

浙江宁波市分公司 强基固本增存增收

在2022—2023跨年度专项营销活动中,浙江省宁波市邮政分公司牢固树立“夯基固本,争先进位,提质增效”的发展意识,明确分工、考核到人,形成了员工争干、抢干的良好氛围。该分公司积极开展各种主题活动;发挥邮银协同优势推动新产品、新业务发展;在全市建成10个“乡村振兴金融工作室”,帮助农村百姓解决“三难”问题;职能部门员工积极支撑厅堂服务、项目营销、客户走访等工作,有力推动了金融业务发展。

在浙江邮政地市综合评优活动中,宁波市分公司排名第1位;AUM和储蓄存款余额分别同比增长21.7亿元和30.3亿元,列全省邮政第1位。1—4月,全市邮政金融业务收入同比增长19%,列全省邮政第2位。

统一营销进度

自专项营销活动启动以来,宁波市分公司按月召开经营分析会,落实“一月一工作清单、一月三个问题解决、一月一分享”制度,全市邮政统一营销进度,注重执行效果。各县(市、区)邮政分公司总经理深入金融网点指导工作790次、分管领导到网点指导工作707次,各单位领导充分发挥首席营销官作用,带头开展重点大客户走访营销。

宁波市分公司对48个网点进行重新装修,有效提升了邮政金融网点形象。1—4月,新装修网点累计新增储蓄存款余额19.25亿元,点均新增4000多万元。为有效解决用人紧张问题,宁波市分公司为各网点新增大堂引导员87名,提升了金融服务能力,有效提振了员工发展业务的信心。

做到“四个到位”

宁波市宁海县邮政分公司优化资源配置,组织职能部门员工全力支撑一线,做好后勤保障工作,有效支撑业务发展。该分公司金融部聚焦业务发展,做到“四个到位”,即头脑到位、嘴巴到位、眼睛到位、耳朵到位。头脑到位,即认真思考开展工作的方法方法,全程参与网点经营方案的制定和落实,对网点经营活动进行具体指导,如活动策划、归户管理、客户维护、走访营销等,帮助网点提升经营能力。嘴巴到位,即对网点工作进行过程管控,对网点的客户走访、活动举办、村社建档、客户邀约、积分兑换等重要工作进行督导,对经营有效性进行分析评价;帮助网点算账,让全员知晓要做什么、怎么做。眼睛到位,即及时发现和解决网点存在的问题,从网点服务、环境卫生、厅堂营销的监督氛围营造、服务礼仪、“一句话营销”活动等,发现问题及时解决。耳朵到位,即了解员工对企业的意见和建议,利用网点晨夕会、周例会,倾听员工心声,汇总员工在发展业务中存在的问题、难点,第一时间帮助其解决。

专项活动开展期间,宁海县分公司AUM新增7.9亿元,完成计划的106.2%;储蓄存款余额新增6.92亿元,完成计划的116.7%;一季度累计实现业务收入3200万元,同比增长19.8%。

□张港忆 周蕾

河北高阳县分公司 精准获客深耕细作

2022—2023跨年度专项营销活动期间,正是河北省新冠疫情最严峻的时候,河北省保定市高阳县邮政分公司迎难而上、化危为机,采取“外拓走访+厅堂微沙龙”的营销方式,实现了对各类客群的精准营销。截至3月31日,该分公司新增价值存款4.36亿元,完成收入计划的110%,位居全市邮政第1位。

“普访+精访”

为实现精准获客,高阳县分公司采取“普访+精访”的方式:一方面,积极开展“村社农家夜活动”,通过场景搭建、与商超链接、丰富客户权益等做法,实现批量获客;另一方面,精访特色和重点客群,深入挖掘客户的金融需求,为其推荐匹配的金融产品。

在活动策划方面,该分公司要求辖内各网点每周至少开展两场高端客户微沙龙活动,每月开展一场大型客户节活动。同月生日会、插花、口红DIY、烘焙、丙烯肌理画、攒钱大赛……各网点的活动推陈出新,借助丰富多彩的活动增强客户黏性,为获客、获金打下坚实基础。同时,高阳县分公司围绕养老、亲子、商户三类客户开展专项主题营销活动,力求激活网点“睡眠客户”“不动客户”,提升客户价值,为网点引流。

深耕特色市场

针对商贸城纺织市场和庞口农机配件市场等县域特色客群,高阳县分公司加大开发力度,以直销银行为抓手,坚持做好厅堂邀约、上门走访、活动开展等工作,为商户进行资产配置。目前,该分公司累计开发收单商户3311户,户均资产为4.38万元,商户活跃度明显提高。高阳县分公司紧盯辖内企业发展代发业务,以“邮储代发工资,您的贴‘薪’服务管家”为主题开展客户走访。目前,累计开发代发工资客户11家,预计年代发资金可达2600万元。

跨年度专项营销活动期间,高阳县分公司通过精准营销和高效管理,取得了喜人的业绩,辖内5个金融网点中的3个网点被集团公司评为“十佳网点”。

□魏丽萌 张晓鑫

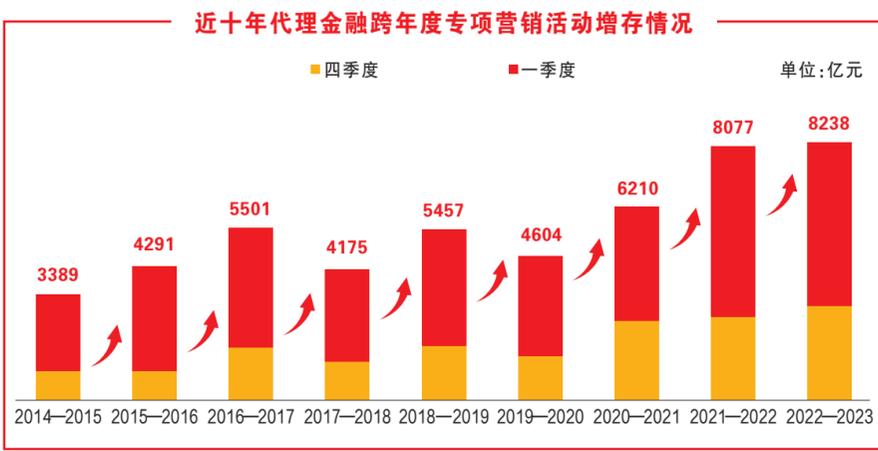


代理金融跨年度专项营销活动经验分享

一年之计在于春。近年来,集团公司紧紧牵住跨年度专项营销活动这个代理金融业务发展的“一年之计”,牢牢盯住春节前后十五天旺季“黄金期”,持续推进代理金融业务营销管理创新。集团公司搭建完善的业务发展平台,不断拓展新业务、丰富新产品,加强业务发展支撑;通过各层级多板块协同、多专业融合培训和基层发展优秀案例分享,召开各类纵向到底的远程片区会、专题会、研讨会,引导各级机构对内协同、对外合作,打造有邮政特色的“金融+”“+金融”增值服务体系、生态场景;线上线下有效聚客、获客、活客、黏客、获金,“跳出存款抓存款,零售业务批发做”;数智引领,应用大数据模型赋能基层精准营销,强基固本,提升价值,推进业务发展转型升级,稳存增存成效显著。

久久为功,善作善成。从2016—2017年全国邮政代理金融跨年度专项营销活动起,集团公司创新活动模式,同步推出“十强(省分公司)、百优(地市分公司)、千佳(金融网点)”先进集体、先进个人评选活动,叠加邮银协同类重点项目全国性劳动竞赛活动,同时推出总部阶段性存款发展支撑措施,进一步提升各层级特别是广大基层员工业务发展的积极性、主动性,增强荣誉感。

涓涓细流汇大海,颗颗土粒垒高山。多年来,在复杂多变、日益激烈的市场竞争中,全国邮政代理金融的广大员工顽强拼搏、加快发展,储蓄存款业务发展连创新高。今年1月26日,全国邮政代理金融储蓄存款规模达90018亿元,迈上历史新台阶。2015年至2022年8年间,全国邮政代理金融储蓄存款年均新增6271亿元,业务收入年均增幅为9.65%,代理金融的“饭碗”越来越大。



湖南邵阳市分公司 科技赋能优化服务

截至3月31日,湖南省邵阳市邮政分公司金融业务发展取得了“9个第1、7个第2”的骄人成绩。其中,储蓄存款余额同比增长1.54亿元,余额增幅达8.21%,均列全省邮政第1位。

打造数智化商圈平台

2022年,邵阳市分公司启动数智化商圈平台建设项目,有效解决了“两低三难”问题,即员工营销效率低、收单商户市场占比低,网点活动效果管控难、专业协同难、基层报账难。数智化商圈平台的打造,构建了以商户为核心、以数字系统为依托、以客户生活圈为辐射的综合服务平台,实现了网点、商户、客户间的互联互通、互利互惠。

邵阳市分公司坚持场景化推进,在站点设置“积分兑换”“邮乐购”等服务专区,持续开展“你消费 我买单”“抗疫邮

我 助力复苏”“优惠购”等活动,累计发放活动优惠券23.18万张。跨年度专项营销活动期间,邵阳市分公司开发数智化商户1183家,其中90%以上为商超客户。该分公司还借助数智化商圈平台的线上积分换购、优惠券抵扣、双向引流等功能,有效推动业务发展。同时,对邮政金融、寄递、渠道、文传等板块资源进行整合,实现了“资源共享、商机共创、优势互补、数据共用、市场共拓、协作共赢”的良好局面。

完善服务体系

2022年,邵阳市先后实施两次疫情静默管理。邵阳市分公司积极探索线上客户服务模式,加快推进线上营销转型,构建“线上+线下”服务体系。

该分公司以“全民抗疫”为主题,在微信、邮乐、抖音等多个平台开展直播活

动。同时,组织全员利用“附近推”功能,提高传播效率,为网点引流。疫情防控期间,全市邮政共开展直播182场。

此外,邵阳市分公司充分利用“邵阳邮政”微信公众号,积极组织“3·15消费者权益调查”“拼图大作战”“最美午餐评选”等线上活动,有效提升了客户黏性。该分公司聚焦财富金融转型工作,以集团公司数智化转型活动为契机,对一线营销员开展产品通关、观念导入、营销话术等培训,取得了较好的效果。

邵阳市分公司围绕商户、务工、农特、社区、代发“五大客群”,开展“常态化+特色”“线上+线下”多种活动,“七大主题权益日”“生日会”“广场舞大赛”“湘融相爱”“惠农惠民优惠购”等活动深受客户喜爱。目前,“湘融相爱”系列活动在邵阳市已具有一定影响力,得到

陕西汉中市分公司 场景营销数智转型

2022—2023跨年度专项营销活动期间,陕西省汉中市邮政分公司累计新增储蓄存款余额52.5亿元,实现代理金融收入4.39亿元,列全省邮政第2位。截至3月末,该分公司储蓄存款规模达585亿元。

汉中市位于陕西省西南部,常住人口321万人,人口城镇化率为47%,无大型农业、工业项目,GDP排名全省第7位。立足这样的发展环境,汉中市分公司收入规模连续多年列全省邮政第2位,代理金融储蓄存款年均增幅达10.14%;储蓄市场占有率、新增存款市场占有率均列全省邮政第1位;全市网点均存款规模为4.4亿元,列全省邮政第1位。

场景服务转型

汉中市分公司围绕居民衣食住行,打造“金融+生活”场景,建成57户的收单地推团队,累计开发收单商户7.84万户。该分公司按照“一镇一商超”的目标,扩大农村客户服务半径,累计搭建190处生态场景,新增商户总资产8.16亿元,商户总资产规模达115.36亿元,户均资产为15万元,列全省邮政第1位。

该分公司快速渗透“金融+支付”场景,以“发卡绑卡+信用卡+数字人民币”的模式抢抓客户支付结算市场。以县域、乡镇网点周边及客户生活圈为重点,将全市48家商超类“微邮付”收单商户纳入邮银商圈建设体系,搭建信用卡、绑卡用卡场景,通过邮商联盟引流获客。专项营销活动期间,该分公司新增三方绑卡客户4.94万户,列全省邮政第1位,沉淀活期资金58亿元。

汉中市分公司加快“金融+协同”全场景营销转型,以“寄递优惠+助农销售”的模式推进春茶、羊肚菌等农特项目发展,累计发卡4464张,布放“微邮付”设备2067台,揽收资金3.37亿元。该分公司还开展“家乡味道寄递”活动,累计寄送家乡特产近3万份,揽收客户资金3.4亿元。

客户分群营销

汉中市分公司始终坚持“以客户为中心”的发展理念,持续精耕“五大客群”,不断提升客户渗透率,累计服务客户234.6万户,客户渗透率为73%,列全省邮政第1位。

该分公司不断丰富老年客户积分权益体系,积极开展老年客户活动,月代发养老金2.7亿元;配备增存、转存权益,月均到期资金留存率为117.3%;对接政府部门和企业事业单位,揽收涉农补贴、教师工资等资金,累计代发资金9.5亿元;全力服务乡村振兴战略,累计建成信用村1367个,评定信用户4.18万户;针对VIP客户开展“防流失、提资产、做评级、做叠加”工作,新增VIP客户1.51万户,VIP客户新增资产42.75亿元;通过抖音直播、企业微信群活动,实现宣传、活动、产品、权益“四个触达”,做好客户线上服务;线下开展邮储会员日、生日专享、踏青出游等客户活动,拉近与客户间的距离。

攻坚数智金融

汉中市分公司开展数据采集建库行动,收集务工客户数据33万条;实施数据分析建模行动,通过标签管理、行为分析、客户画像、资产追踪、数据管控等功能,对到期、VIP、商户、务工、代发、“长尾”等重点客群进行动态分析,实现对重点客群、重点工作的数字化经营。

该分公司搭建“务工经济挖潜模型”,并在全省邮政推广使用。专项营销活动期间,累计揽收务工客户资金22.76亿元;依托系统开展数据挖潜,利用CRM平台精准筛选目标客户,开展线上线下活动5000余场,参与活动客户超10万人次;利用北斗星系统跟进客户资金流向,新增客户资金38亿元。

□陈媛媛

了政府和群众的一致认可,参与活动人数达1.8万余人,为邵阳邮政新增资产21.12亿元。

深化邮银协同合作

邵阳市分公司与邮储银行邵阳市分行紧密合作,采取“专班、专业、专人指导”的模式,开展邮银联合专项营销活动。2022年,邵阳市分公司的信用卡、“融资E贷”等业务发展进度均排全省邮政第1位。

在专项营销活动中,邵阳市分公司被集团公司评为“百优地市”,该分公司AUM同比新增、储蓄存款余额同比新增、新增有效客户等9项指标均居全省邮政第1位;新增AUM、新增储蓄存款余额、新增绑卡等5项指标均居全省邮政第2位。

□金孝文 李文