回家”,从元旦到1月10日学校放假,服务中心营业时长延长至13个小时,发运频次增至4趟次。用应收尽收、应发尽发的服务赢得学生的认可,短短10天便收寄3577件。

开发加码,校企合作。“增量市场研究”是南京市分公司高校进驻工作的发力点,场景叠加和流量转化成为试点小切口。对内,开展“金陵农产品汇”“我为家乡代言”等引流活动;对外,基于“万物皆可邮”的理念,承接“线上云打印”材料自提、半日达等校园落地配业务。除基层实践,该分公司还坚持顶层设计“两条腿”走路。得益于“首席客户经理”拜访制度,成功推动校方将服务中心隔壁房间(约90平方米)免费提供给邮政,共建“南工乐群校园邮局”,并整合快递服务功能,实现品牌一体化运营管理。

“发挥项目试点对校园进驻开发工作的示范、突破、带动作用,探索内部承包运营模式,结合学生勤工俭学、创新创业孵化等需求,深化校企合作,更好地为师生提供服务。”市场营销部客户营销中心经理杨剑说,他们致力于打造一个集邮政普遍服务、快递服务、综合服务、专业技术实训、学生创业支持、学生就业实习于一体的开放式综合服务平台。

南京邮政:「码」上加「码」
畅通校园快递「最后一公里」

给春节投递提个醒

春节临近,邮政寄递业务将进入旺季。业务越忙越容易出现,旺季更要注意抓好邮递服务质量。

抓好营业收寄。营业收寄是邮件寄递的第一环节,要特别注意把握好邮件包装符合规定、怕震易碎物品妥善包装、交寄禁限寄物品符合规定这三种情况。对于邮件包装,凡用户自行包装的包裹要注意检查包装质量,遇有反复使用过多次的旧包装布或旧纸箱以及脆弱纸箱,经鉴定不能保证内件安全的,应耐心向用户说明情况,要求用户更换包装后再寄。对用塑料箱做邮件外包装的,建议用户增加布袋套封,以避免箱子破碎散失内件。收寄怕震易碎物品,要进行安全确认,不能确保邮寄安全的贵重物品,可建议用户使用物流业务或者自行携带,不要为了增加营业收入而盲目收寄。发现有禁寄物品的,要坚决按照有关规定拒绝收寄;限寄物品要严格执行业务限量,不可超限量收寄。要把严格制度和优质服务紧密结合,在规章制度允许和条件具备的情况下,尽力帮助用户完成相关邮件寄递。确实不能帮助用户完成邮件寄递时,要按照规定对用户做好说服解释工作,让用户明确法律法规和利害关系,给予理解和配合。

抓好安全投递。安全投递主要包括两个方面,首先要保证邮件携带安全;其次要保证投递途中安全。节前邮件量大增加,投递员要将汇款单、挂号信、信函型特快专递等给据邮件装入投递背包,随身携带,以防丢失或被盗。严禁违规把邮件夹带在报刊中投递,因为报刊夹带邮件投递不仅容易出

现错投、漏投、延误等差错,同时还会因报兜不防雨而被雨雪打湿,造成邮件损毁。投递员出班前要检查车辆,冬季天气寒冷,如大风、雨雪、路面结冰等,都会给投递工作带来一定困难。因此,投递员出班前要检查车辆的刹车线、制动踏板(包括握把手刹)、胎压等进行检查,摩托车要加足全程所需燃油,电动车要保持电瓶电量充足,自行车要保证能正常骑行。同时要把“禁酒”作为重中之重,严禁酒后出班,更不得途中饮酒。春节前后单位聚餐、个人家宴等较多,投递员上门投递时如遇邀约,应婉言谢绝,切不可因饮酒而延误邮件投递,更要注意避免因饮酒而引发交通事故,这样才能确保邮件的安全投递。

抓好快件时限。春节之前礼品类快件增多,会给邮件运输、投递增加一定的工作量,相关环节应提前做好预案,确保快件的运输和投递时限。邮件运输部门要根据节日邮件的流量流向,增加运力,灵活做好快件疏运和应急处置,避免快件滚存,确保节前收寄的快件在规定的时限内运抵寄达局。投递部门对礼品类快件要尽量亲投本人,以确保投递准确无误。对不能及时妥投的快件,要批注详细原因。对收件人拒收的快件,须由收件人本人签字方可退回。对有妥投协议的单位,也要电话联系指定的收件人,告知其相关快件的妥投地点和时间,以确保其按时妥投。对春节期间提出特别要求的用户,如收件人不在原址,要求暂存或投送其他地址的,投递部门要按规定进行特殊处理,尽量满足用户要求。

□周岐彬



智能无人配送车助力包裹投递

近日,安徽省南陵县邮政分公司正式启动使用L4级智能无人配送车进行快递包裹投递工作,以此践行科技赋能,加快推进寄递“智能+”转型步伐。首次投入使用的无人配送车共有5

辆,单频次可实现150件左右的快递配送。疫情防控期间,智能无人配送车可充分发挥“无接触、自动化、全天候”的优势,为客户提供更为安全的无接触末端配送服务。 □孙康 摄影报道

奉节脐橙加速“奔跑”

□邓红梅

“好快!从重庆奉节到江苏南京的邮件只用了2天,简直不可思议!”1月11日10点58分,包先生在收到南京市邮政分公司中山陵营业部派送的奉节脐橙邮件后,连声称赞。1月9日22点20分,“奉节—南京”首趟脐橙直发邮车成功发运,不到1天时间就抵达1000多公里外的南京邮区中心。

近年来,结合惠农项目和乡村振兴战略,奉节县邮政分

公司通过整合渠道、寄递和金融等资源,深度嵌入脐橙产前、产中、产后三个环节,开启脐橙运输绿色通道,确保奉节脐橙供得上、卖得出、运得优,多措并举助力奉节脐橙走向全国。尤其是2020年建立奉节脐橙全国农产品基地以来,奉节县分公司积极与当地农民合作社合作,突出邮政渠道产品保真、价格适中的特点,开展集订分送、线上抛单销售模式,将脐橙远销黑龙江、吉林、青海、陕西等多个省份,实现销售额

1508.61万元。

值得一提的是,2021年以来,奉节县分公司充分发挥协同优势,大力推广“销售+寄递”模式,借力重庆市邮政分公司拓展“渝快递·渝快递”大同城业务的契机,积极拓展特色农产品寄递市场——成立脐橙项目领导小组和4个专项工作组,设立7个脐橙收寄片区,80多个脐橙代收点,实行分级管理;充分利用邮政点多面广的优势,通过车身搭载广告、投放DM宣传单及微信朋友圈推广

等方式,加大脐橙寄递宣传力度。

在确保运营时限上,集团公司和重庆市分公司也给予了大力支持,在回兴邮件处理中心特设“绿色通道”,优先处理来自奉节的生鲜类邮件;开通奉节至江苏、广东等省份的脐橙专线运输邮路,由奉节县分公司根据出口至江苏、广东的脐橙快包邮件流量流向,做好生产作业组织调整,实行动态组织直发,避免运输浪费。

越是临近春节,脐橙销量越好,对处理场地能力要求越高。因现有邮件处理中心场地有限,奉节县分公司还临时租

赁脐橙处理场地,逐一做好邮件收寄、码放、封发等,从邮件收寄源头抓起,确保脐橙邮件信实相符,各流程环节相扣。1月1日至10日,奉节县分公司仅用10天就收寄脐橙邮件21.25万件,实现收入189.76万元。其中标快收寄8.46万件,同比增长43.02%;实现收入71.44万元,同比增幅为74.71%。

奉节县分公司总经理罗黎直言:“下一步,我们将继续结合邮政自身优势,加强与当地政府的沟通交流,以市场为导向,积极拓展销售渠道和流通方式,助力果农增收和脐橙产业发展。”