

2022—2023 全国邮政金融跨年度专项营销活动经验分享

温州市分公司

盘活客群 抢占市场

□吴天昊

在2022—2023跨年度专项营销活动期间,浙江省温州市邮政分公司转变思路、盘活客群、带动项目,喜获丰收,AUM和储蓄存款分别新增46.6亿元、46.3亿元,计划完成率为122.7%、150.0%,均列全省邮政第1位,荣获集团公司“百优地市”称号,该分公司下属9个金融网点荣获集团公司“千佳网点”称号。在跨赛的拉动下,截至今年5月,温州市分公司实现金融业务收入3.54亿元、计划完成率为53.4%,列全省邮政第1位。

抓客群促产能

温州市分公司转变经营思路,持续抓客群、促活客、重协同、强服务,努力推进金融业务各项工作。该分公司结合当地特色,聚焦商贸客户、养老金客户、代发商户、归侨侨眷、外来务工客

户、村社客户等6大重点价值客群,系统化搭建客户权益体系平台,打造服务不同客群的金融产品包和非金融权益包,为客户提供金融服务、邮政服务、增值服务,不断提升客群产能。截至今年5月,该分公司新增有效客户1.7万户、VIP客户1.31万户,新增AUM42.62亿元、储蓄存款35.43亿元。

抓项目增效益

为开发大中型项目,温州市分公司成立了由14人组成的专职项目经理团队,重点开展智慧场景、大中型企业代发、对公存款、合作社信贷等业务的营销工作,按照项目制的运作方式,单列考核。截至今年5月,该分公司累计开发智慧场景121处;新增代发工资企业50家,代发金额达530余万元;开立对公账户42户,新增对公存款725万元;发放“融资E”贷款1185万元、个人公积金贷款

105万元、“小微E贷”108万元。

温州市分公司将智慧场景打造成网点获客的新阵地,目前累计发放消费券5200张,开展定点宣传800余场,转化合作会员1000余人。

抓协同抢市场

温州市分公司对内抓协同、对外抓合作,全面梳理各类客户资源,梳理出供应商客户1522家、农民专业合作社613家、电商供应商58家、寄递包裹“腰部”以上客户997家。该分公司明确各项责任人,画时间图、做项目表,做到责任到人、卡点到人,最大化抢占市场份额。

该分公司联合邮储银行温州市分行成立联合工作小组,实施清单制走访,成效明显。截至5月,温州市分公司发放“融资E”贷款7663万元、办理信用卡1万余张,开立对公账户17户,建立信用村13个。

元,商户资产新增4.57亿元,成为重要储源。

客户至上优服务

西安市分公司在开展邮储会员日、生日专享、高端客户答谢、联合外拓等常态化活动的基础上,持续创新多样化线上线下活动形式。一季度,全市邮政累计开展客户活动3000余场,网点覆盖率达100%,有效触达客户5万人次,总资产提升近5亿元。此外,西安市分公司践行“人民邮政为人民”的服务宗旨,组建76人大堂引导员队伍,提供金融网点“星级服务”,持续提升客户服务体验。

为激发基层员工发展业务的动力和潜力,西安市分公司从资源配置、考核评价等方面制定激励办法,强化价值存款及结构优化重点导向。同时强化全过程管控,该分公司定期召开推进通报会、经验交流现场会、业务专题分析会,确保全市邮政上下思想集中、行动一致,有效推进金融业务快速发展。

这是丽日小区网点员工组织厅堂活动的开场白。通过对周边客户的深入了解,该网点在节假日邀请老年客户到网点参加抽奖活动,活动流程和内容从客户的需求和喜好出发,赢得了客户的信任与好评。今年一季度,该网点新增价值客户80户。

协同服务 盘活提升

“发挥邮政协同优势,满足客户的非金融需求”,这是石嘴山市分公司成功破题的关键一招。该分公司通过寄递、集传、电商、金融等专业协同,打造非金融增值服务、权益,强化与客户的纽带联系,不断打造差异化竞争优势。

石嘴山市分公司利用中邮驿站、自提点、金融网点等邮政独有的渠道优势,划分片区,通过“网点+站点”发展模式,在站点布放转介卡,建立网点与站点的业务联系和客户引荐关系,实现金融、寄递客户相互引流,从而盘活存量、拓展新客、提升客户资产。跨赛期间,该分公司通过派发寄递优惠券转介客户654户,中邮驿站、自提点向金融网点转介客户505户,成功开发客户459户,新增存款3224.4万元,总资产提升7825.9万元。

石嘴山市分公司大力开展星级客户资产提升工作,通过对网点周边环境、客户结构、资产结构等情况的综合分析,针对不同星级客户开展不同活动,提供差异化权益,进一步盘活存量客户。

长沙市分公司

因地制宜强造势 因客而动把节奏

□彭立

2022—2023跨年度专项营销活动期间,湖南省长沙市邮政分公司根据湖南省邮政分公司“八个精细”的要求,结合长沙地区市场特点和发展规律及自身基础条件,精细谋划发展节奏和发展措施,确保了跨年度营销目标计划的圆满完成,有效推进金融业务高质量发展。其间,全市邮政新增日均存款47.36亿元,在全省邮政占比8.47%,同比提升0.17个百分点;价值存款占比大幅提升,有效实现了稳存增存,新增AUM81.2亿元。今年一季度,长沙市分公司实现金融收入2.52亿元,同比增加4049万元。

因地制宜 因客而动

长沙市分公司根据区域市场主要竞争对手发展特点、市场资金及客户流动规律,科学规划阶段发展重点和发展节奏:2022年四季度稳存增存、聚焦蓄客蓄收入,今年一季度做大规模和总资产。该分公司具体按照“蓄客+小收官”“保险开门红”“旺季攻坚战”“跨赛大收官”四个阶段分步实施,将配套活动和客群经营细化到每个月、每个重要节点。

长沙市分公司紧盯春节前后旺季黄金期30天,分四个节点确定目标和对应活动,城市和县域各有不同。同时,实施按月度、按重要节点管控,及时进行针对性帮扶,确保旺季发展整体步调一致。在全省邮政旺季黄金30天战役中,长沙市分公司新增存款31.21亿元,新增存款绝对值居全省邮政前列。

聚焦活动 引爆产能

在持续抓实网点“3+1”常态化活动基础上,长沙市分公司以节造势、以节聚客,每周举办客户节活动,明确活动主题、目标客群和活动内容,每场活动均明确点均资产提升目标和客户到访目标。跨

赛期间,全市邮政共开展客户节活动576场,累计揽收资金14.88亿元,场均新增存款351.8万元。长沙市分公司紧抓旺季黄金期30天,创新活动形式,开展直播抢年货、最美年夜饭评选、春节五重礼、存压岁钱送兔公仔、属兔客户存钱送兔年生肖币等活动,实现了客户引流、资金引流,引爆产能。

跨赛期间,长沙市分公司抓实春运邮情活动宣传工作,快速形成影响力,累计参与客户数达2.79万人,实现资产提升21.85亿元。该分公司日常联动农村站点和城市生鲜超市打造智慧商圈,重点打造“周四钱邮特惠日”“周末5折特惠商圈”两个品牌活动,针对不同客群开展“新客立减”“首绑有礼”“1分购”等活动,活动覆盖3.13万人次,实现了常态化批量获客。

线上线下 联合造势

长沙市分公司在厅堂内,按照不同阶段业务发展重点,统一印制宣传物料,做好品牌和口碑宣传。开展“我为邮政代言”活动,邀请人气旺、关注度高的当地知名人士或客户为邮政代言,引导客户参加微信朋友圈、抖音等平台的活动。厅堂外,在网点周边的合作商家(超市及菜市场)、合作单位、村部、社区公共宣传区域、高速公路和地铁出入口等人流量大的区域,张贴海报、横幅,宣传造势。

长沙市分公司全面进入村组/社区建立微信群,线上线下同步服务。根据周期性重点活动统一制作H5宣传海报,在微信朋友圈内转发。各区(县)邮政分公司组建旺季宣传策划小组,在不同时间、针对不同客群制作小视频广泛传播。同时,通过“村组村村通”“百事通”“58同镇”等第三方线上平台推送、播放网点活动内容。

进入二季度以来,长沙市分公司重点围绕“拓客户、增AUM、调结构、提能力”,推进金融业务可持续发展,二季度新增存款已过亿元,目前排在省邮政第1位。

梅州市石扇支局

精准黏客 “柚”见丰收

□钟萍萍

广东梅州被称为“金柚之乡”。每年冬春之际是梅州金柚成熟上市的旺季,这正与代理金融跨年度专项营销活动的时间“不谋而合”。

作为金柚盛产地的梅县区石扇镇,金柚主导产业持续壮大。金柚被评为“广东名果”,入选全国名特优新农产品目录,成为当地农民增收的“致富果”。全镇种植金柚面积约2.75万亩,年产金柚近7万吨,年产值达3亿余元,是省级金柚产销专业镇,建有国家级现代农业产业园、金柚协会、农村电商服务站等平台。如何抓住特色产业、提供精准服务,让柚商、柚农成为邮政金融发展的主动力,是石扇支局一直在思考的问题。

“现在各家银行争夺的既是存款也是客户,业务发展的核心是拥有客户资源。我们石扇支局拥有稳定的金柚客户群体,我们一定要全面开发维护好这个群体。”石扇支局局长分析道。针对金柚产业链客户,石扇支局从开拓、服务、提升等方面全面触达辖内金柚客户群,在做好客户维系的同时推进存款业务的发展。2022—2023跨年度专项营销活动期间,在竞争对手存款利率上浮1.5倍的竞争压力下,石扇支局新增储蓄存款2607万元,新增总资产3291万元,新增有效客户197户,新增VIP客户58户。

精准走访 锁定客群

石扇支局利用省客管系统和2022年寄递客户数据,按区域、等级筛选出金柚客户,建立金柚客户专项营销清单。该支局局长积极拜访县农业农村局、镇农业站、村“两委”关键人,加入当地柚商协会,精准把握金柚市场,全面获取柚农、柚商和合作社相关有效信息。白天,网点员工利用营业空闲进行电话拜访,按照“客户经理+投递员”“支局长+渠道经理”的分组方式上门走访。晚上开展全员上门走访,以村为单位,做到“村村必访”,根据走访登记

表重点摸排和登记客户姓名、联系电话、产值、账户、贷款、寄递需求、预计回笼金额等重要信息,收集客户的金融及非金融服务需求。对于未开立邮储卡、微信邮付、手机银行的柚农、柚商,该支局通过移动展业设备为客户上门办理业务,进一步锁定客户。跨赛期间,石扇支局员工对金柚客户群开展了三轮走访,为柚商、柚农资金在邮政体系内循环流动奠定了基础。

“金柚采摘要边下果边施肥,给果树迅速补充上年度因大量挂果消耗的营养。不能只顾着摘果卖果,不然明年的产量就会大大下降。”在石扇支局,只要说起金柚,每个员工都能讲出一套内行话。为了与客户有“话”可聊,网点员工都会自觉学一些金柚种植技巧。网点员工在田野乡间走访,与柚农在树下聊天交谈,总会结合农资业务和学到的一些农业知识,和柚农一起商讨使用化肥的注意事项,增进与柚农的感情。有时候说着说着,撸起袖子就和柚农一起干农活。

此外,该网点多次举办柚商、柚农专场客户答谢会,搭建以邮政为主导,柚商、柚农、农资店共同参与的交流平台,增强客户黏度。

协同融合 活客黏客

石扇支局员工深知,只有尽可能全面帮助客户解决问题,才能真正抓牢客户。

着眼于全面服务金柚客户,该网点积极向区分公司寻求支撑帮助,整合邮政大网内外资源,推进客户深度开发。为解决柚农“融资难”问题,梅州邮政将贷款业务营销员与网点挂钩,以网点为主要阵地,邮银共同协调推进,及时解决收购商资金短缺问题,以贷款为抓手,争取做实收购商对公账户开立及资金沉淀。针对金柚“物流难”问题,网点提供上门收寄、现场打包服务,打通与柚农之间的“最后一公里”服务路程。同时,推出“优惠寄”活动,引导柚农将资金留存于邮政,实现金融与寄递协同发展。

西安市分公司

稳存增收 全市一盘棋

□武枫洁

2022—2023跨年度专项营销活动期间,陕西省西安市邮政分公司锚定“拓客、增存、增收”发展目标,抢抓市场机会、聚焦重点项目、创新服务模式,全力稳存增存增收。2022年12月10日,西安市分公司储蓄存款规模超600亿元,迈上发展新台阶,在全国邮政省会城市存款规模排名第4位。今年首季,西安邮政时点高效存款新增19.7亿元,月日均高效存款新增17.4亿元,实现金融收入2.99亿元,金融收入占全口径总收入比重达62.85%,收入、利润持续保持较快增速。

深挖市场开储源

西安市分公司跳出存款抓存款,多措

并举发展储蓄业务。该分公司明确定期增存率达标激励标准,按日通报,按周推进。各网点明确目标、责任,抓好到期资金的承接转化和客户的留转提工作。今年一季度,全市邮政到期资金平均增存率为12.9%,定期资金增长14.1亿元。

该分公司鼓励各网点开展晒单有礼、积分翻倍、晋级好礼等营销活动。一季度,全市邮政累计承接资金近8亿元。西安市分公司将征地款、商贸款、学费揽收等重点项目作为营销主线,运用CRM、北斗星系统分析客户数据,精准走访营销,揽收各类项目资金超2亿元。重点依托商户收单全力打造“金融+场景”生态服务体系,提供线上、线下增值服务和客户权益,有效聚客、获信、获客、活客、黏客、获金。截至3月末,西安邮政商户资产规模达124.55亿

石嘴山市分公司

协同合作 服务制胜

□寇静

宁夏回族自治区石嘴山市邮政分公司不断强化金融网点基础管理,做好客户走访、电话邀约、厅堂活动,紧抓临界客户资产提升,有效推动金融网点转型发展。2022—2023跨年度专项营销活动期间,石嘴山市分公司新增AUM3.2亿元,新增月日均价值存款2.8亿元,排在全区邮政第1位;新增VIP客户1285户,新增资产2.96亿元,排在全区邮政第1位。该分公司连续两年被集团公司评为跨年度营销活动“百优地市”,连续三年被宁夏区邮政分公司评为“跨赛状元市”。

培育生态 合作获客

石嘴山市分公司所辖网点多数为社区网点。为此,该分公司围绕社区居民衣、食、住、行、游、娱等生活需求,全力发展跨界合作、邮商联盟,打造社区金融生态圈,以“邮驿付”为营销拓展工具,先后开展商户“金秋时节 邮礼放送”“邮你所愿 乐享好礼”等活动。该分公司全面推进商户走访营销,选取优质收单商户发展邮商联盟,组织“随机立减”“社区团

购”等优惠活动,实现相互引流获客。同时,开展收单商户“资产沉淀达标礼”和“线上线下商户抽奖”等活动,促进商户交易活跃度和资产的提升。跨赛期间,全市邮政累计引流客户1124户,收单商户联动资产月日均净增7735万元,排在全区邮政第1位。

系统引导 活动活客

为确保客户经营工作取得实效,各区(县)邮政分公司每周通过CRM系统梳理客户信息,重点关注临界客户,不定期到网点开展帮扶,做好客户走访、电话邀约、厅堂活动,着力提升价值客户规模。

大武口区丽日小区网点是周边社区居民定期打卡的场所之一。长期以来,该网点以党建为引领,党员带头联系周边社区,经常性开展党建共建活动,从细处着手满足客户需求。网点负责人严格做好“一日三督导”,网点人员坚持每周进行客户走访、电访,每天进行精准邀约,利用各类活动拓客、获客、活客。

“感谢叔叔阿姨们来参加我们的活动。下面,幸运大抽奖活动正式开始,看看哪位叔叔、阿姨能赢走我们的大奖。”