



# 服务加“邮”生活添彩

## 广州邮政 渠道赋能 场景获客

“服务选邮政，生活‘邮’保障。”今年邮政“919电商节”，不仅汇集了众多特色商品，在线提供红包、满减券等购物福利，为消费者营造“买买买”的欢乐氛围，还协同金融、寄递板块提供了普惠保险、邮件自提、农资“优惠购”等便民惠农服务，进一步促进城乡公共服务均等化，为群众生活增姿添彩，体现了邮政作为行业“国家队”的责任担当。

各地邮政发挥渠道优势，汇集商流、物流、资金流、信息流，借助“邮乐小店”“中邮车务”“邮生活”等平台，利用客户沙龙、产说会、订货会等方式，打造出“线上+线下”“网点+站点”多场景引流模式，有力地促进了业务联动、客户拉新、会员激活、流量变现等工作，充分展现了邮政的协同优势，为“919电商节”做大商流规模、提升平台能力、扩大品牌影响创造了有利条件。

在广东省广州市江湾桥南邮政支局门口，一块醒目的“穗安行”电动自行车保险宣传牌吸引了市民的关注。“为自己、也为他人负责，而且一年只需98元，也不贵。这个保险钱还是不能省。”刚参加工作不久的小陈在办理完电动自行车上牌业务后，毫不犹豫地买了一年的“穗安行”电动车第三者附加车上人员责任险。

据了解，“919电商节”期间，为做好电动自行车保险营销转介，广州市邮政分公司加强线上线下联动，在办理线上

预约上牌业务时，同步推送保险业务提醒；在线下常态化落实网点地推工作的同时，在网点设置报到区、转介销售区、等候区、查验区等，结合业务场景，开展多样化转介服务。客户进入网点，由网点经理接待，现场一对一导入营销。同时，对电动自行车上牌流程与客户动线进行优化，明确网点人员安排，联动促进客户叠加保险业务转化率。

广州邮政结合交管部门对电动自行车上牌管理规定，走进社区、乡镇，

设立流动上牌点，提前对附近的居民进行宣传，普及电动自行车安全知识；在社区、居委会等日常信息发布群发布驻点信息，让居民知悉邮政驻点上牌的便民服务。在此基础上，同步开展金融业务宣传，推动电动自行车普惠保险业务发展。

为服务好电动自行车驾驶员这一客群，广州邮政结合“919电商节”活动资源与政策，强化市场宣传，联合美宜佳超市进驻社区，为社区客户提供电动自行车保

险产品转介服务，多元化整合活动资源权益吸引客户，做好业务叠加和权益提档升级。同时，通过线下网点开展客户沙龙、答谢会，拉动电动自行车保险转介规模，助力增值业务规模提升。

“919电商节”期间，广州邮政充分利用电动自行车上牌这一业务场景，进一步拓展获客渠道，对电动自行车客群提供“专业、专属、专享”服务，提高保险业务转化率，以上牌量保业务价值，以服务质量保经营效益，以经营效益促项目发展。8—9月，广州邮政电动自行车保险业务共投保11.7万笔，保费规模达1262万元。

□何金校

## 福州邮政 “全员做导购”为电商节“上分”

第六届邮政“919电商节”启动后，福建省福州市邮政分公司迅速召开专题会议，提出通过“商家联动”“客户联动”“线上线下联动”“站点联动”“板块联动”，积极开展“全员做导购”创新营销活动，全面构建邮政农村电商新生态。

围绕电商节预热期以及“点爆日”活动，福州邮政整合线上线下渠道资源，做好商品组织、活动筹备、客户邀约等工作，动员全员联合推广造势，营造全民狂欢购物节的火热氛围。安排专人将“919电商节”主推产品、宣传素材、朋友圈话术等在微信群、朋友圈广泛传播，要求在岗员工

每日转发不少于1次，为平台引流。利用LED显示屏、广告机等设备，在营业网点开展“点爆日”点亮活动，在固定时段仅播放“919电商节”宣传视频，开启霸屏模式。同时，各板块密切协同，针对金融积分客户、合作企事业单位、商务礼品市场、员工福利市场、团购及个人消费市场等重点客群、重点市场进行营销宣传，采取二维码引流、实物展示、微信分享等形式与客户互动，以线下惠客为线上引流，充分发挥全网、全员的力量，全面提升平台流量。

积极构建“全局总动员”的协同营销场景，为旺季生产蓄客赋能。

与金融联动，利用“919电商节”推出的爆款产品、万单商品，开展会员金融积分兑换，提高客户的黏性和转化率。以代理金融网点为中心，依托“社区团长+金融网点团长+电商服务团长”，积极推进社区团购进楼宇、进社区，通过万单商品来宣传引流，借助“邮乐优鲜”的“预售+自提”模式，提升网点客户流量和会员活跃度，助力金融业务发展。梳理金融客户资料，筛选出优质客户，通过电联、走访等方式，邀约客户参加保险、理财产说会及

答谢会等线下活动，融入“919电商节”特色活动，提升客户体验。

与寄递联动，为线下揽收搭建营销场景。在投递车辆上粘贴“919电商节”宣传画、宣传贴，利用上门收寄和投递的机会，开展“919电商节”宣传；引导寄递客户领红包、抢福利券、参与“优惠购”，为邮乐平台引流，实现业务协同发展。

截至9月20日，福州邮政已成功打造1个“邮乐小店”万单产品，交易额近40万元；1个“邮乐优鲜”万单产品，交易额为58.8万元，成为全省邮政首个双过万单的地市级分公司。“919电商节”期间，福州邮政累计实现网络零售交易额333.08万元，完成率为104.09%，均列全省邮政第一位。

□王霞

## 保定邮政 “优惠购”送农资进村

“乡亲们，咱的冬小麦要开种了。今天，在我们活动现场购买农资不仅有优惠，还可以参加抽奖……”9月5日晚上，在河北省保定市高碑店市岐山村村邮乐购站点瑞学超市门前，一场农资“优惠购”活动正在火热进行。通过前期支局和邮乐购站点进村走访、宣传预热，活动当晚吸引了百余名农户参与，现场预订农资5.8吨，发展意向存款55万元。

高碑店市邮政分公司高度重视农资销售工作，通过早预订、早销售、早配送，实现农资销售“三早”，提前抢占农资市

场。通过组织“邮掌柜”、邮乐购站点开展农资“优惠购”活动，加大对本村及周边村庄宣传引流的力度。同时，对种田大户等重点客户进行专项精准营销，扩大销售规模。9月以来，高碑店市邮政共组织农资“优惠购”5场，预售化肥31.2吨。

“老杨，再给我来100袋化肥，明天能到不？”熟悉的大嗓门是高碑店市北方中村绿臣农业合作社负责人王建宜，他的邮乐购站点是高碑店市邮政农资销售最好的站点之一。“跟邮政合作好几年了，咱邮政的化肥质量有保障。前几天，支局的姑娘

们到村里宣传，随后就有好几个老乡来找我买化肥。这不，刚打电话催着支局给我送货呢。我今年销售40吨以上的化肥肯定没问题。”王建宜说。

疫情实行常态化防控后，为方便山区农户，涞水县邮政分公司将农资产品引入“邮掌柜”批销平台，利用微信群、邮乐购站点进行宣传，并组织开展线上订货会，邀约“邮掌柜”和农户通过线上下单。“线上买农资，邮政送到家。我们通过手机下单，然后就在家坐等收货，这真是太方便了！”在8月组织的玉米种子专场线上

订货会上，活动当日就有5位“邮掌柜”下单，销售化肥2.7万元，开启了农资线上销售新模式。

“919电商节”启动后，保定市邮政分公司以线上订货会和农资“优惠购”活动为突破，开展“农资+金融+站点”多专业联动，联合多部门进行“金融大走访”，开展客户秋季农资预订；结合电商节地推访销，搭建“邮掌柜”“线上批销+线下预订”模式，实施双向引流。同时，明确任务目标，制定专项奖励措施，多措并举，实现业务协同发展。截至9月10日，保定邮政销售农资2300余吨，实现销售收入780万元，同比增长12.1%。

□邱会芹

## 商洛邮政 助农扶智共建新生态

今年“919电商节”期间，陕西省商洛市邮政分公司积极克服疫情带来的不利影响，充分利用邮乐网、“邮乐小店”和“邮乐优鲜”等平台，组织秒杀活动和批销订货会，实现线上线下齐推进；积极开展直播带货、社区团购等，创新销售模式，吸引客户流量，提升销售规模。

为做好“919电商节”营销，商洛邮政积极打造共享发展模式，推进助农扶智创业，实现获客引流双赢格局。通过“共享店铺”“共享运营”“共享直播间”，为本地农民专业合作社、家庭农场主、农村创业

青年、邮乐购店主等提供商品销售平台和电商培训，为其电商创业提供支持，也为打造邮政农村电商新生态奠定了基础。

按照“平台的平台”的经营理念，建设“共享店铺”，助力农产品销售。商洛邮政围绕本地具有一定基础的重点合作社，选取有在线店铺和电商运营经验的合作社，组织其他合作社的帮扶农产品上线该合作社的平台店铺，通过与优质店铺联盟，共享平台流量，实现“企业+合作社+电商平台”三方共赢。

搭建“共享直播间”，积极拓展直播带

货这一新型互联网销售模式。依托中国邮政陕西洛南农产品基地直播推介会等网络帮扶公益活动，邀请集团公司驻洛南挂职干部，联合网红、“大V”等进行直播带货，对洛南核桃制品、豆腐制品、食用菌等多类特色农产品进行重点推介。

“共享运营”是今年商洛邮政创新开展“919电商节”的一大亮点。结合直播带货模式，商洛邮政将“共享直播间”开放给当地合作社等农业经营主体使用，助力农产品销售、寄递，直接带动本地村民增收。针对当地合作社普遍缺乏专业电商

人才的情况，商洛邮政联合专业电商运营公司以“邮政+合作社+电商运营”合作模式，为本地农民合作社提供产品线上运营推广，不仅为邮乐平台增加流量，也带动产品在京东、拼多多等平台火热销售。为加强电商人才培养，商洛邮政联合商洛市政府共同举办“邮政惠农电商直播带货”培训班，由邮政负责邀请培训团队、编制培训计划、拟定培训方案以及邀请农民专业合作社、电商企业和电商客户参与。同时，主动走出去，为“洛南大讲堂”党建帮扶活动进行电商培训，各乡镇农业综合服务站主管、洛南县农村电商中心人员、各乡镇电商服务站点负责人、农业企业人员等共百余人参加培训。

□陈师强

## 邳州邮政 一起“嗨邳购”

“原汁原味原产地，优质优价邮乐购，‘919电商节’‘嗨邳购’，买啥都划算。”进入9月，江苏省邳州市邮政分公司各网点均悬挂条幅标语、张贴海报，为“919电商节”营造浓厚氛围。

自“919电商节”启动以来，邳州邮政聚焦地方特色农产品，全面落实乡村振兴战略，发挥“品牌+”优势，为本地农特产品拓销路、送服务，提升电

商节的影响力。

邳州邮政以品牌宣传与流量转化为主线，围绕邮政农产品，开展“喇叭响、电视播、条幅挂、喷绘贴、产品展、活动推”等宣传，全面提升“919电商节”品牌影响力。建立三级负责制，即区域经理负责网点、网点负责站点、站点负责村社，明确职责分工、引流措施及走访宣传频次，借助“店主荣誉争霸赛”“店主宠粉大派送”等活动，激发站点活跃度；利用代理金融

每周开展的客户维护活动，引导金融客户关注电商节、参与邮乐购物。同时，发动员工通过朋友圈、抖音转发及专属微信群推送，引导客户关注邮乐平台直播，营造带货氛围。

“919电商节”活动期间，邳州邮政各板块相互协作，助推业务发展。为辖区290个优质邮乐购站点印制金融引流券，凡在邮乐平台购买商品客户，均有机会在邮政金融网点参与幸运抽奖活动。金

融网点针对引流客户制定专属礼包，以惠农理财、惠农贷款、中邮重疾险等产品为抓手，实现活动期间引流客户79户，销售期交保险101万元，销售惠农理财377万元。

借助邮乐直播平台，邳州邮政开启自主直播，销售大蒜7000余单，实现销售额15万元。利用自有闲置场地，吸引电商网红驻点进行直播带货，为快包业务增加客源、提升业务量。目前，已有2家网红公司入驻，以销售大蒜、玉米等农产品为主，日均发货量1500件左右，单日发货量最高达4000件。

□邱鹏宇

