

本期关注: 广东邮政以链式营销思维促代理金融转型

为链接美好生活加邮

□本报记者 王森 通讯员 李秋枚 钟萍萍 庄敏洁

春风送暖千枝绿,祥云迎福万物新。站在2023年的起点,回首过去三年(2020—2022年)代理金融业务的发展成绩,广东邮政人格外自豪——在集团公司的正确领导下,广东邮政代金业务实现三年三跨越!

三年来,广东邮政代理金融深植“以客户为中心”“为客户创造价值”的理念,以链式营销思维构建金融生态圈,启动财富管理转型,加快推进代理金融从“做储蓄”向“财富金融”“生态金融”转型。经过奋力拼搏,2022年实现了“各市邮政分公司完成金融收入计划”的目标;取得了包括“点均金融收入”“点均利差收入”“快捷支付收入”“快捷支付交易金额”“活期余额规模”等15项指标的全国邮政第一;实现了“AUM规模突破7000亿元”“余额规模突破5000亿元”“年增月日均余额600亿元”“中邮保险提前全面完成长期期交、5年交终身寿险、健康险目标”“信用卡新增户数”等6项历史性突破!

靠什么实现不断进取

——画好场景生态同心圆

广东是异地务工人员大省,金流动频繁。曾经,代理金融专业总是陷入一到春节或长假,邮储余额就会下降的“魔咒”。2020年,广东省邮政分公司党委经过充分调研后指出,“金融无所不在,就是不在金融网点,但始终在账户里面;金融无处不在,关键看留谁家!金融没有淡季,资金流像水流,发展金融业务并不完全依赖实体网点,要把金融的账户数、活跃客户数作为提升余额的关键要素来抓,发展不好要多从思想认识上找原因,多从重视程度上找原因”。广东省分公司党委还提出,要有链式营销思维,要从“做业务”到做“业务的联动”,再到做“生态圈”,搭建商业模式,扩大朋友圈,加强与合作企业间的战略合作,将传统的“通过旺季营销打天下”的经营模式转变为常态化发展。

广东邮政根据“金融无处不在,就是不在金融网点”的现状,围绕人们的“吃、住、行、娱、购”,依托“微邮付”和“微邮惠”(以下简称“双微”),加快构建金融生态圈。围绕“吃”,2021年,广东邮政与羊城晚报社联合举办了“食在广东,邮你作主”餐饮美食评选活动,共吸引3.5万名餐饮商户参与,通过视频号、朋友圈、自媒体等平台打造了2500个农家乐商户标杆,实现了收单业务切入餐饮消费场景。围绕“住”,2021年广东邮政与省农业农村厅联合发起“寻找最美民宿”活动,抖音累计播放量达516.1万次,微博阅读量达1204万次。“行”主要围绕出租车、打车市场进行业务开发,并拓展到洗车、修理厂等。围绕“娱”,广东邮政在全国首创游戏场景,做大了年轻客群,推进了与腾讯合作的线上游戏场景建设。其中,“欢乐斗地主邮惠广东杯”比赛全省共9.2万人次参赛,“王者荣耀挑战赛”全国有2.7万人参赛。“购”主要围绕商超、零售市场进行业务拓展,并拓展到药店、烟草专卖店等。

仅2022年,广东邮政就建设了135个智慧场景,组织“周末邮礼”活动为B端商户引流,以“提现有礼”活动为切入点,做大了商贸客群AUM。全省邮政“双微”商户年累计交易金额1947亿元,增幅达63%,存量金融总资产781亿元,新增金融总资产171.2亿元。“双微”商户快捷支付835亿元,增幅达14%。



“墨光倩影旗袍秀”的高端客户活动。

凭什么继续做大做强

——打好财富管理组合拳

三年来,广东邮政加快财富管理建设,组建了全省邮政财富管理转型支撑团队,打造了财富管理转型标杆网点,以点带面促进网点转型,多维度开展网点金融资产运营能力评价,在“帮客户赢”中实现企客共赢。

省分公司成立了财富管理转型项目组,以“管理提升推动客户提升带来业绩提升”为底层逻辑,建设财富管理体系、督训管控体系、网点经营体系。为强化执行,省分公司协同保险、证券共同建

立了转型督导办公室,落实相关工作、常态化开展督导;先后出台网点负责人考评办法、督训师管理办法、理财经理管理办法等,激活队伍活力。通过财富管理体系化转型,代理金融专业实现了从“单一产品销售”向“多元综合资产配置”,从向客户要业绩到与客户互相引流、共同成长,从“松散指标管控”向“系统精细化管理”的转变。

在财富管理转型发展的思路指引下,各级领导充分发挥

首席营销官的作用,带头走访私行客户。2022年,广东邮政私行客户新增资产28.67亿元,排名全国邮政第一;开展了万场客户见面会活动,全年组织客户见面会9.7万场,累计参与163万人。广东邮政还转变观念,深耕本地客户,实现了从开发打工经济向开发本地经济的转变。针对资产达标客户,广东邮政构建了客户权益服务体系,统一开展“生日邮礼”答谢活动和重大节日对接维护工作,让不同星级的客户分别享受权益套餐服务。为吸引潜力VIP客户,各网点定期开展“网点沙龙”财富讲座,为客户提供理财培训、财富体检等服务。

业、各部门协同作战的群体奋斗。

为打造财富营销体系,广东邮政结合邮储银行总行的日常线上培训来提升邮政代理金融专业队伍的工作能力。同时,推动各市、县邮政分公司组建督训师队伍,要求网点按定人、定格、定责、定策、定效的“五定”原则进行市场开发。省分公司定期评选优秀案例,以优秀案例带动网格化营销模式的全面铺开。

拿什么兑现服务承诺

——深耕精细管理责任田

广东省分公司党委在调研了全省21个市邮政分公司后提出,要摒弃“以完成任务为己任”的思维模式,树立“目标是用来超越的”观念,鼓励员工找准自己的目标定位,强调这个定位不是上级给的,而是自己为了实现自我价值、取得应有

的地位而确定的目标。在省分公司党委的指导下,全省邮政有了一批又一批“自我定位”清晰而坚定的营销团队。通过建立省分公司管理部室对各市分公司的督导制度,广东邮政代理金融业务的发展也由原来的专业条线单打独斗变为各专

细化服务高端客户

细语交谈、品茗闻香。在苍翠的绿植间、在怡人的环境里,一场名为“墨光倩影旗袍秀”的高端客户活动近日在广州二沙岛举行。“换上旗袍后,顿时觉得自己优雅了许多,面对摄影师的镜头也自信了许多。挺喜欢邮政这种别出心裁的创意活动,让我们在高压力的工作之余得到放松!”参加活动的李女士是都市白领,也是广州邮政的财富客户。这次参加旗袍秀活动的高端客户共有50位,现场广州邮政进行了金融主题分享,达成意向客户35人。

这是广州市邮政分公司常态化组织策划开展高端客户活动、助力财富转型升级发展的一个缩影。自2022年10月以来,广州市分公司累计举行25场高端客户活动,维护732名中高端客户,新增总资产1.5亿元,其中保费6880万元。

“随着居民财富的增长,中等收入群体进一步扩大,财富管理市场有望承接广阔的增量资金。”广州市分公司总经理朱平说,“我们在集团公司、省分公司的统一部署下,深化客户分层分级管理,明确本地有效客户、VIP客户、财富客户、私行客户各层级中高端客户的增量来源,对于目标增量客群,配套进行细化服务。”

2022年,随着广东省邮政分公司代理金融财富管理体系化转型工作的落地,广州市分公司认识到加快中高端客户(以下简称“高客”)规模及质量的发展对财富管理转型的重要性。随即,启动了对“千人兵团”及全体理财经理财富转型能力的提升工作,开展了“四商”(法商、税商、企商、财商)专题培训,助力了在2023年“开门红”营销活动中,对中高端客户的开发工作。

借力广东省分公司共建共享共进平台,广州市分公司细分客群,针对不同活动方案给出不同类型的客户画像,每个活动的客户画像都尽量做到年龄相仿、职业相仿、爱好相仿、风险点相仿,并对筛选出的意向邀约客户进行审核,保证客户质量。在活动中,他们以活动品质也是服务品质的心态,努力做到“与客户在服务中谈心”,实现“从个人资产到家庭资产再到家族资产”的规划,以全方位、个性化服务引导“高客带高客”开展营销活动。

“小邮美宿”助力大产业

如果您是一位旅游“发烧友”,可能会留意到近段时间,位于北回归线上的广东南澳岛“火”了。自从去年国庆假期,广东邮政推出了“约惠汕头 码上玩转南澳岛”活动,这个名不见经传的美丽岛屿就旺了起来。今年春节假期,广东邮政推出的“网红大咖打卡行”“你和南澳的故事”等活动,更是进一步带旺了美丽的南澳岛。活动的抖音话题播放次数超过800万次,微博阅读量超1000万次。春节期间,海岛民宿业呈现火爆状态。其中,广东邮政“小邮美宿”平台上的“九溪岛留”“书野家”“榕昇归居”等精品民宿,都成为游客体验海岛风情的热门旅游产品,一房难求!这是近年来广东邮政落实集团战略部署,加速布局“金融+生活+服务”生态圈建设的一个缩影。

依据集团公司“构建金融生活服务全链条生态圈”的指示精神,广东邮政提出要以链式营销思维培育、巩固企业和客户关系,以金融生态圈建设拓宽金融服务地域范围,以“微邮付”+“微邮惠”场景建设为触点,接入吃喝玩乐等高频消费场所,实现收单筑基、场景引流。

在这一战略思路的指引下,广东邮政于2021年联合广东省农业农村厅共同发起“寻找最美民宿,致敬最美的人”活动。当年,广东邮政联合腾讯云等服务商,以互联网思维及数字化手段为省内民宿营销赋能,通过抖音、视频号等为民宿商家招揽了大量客户。同时,在全国邮政首创“民宿招募+下乡消费”的获客模式。活动累计招募民宿5516家,归集民宿商户总资产6.44亿元,为民宿商户提升资产8050万元。

继“寻找最美民宿”活动后,2022年,广东邮政继续发力,发挥资源整合及科技创新优势,把互联网思维引入全媒体平台,以数字化赋能打造融吃、住、行、游、娱、购为一体的“小邮美宿”平台,将百姓的出行消费需求与民宿、农家乐、当地景点等串珠成链,形成片区效应,打造了特色乡村文旅品牌,在全国邮政首创“民宿+”乡村消费场景获客模式。2022年,广东邮政依托“小邮美宿”平台,开展了“乡村民宿伴手礼评选”“迎新春、乐出游”等活动,通过赋能商户场景建设、专属权益引流等带动B、C端2.2万名客户参与活动,使金融资产提升超过8亿元,月日均总资产达35亿元。

本版图片由广东省邮政分公司提供



广东邮政通过“小邮美宿”平台宣传优质旅游资源。



兴宁市邮政分公司《易经》国学讲座客户答谢活动现场。