

本期关注：广东邮政以商会协会项目推动客户营销转型

“这次活动,邮政助力河北商会提升了作为主办方的影响力和凝聚力。希望我们能进一步合作,用好邮政平台助力商会发展,探索邮政品牌和商会资源的有效整合。”4月8日,在“全球冀商、河北力量”2023河北省深圳招商大会暨第三届全球冀商创新论坛上,深圳市河北商会会长王辉这样对记者说。此次大会由河北省政府和深圳市河北商会联合主办,吸引了来自粤港澳大湾区的商界精英、河北著名企业家以及全球冀商会长约500人、共计180多家商会及关联企业参加。

在活动中,深圳市邮政分公司依托“河北商会邮局”的独特优势进驻会场,宣传邮票文化和邮品定制业务。大会期间,深圳市分公司相关领导与王辉共同参加全球冀商创新论坛珍藏纪念邮票首发式,有效提升了邮政品牌在商界的影响力。此外,通过现场驻点,促成了邮品销售,并增加邮品定制意向企业客户18个。深圳市分公司之所以能在这场看似与邮政无关的商会招商活动中大展身手,得益于广东邮政近年来开展的商会协会项目。

1 有效批量获客——“抓筷子不如抓筷笼子”

“开发商会协会经济是广东邮政客户营销转型的一个重要切入点,也是提高营销效率的重要手段。”广东省分公司副总经理陈明志对记者说,“商会协会是串联经济单元的重要组织形式,是连接政府、企业和社会之间的重要纽带,是企业的集合、大客户的集合,是邮政进行源头批量获客的重要抓手,是各大板块进行客户协同、实现链式营销的关键点以及邮政尤其是城市邮政发展的重要举措。为商会协会及其会员企业提供物流、金融、信息、文化集邮产品等一揽子服务,是邮政主动服务社会的重要体现,是邮政作为央企的责任担当。”

广东是外来人口最多的省份,据统计,在广东常住的来自广西、湖南、河南、湖北、四川、江西、贵州、重庆、云南、福建10个省(区、市)的人口超过2600万人。这些在广东的外乡人通常会按地域组织成立商会,比如湖南商会、江西商会等。而一些专业集群也会成立行业协会,比如电商协会、餐饮协会等。

“按一个会员企业开发员工10名来计算,现在已挂牌的商会协会可以贡献B端客户20万个、C端客户200万个。”广东省分公司市场部的工作人员给记者算起了账,“商会协会是大客户的集合。俗话说‘抓筷子不如抓筷笼子’,经营好商会协会,顺藤摸瓜,就能实现突破一点、带动一片的目标!”

“我们区管辖范围内的商户客户众多,有农

产品销售、电商,还有做幼儿教育,如果我们一个一个上门走访要花费大量的精力和时间,单是营销费就是一笔不小的开支。但如果我们切入这些商会协会,找到关键人,就能轻松开发这些商会协会里的会员企业。”广州市从化区分公司市场部营销副总监黄智聪对记者说,“一个商会协会通常有上百家的会员或会员企业,一个会员企业少则几十人、多则上百人甚至上千人。他们的需求广泛。拿会员企业来说,就有代发工资、寄递、收付款等需求;拿会员个人来说,有存款、理财、保险、代办车务等需求,这些需求几乎涵盖了邮政所有的业务。”

自2018年5月起,商会协会项目在广东邮政全面展开,2019年成为省内自主协同项目,2023年是商会协会项目运作的第5年。目前,广东邮政累计成立商会协会邮局1253家。今年1至4月,广东商会协会邮局实现收入8286万元,合作会员企业数量超过1万家;邮储银行广东省各分行累计向商会协会及会员企业发放贷款近5亿元。

掘金 商会协会

□本报记者 王森 通讯员 谢杰辉

商会协会是经济发展到一定阶段所产生的,是市场竞争环境下实现资源优化整合的重要组织形式。市场经济的持续发展促进了商会协会的兴起,市场经济越发达,商会协会在其中发挥的作用就越重要。当下,各种行业协会和地方商会越来越多,组织也越来越规范,影响力越来越大。商会协会成为聚合人气的地方,是信息和资源的汇聚地。

据统计,在广东有近3000家商会、1.8万家协会,每家平均拥有200个会员企业。广东省邮政分公司在发展商会协会项目时,抓住关键人和龙头会员,通过参与商会协会的日常工作、在商会协会建立“商会协会邮局”等方式,使邮政融入商会协会、成为商会协会的成员,从而形成差异化营销能力,以此开展营销转型。目前,广东邮政累计成立商会协会邮局1253家,2023年1至4月,广东商会协会邮局实现收入8286万元,合作会员企业数量超过1万家,邮储银行广东省各分行累计为商会协会及会员企业发放贷款近5亿元。

2 长效触达客户——“五统一”打造商会协会邮局

在实践中,广东邮政的工作人员在与各位商会协会的会长、秘书长座谈沟通中摸索出一个融入、联系商会协会的快速通道——挂牌成立商会协会邮局。

“成立商会协会邮局既是与商会协会沟通的桥梁,也是提供便捷服务的平台,是桥头堡和营销阵地。拥有一定数量的商会协会邮局,是做好商会协会经济的基础。”广东省分公司市场部总经理刘君说。

广东邮政提出,商会协会邮局需要完成挂牌、定人、建库、人群、网点挂靠5个指定动作,即“五统一”行动,以此夯实能力建设,强化商会协会的桥梁纽带作用,为邮政各专业板块提供客户资源和有效的产品宣推渠道。“挂牌,即在商会协会办公场地悬挂‘商会/协会邮局’牌匾;定人,即指定的商会协会邮局局长应是商会成员的乡邻或具有一定影响力的人;建库包括两个层面,一是商会协会机构层面的数据,如会长、执行会长、秘书长等数据库,另一个是会员数据,包括会员名称、联系方式、地址等;人群是指商会协会邮局局长需要加入商会协会内部群,或者建立与商会协会日常联系的沟通群,构建快速、有效的信息传播渠道;网点挂靠,是以商会协会办公地点为中心,按就近原则,分配到邮政网点,由网点做好日常服务。”广东省分公司市场部工作人员向记者介绍。

在此基础上,广东省分公司市场部进一步提出要结合市县经济特点,确定市县商会协会重点名单,制定本地商会协会开发

计划和清单,明确任务指标和责任人,进行销号式开发。要发挥商会协会会长、秘书长的影响力,发挥商会协会在行业内的辐射作用,进行横向、纵向开发。

“商会协会之间虽然没有级别关系,但会员之间都有密切的联系。我们要利用已开发的商会协会资源,快速发展其他商会协会。我曾走访过广东省吉林商会,跟吉林商会进行沟通洽谈。之后,吉林商会帮助我们召集了广东省辽宁商会、重庆商会、新疆商会等11家商会,进行联谊。此后,我们市场部、渠道部都进行了一对一走访,实现了‘1对11’的效果。各市、县邮政分公司也可以通过已联系的商会协会快速拓展其他商会协会。”陈明志在商会协会部署会上这样传授经验。

“我在2022年5月得知广州市邮政分公司开展商会协会邮局局长招贤工作的信息后,通过公开竞聘,成为从化街口商会邮局局长。”黄智聪说。上任后,黄智聪建立了商会邮局日常维护机制,并对商会企业会员进行网格化管理,以会员企业单位为一个维护单元,每一个单元指定专属寄递、邮务、金融客户经理进行日常客户维护。

3 高效开发客户——板块协同实现链式营销

“商会协会最强烈的需求是金融,最普遍的业务是寄递,加强板块协同、专业协同是做好商会协会服务最重要的基础。”在刚刚召开的广东邮政省级协同发展委员会会议上,项目组相关负责人介绍道。

商会协会项目早在2019年就成为广东邮政的省内自主协同项目,成立了三大板块商会协会协同专项工作组,多次召开研讨会,明确各板块的职责要求。邮储银行广东省分行积极对接商会协会的授信、贷款业务;中邮保险、证券提供主题活动的师资,积极参与省统筹活动。通过整合板块专业资源,提供“金融+寄递+邮务”的综合服务。

通过走访,广东邮政了解到商会协会虽然成员分散,但行业或区域特点明

显,有规模化开发的基础。他们普遍以中小微企业为主,在融资等方面有较大且迫切的需求。其中,一部分客户来自批发零售行业,大多有寄递需求,并且偏向于选择价格较低的快递企业。结合邮政资源优势,广东邮政确立了地域商会(老乡会)、餐饮协会、电商协会等三大特色商会为主攻方向,并制定配套开发目标和措施。其中,对地方性商会,重点关注湖南、四川、河南等人口较多的商会,安排祖籍为该地域的客户经理加入商会,对符合条件的商会及其会员,邮储银行提供授信;对电商协会,利用寄递事业部与电商协会的紧密关系,通过寄递、仓储物流、农村电商等业务做好会员企业服务。

总结开展商会协会项目的经验,广东邮政认为共有4个方面,即由省邮政分公司金融业务部统一组织“金融财富论坛”,



在“全球冀商 河北力量”2023河北省深圳招商大会暨第三届全球冀商创新论坛上,深圳市邮政分公司集传部总经理王莹(右)与深圳市河北商会执行会长王辉(左)一同展示首发邮票。
□李宏宇 摄

从商会会员到商会邮局局长

深圳市河北商会邮局局长 李宏宇

我与商会结缘源于2020年的一次老乡聚会活动,并由此成为河北商会中的一员。2022年3月,因为热心参与和多次承担商会组织活动,我被任命为河北商会副秘书长兼青年委员会部长,负责商会各类活动的组织工作。

自2022年4月份起,我在深圳市河北商会先后组织了餐饮、医疗、教育、法律、金融、跨境电商、抖音社交平台共七大主流行业的联谊活动。在此过程中,我一方面凭借开展活动团结省内乡贤、提高河北商会的影响力、丰富会员服务内容;另一方面,通过把邮政“金融+寄递+邮务”全产品链服务与活动进

行无缝结合和宣传推广,逐步打造邮政与商会资源整合、多方共赢的模式。

通过深圳市河北商会邮局这一平台,2022年,累计为邮政企业贡献收入170万元,被深圳市邮政分公司评为2022年度协同项目创新奖二等奖,并荣获广东邮政“十佳”商会邮局称号。2023年4月,第三届全球冀商创新论坛在深圳举办,180多家商会及关联企业共500余人参加。依托河北商会邮局的独特优势,深圳邮政在大会上精彩亮相并启动了纪念邮票首发仪式,既助力河北商会提升了作为主办方的影响力,也实现了邮政品牌社会效益与经济效益的双丰收!

从“陌拜”开启服务商会之旅

广东省日化商会邮局局长 余洋

2019年3月,我来到广州市邮政分公司大客户中心成为一名客户经理。2021年,当广东省邮政分公司着力发展商会协会邮局项目的时候,我开始接触这个新市场、新客群。

2022年初,因为参与了蓝月亮快递项目的投标,我多次参观走访了蓝月亮日化用品的生产基地,了解到日化行业对电商寄递的巨大需求。因此,当广州市分公司鼓励大家应聘商会协会邮局局长时,我竞聘了广东省日化商会邮局局长

长的职位。

之前并没有接触过这家商会,最开始我是从对方官网找到了商会的联系方式,通过“陌拜”的方式与日化商会进行了初次接触。那天,我带着策划方案与商会的余秘书长进行了交流,对方很欣赏我们成立商会邮局的思路,提出要带几个会员单位走进广州邮政,举办一次交流会,并举行授牌仪式。在广州市分公司分管领导的陪同下,由商会张会长带队的丹姿集团、

舒克、荟宝等8家广东省日化龙头企业董事长、总经理等领导参观了广州市分公司和邮政名酒文化中心,并进行了座谈交流。

后来,我们逐一走访了各大日化企业,针对不同客户需求,制定了专属合作方案。通过与日化企业的沟通交流,展示了中国邮政的新形象,改变了他们对邮政只有普服、快递的传统印象,并分别在寄递、渠道分销、品牌宣传、个人养老金等多板块实现了合作。全国的日化企业50%都在广东,主要集中在广州和汕头,日化行业的市场还需要继续深挖。作为广东省日化商会邮局局长,我将继续努力开发新客户、新业务。