

在2021—2022年全国邮政代理金融跨年度营销活动中,各地邮政立足自身资源禀赋,强服务、搭场景、建生态,各展所长,多措并举,服务客户,培育客群,提升价值,通过零售业务批发做,有效支撑基层聚客、获客、活客、蓄客、黏客、获金。他们通过生态衍生促存款,多方赋能活金融,谱写了代理金融发展的新篇章。

# 生态衍生促存款 多方赋能活金融

——代理金融跨年度营销活动经验分享

近10年代理金融跨年度专项营销储蓄存款发展情况



## 杭州 科技赋能 创新驱动

浙江省杭州市邮政分公司坚持传统与创新两条腿走路,线上与线下两条线并进,瞄准发展短板,在“八大市场”开发上不断探索突破,全力推进金融业务转型发展,连续两年金融收入同比增长超10%,连续三年金融总资产新增超百亿元。今年首季全市金融收入同比增长10.19%,AUM新增超50亿元,储蓄存款余额突破700亿元,位列全国邮政前茅。

### 深度开发商圈平台

杭州市分公司上线了“邮生活商圈平台”,搭建起邮政金融专属商圈。“邮生活商圈平台”搭载了微信小程序,整合了收单、积分兑换、会员服务等功能,打通了商户、客户、网点间的生态圈。网点筛选周边日客流量大、产品接地气、在居民口碑好的商户商品入驻平台,丰富微商圈,既形成资金闭环提升商户活跃度,又依托银行与商户客流实现客户双引流。

为进一步扩大邮政金融商圈影响力,杭州市分公司不断深化“邮生活商圈平台”应用。基于平台积分兑换功能,推出“邮生活爆款礼”。根据前期客户兑换券喜好和高端需求,携手商家按档提供不同礼包组合,如海鲜大礼包、土猪肉套餐、老年健步鞋等,在丰富客户权益的同时,实现积分成本压降,带动客流提升和资产提升。以“邮生活商圈平台”搭载传统客户节,组织线上活动,补齐线上经营短板。针对新客户开展“新客日领券”活动,培养客户用卡习惯;针对达标客户开展“1元超值购”活动,促进客户资金提档;针对快捷绑卡新客户开展“满减”活动,加快客户消费场景渗透。截至3月末,该平台累计入驻商家1038家,注册客户15510户,举办活动2717场,发放活动券27714张。

### 聚沙成塔搭场景

为加快场景获客、活客,杭州邮银协同,创新批零售联动新方式,推出“智慧食堂”。“智慧食堂”以企业内部食堂高频、刚需消费场景为切入点,通过手机银行满足食堂场景线上化结算需求,为单位员工提供二维码及人脸支付、在线订餐充值等服务,为食堂经营管理方提供用户管理、自动计价、报表查询等功能,有效减轻人工成本、规范食堂管理,提升职工就餐体验。

“智慧食堂”的上线,为单位客户开发提供有力抓手,为零售业务批发提供坚实保障。2021年9月,杭州市分公司自有食堂作为全国

邮政首家“智慧食堂”完成改造上线。截至3月末,全市累计发展“智慧食堂”13家,服务个人客户5268人,每家“智慧食堂”手机银行平均活跃人数1404人,线上消费金额176万元。

### 数字高效触达“长尾客户”

杭州市分公司推进“数据跑路促长尾”,联合第三方服务公司上线“AI智能外呼”系统,通过筛选目标客户、发起电话外呼、人工二次跟进的简单操作,高效完成客户意向筛选和活动邀约,补齐客户开发短板,让员工精力花在“刀刃”上。

杭州市分公司创建的旺季客户节营销场景,针对大量“长尾客户”,通过AI智能外呼批量开展客户节宣传,扩大触达面,以“到访礼”为抓手邀约客户面谈。创建的理财营销场景,针对外来务工客群,抓住春节返乡前时间,批量宣传年货节活动、理财产品等,锁定客户资金,做好防流失;针对青年客户、代发单位员工等,以随时申赎的理财产品为抓手吸引客户资金,做大理财客户规模。创建的生日祝福场景,针对存款万元以下客户,生日当天开展外呼,替代传统短信祝福,并同步开展厅堂到访邀约。

### 协同合作多点开花

杭州市分公司依托板块协同合作,做实场景融合、渠道复用。

在金融与寄递、银行协同方面,依托警医邮场景开展信用卡营销。充分利用警医邮网点日客流量大、客群质量高、流程等候期短等优势,由邮储银行信用卡团队驻点,一对一针对性开展车主卡营销,并完成首刷激活;针对新车车牌寄递客户,协同参与投递过程或附带宣传单实现潜在营销。目前,全市警医邮场景本年信用卡转化率近40%;发放信用卡7138张,新客率达98%,激活首刷率达90%。

在金融与寄递协同方面,依托中邮驿站渠道开展客户引流。梳理下安全市中邮驿站站点信息,依托中邮驿站代投、取件客流量,通过金融网点员工驻点宣传、线上虚拟卡申请、线下体验等方式,发放引流券、宣传单,邀约客户到网点开展针对性营销,实现寄递客户至金融网点引流,借助驿站辐射补足社区客户触达短板。探索与社会快递驿站对接,以点带面加快社区拓展。

□吕依依

## 保定 聚焦网点 转型增效

河北省保定市邮政分公司在跨年度营销活动中围绕“抓客户、上规模、调结构”,以高质量发展为主线,通过“比学赶超”、争先进位,激发网内生动力,形成代理金融发展新局面。截至3月31日,该分公司储蓄存款新增62.2亿元,储蓄存款余额达到533.1亿元,点均余额3.89亿元,列河北邮政第一位。

### 聚焦AUM 强化金融发展新思维

保定市分公司瞄准价值客户特别是高净值客户的资产配置需求,提供“存款+保险+基金+理财+信用卡+手机银行+电子支付”等一揽子产品配置方案,根据客户现金流和使用周期,为客户量身定制资产管理方案,为高净值客户提供专属服务,达到财富最大化,实现AUM与储蓄存款相互衍生,循环提升。

保定市分公司聚焦存款结构调整,重点发展商户收单资金沉淀和快捷绑卡业务,对收单商户和青年客群进行精准营销,以商户促快捷绑卡,以快捷绑卡提升商户资金沉淀,有效提高活期余额占比。

### 聚焦精细管理 取得客户维护新突破

保定市分公司结合CRM系统制作了“网点行为管控日报表”,提升了客户维护效率;举办了“财富管理课程”系列培训,并在每月开展一次实战竞赛来巩固培训成果,通过各网点名次排位、有效奖励等措施,提升金融服务能力。

客户是业务发展、收入增长的基础。面对越来越激烈的市场竞争,如何扩大客户规模、提升客户价值是亟须解决的迫切问题。

精准外拓走访获客。自2021年10月份以来,保定市分公司开展了“百日外拓大走访”活动,以网点为阵地,确定走访目标,绘制“作战

地图”,分片分村确立走访关键人,通过关键人帮助召集和引荐,实现精准获客;走进村社、走进小微企业召开答谢会,实现批量获客。活动期间,共计走访客户17万人次,新增价值客户2.2万户,新增储蓄存款20.8亿元。

厅堂活动引流聚客黏客。保定市分公司通过组织艺术插花、口红制作、蛋糕制作等手工DIY活动,对中高端客户进行维护;通过开展厅堂微沙龙、邮惠积分兑换活动,对中高端客户进行维护,增进与客户的感情,提升客户黏度。活动期间,共计开展各类活动1.1万次,引流客户达到40余万户。

### 聚焦网点发展 树立标杆“比学赶超”

唐县邮政分公司罗庄营业所周边的村镇养殖户众多。该网点以特色养殖户为主攻客群,为每个养殖户建立档案,利用喂养时间和到养殖场面访养殖户,请来养殖专家传授经验,通过常年的外拓走访,与养殖户建立了深厚的感情,获得了源源不断的养殖资金存款。在短短几年内,从一个空白乡镇网点发展到余额规模达5亿元的典型网点。

蠡县邮政分公司南庄营业所储蓄存款规模突破10亿元,在全市邮政中排名第一。南庄营业所周边有两家大型企业。该网点针对这两家大型企业开展专属活动,向企业员工发放专享优惠券,凭券到网点办理业务可参与双倍积分活动,实现客户引流和资产提升。活动期间,共发放优惠券600余份,新增代发工资683万元。

在标杆网点的带动下,全市代理金融网点学标杆、争先进,为跨越发展夯实了基础。目前,保定市分公司余额5亿元以上网点占比达21.74%,余额3亿元以上网点占比达47.83%。

□张晓晖

## 四川 协同合作 差异化竞争

四川省邮政分公司整合内外资源,积极融入地方经济社会发展,对内协同、对外合作,创新打造金融客户服务差异化市场竞争力。组织开展“+金融”系列特色服务,如“寄递+金融”推出“天府年货优惠寄”;“渠道+金融”推出“盐源苹果优惠购”;“报刊+金融”推出“素质教育主题邮局”;“文传+金融”

为商户叠加微信“附近推”;“分销+金融”推出“泸州老酒邮惠购”;“消费+金融”推出线上引荐中邮消费“老带新、新人礼”等活动。

四川省分公司还在线上线下叠加政务便民服务,将邮政寄递嵌入人社便民服务。截至3月末,四川省分公司与四川省税务局共建“天府·

税邮驿站”2085个,办税客户金融转化率达到30%;与四川省退役军人事务厅共建退役军人“服务超市”178个。跨年度营销活动期间,四川省分公司新增储蓄存款411亿元,创历史新高,同比多增134亿元,新增价值存款占比102%,客户AUM突破6000亿元。

## 浙江 加快转型升级 综合经营提产能

浙江省邮政分公司升级转型跨年度营销活动打法,加快做储蓄向做客户、做生态转变,狠抓综合经营,通过客户增长、场景搭建,实现资产规模提升。

浙江省分公司聚焦养老金户、商贸户、代发户、外出经商务工人员、外来务工者、周边村社客户6大客群,深耕本地、兼顾外地,跨年度营销活动期间,新增有效客户21.2万户,同比多增8.5万户。抓项目获客,通过批零售联动,千方百计寻求重点项目的突破,常态化狠抓

代发、社保、收单业务,新增代发1280家,新增社保30.7万户,新增智慧收单754家。抓协同获客,通过邮银协同,以引荐邮享贷、中邮消费贷、信用卡为抓手,利用数据实验室及CRM系统平台,筛选目标客群(白领客群、年轻客群等),精准营销,线上引荐中邮消费贷新增1337万元;通过专业协同,把警医邮、中邮驿站、寄递代发代扣、邮乐购站点、邮务网点作为引流获客的重要途径,寄递累计代扣资金达6.24亿元。

抓营销活动,开展连续6期超值1元购、18期周六粉丝节、女神节秒杀、10月国庆大放“价”“感恩有您”客户回馈、11—12月在“浙”里过年、春节福虎生风等活动,并联合中邮消费开展线上引荐“老带新、新人礼”营销活动,充分发挥京东E卡等权益,开展综合营销,累计吸引22.4万户客户参与。该分公司累计新增AUM460.5亿元,新增储蓄存款365亿元,创历史新高,余额规模突破4000亿元。

## 云南 轻型发展 科技赋能

云南省邮政分公司在跨年度营销活动中注重科技引领活金融,积极优化布局,为金融网点科技赋能,按照存款规模2亿元以上网点配置“1台STM或CRS+2台ITM”,2亿元以下配置“1台STM或CRS+1台ITM”的原则,动态调整辖内在行式CRS、ITM、移动展业等自助机具配置,进一步压降现金台席,优化理财区、VIP

服务区动线布局,提升客户服务体验。

云南省分公司加大手机银行转账免费、活动优惠等宣传力度,引导客户参与各类手机银行线上权益活动。同时,将省内收单商户的特色权益对接手机银行移动商圈模块,组织开展富有本地特色的获客、活客类线上营销活动,落实“开户一开通手机

银行一绑定快捷支付”一站式营销。持续推广应用数字营销平台,组织开展烟草、万寿菊等农特产业客群线上营销活动,发挥邮政企业多业态经营优势,强化与行业科技服务商合作,推进智慧校园、智慧食堂、智慧医疗、智慧商超、智慧批发市场等行业综合解决方案落地,新增月日均存款92.2亿元。

## 鸡西 以客为本 提质增效

黑龙江省鸡西市邮政分公司深耕精耕务农客群,在2021—2022年代理金融跨年度营销活动中新增月均储蓄存款14.53亿元。

### 场景营销 联动获客

鸡西市分公司通过场景营销,实现联动获客。组织各网点有效开展“1+3”营销模式,将开卡量与手机银行、短信、快捷绑卡等重点业务组合营销,助力联动获客。同时,利用手机银行抢购优惠券、领取权益礼品、推荐有礼等优惠活动,实现权益引流、互动活客、裂变获客、场景蓄客。

结合企业微信BSC数字化营销,鸡西市分公司依托CRM平台,针对不同客群分批次、递进式开展营销活动,提供个性化的服务,让线上的服务有温度、有互动,通过以智能、开放的方式实现客户精准营销。组织开展“二十强”金融网点劳动竞赛活动,将储蓄增额、期交保险、快捷绑卡、邮支付、手机银行、代发工资、短信、非货币基金、定投、理财保有量、简易险、信用卡引荐等12项业务进行积分评比,分享最佳实践,督促落后网点,提升渠道获客、黏客能力,促进金融业务增量转型。跨年度营销活动期间,该分公司新增代发单位48个,手机银行月活户数达到6.6万户,进度达102%。

### 积蓄动能 服务活客

鸡西市分公司先后制定农粮“九表一图”、城镇“三表一图”,形成客户走访目标管理统一模板,在网点开展“作战地图”全部上墙活动,组织网点负责人运用CRM系统精准定位客户、锁定客户,实现全市规定动作“齐步走”。

为解决增量不增收的问题,鸡西市分公司大力调整储蓄存款结构,组织网点开展零元客户盘活、价值客户临界资产提升等活动,并依托客户积分商城,通过“办业务享积分、用积分换好礼”促进积分活客蓄客,从而累计新增有效客户1.15万户,新增价值存款占比95%。

□李继伟 刘梅

本版内容由集团公司金融业务部提供