

李建新

将地方特产变成全国爆款

山东省聊城市邮政分公司的李建新3次被评为省级“优秀营销策划师”,2018年被评为省级“扶贫能手”“聊城市邮政先进个人”,2019年至2022年,连续4年被集团公司评为“全国邮乐小店最佳推广个人”。

不断进取,有干事创业的决心。参加工作以后,李建新积极参加集团公司及省、市分公司组织的多次电商运营管理知识培训,全身心地投入农村电商工作中,将多款特产变成全国爆款,让其走出山东、走向全国。自2018年起,李建新积极对接农业种植专业合作社和家庭农场,助力脱贫攻坚,服务乡村振兴,累计打造畅销农产品43款。他所帮助的农民在邮政电商的扶持下,收入得到了显著提高。

□阮士梁

盛辉

授人以渔

浙江省平湖市邮政分公司的盛辉认真经营着自己的邮乐小店,用他的话说,他想要让来自全国各地的优质特色农产品走出大山田野,走进城市千家万户,让农民增收致富,让市民品尝到地道的原汁原味农产品,架起农产品出村进城的新桥梁。

经营邮乐小店近两年来,盛辉累计完成订单3万多笔,助农销售130多万元农产品,分享全国邮乐农产品超万次。“授人以鱼不如授人以渔。”盛辉不仅是邮乐小店里的“带货达人”,更在用自己的热情感染着身边人,让更多人了解、使用邮乐小店。

“很多人问起我的经营秘诀,我始终认为选品的亲力亲为是第一位的,只有自己亲身试用过产品,才能跟客户介绍清楚它的特点,有针对性地向不同客群推荐合适的邮乐商品……”

爱岗敬业,有持之以恒的耐心。办事不拖拉、一丝不苟是李建新一直以来坚守的职业操守。无论处于什么岗位,他都尽职尽责、埋头苦干。自2021年起,李建新和他的电商项目团队在邮乐平台、抖音平台开展了180余场瓜果蔬菜、邮政助农专场公益直播活动,免费为果农、瓜农代言,助力农民创收,赢得大家纷纷点赞。

此外,李建新还组织农村电商志愿者团队帮助农民解决在电商运营过程中遇到的问题。同时,他积极协调与邮政合作的企业参与农村教育事业,为农村学生提供电商知识培训,帮助他们掌握更多的就业技能。

盛辉就如何建群引流活群、如何选品销售、如何做好售后等方面与邮政营业员、快递员积极分享经验。

2022年,在省、市、县邮政分公司领导的关心和支持下,“乡村振兴盛辉工作室”正式挂牌成立。为带动一线员工加入“全员开店”计划,更精准地培养“邮乐小店”推手,盛辉组建了“盛辉工作室”微信群,并毫无保留地向群里的小店主传授实战经验。

目前,“盛辉工作室”共有300余名小店主,涵盖全省各个县(市)分公司。盛辉会花很多时间去全国各地了解新上架商品的信息,尽快分享给店主们。不论工作多么繁忙,他都第一时间响应群内小店主的提问,解答他们在售前、售中、售后等环节遇到的问题。

□方芳

王小蓉

经营好自己的口碑

王小蓉是重庆市沙坪坝区邮政分公司的渠道部经理。工作中雷厉风行的她有着重庆人特有的直爽性格和饱满热情。2019年底,王小蓉从零开始钻研如何经营邮乐小店。通过辛勤耕耘,她兑现了自己的承诺,把邮乐小店经营得有声有色。在2020年的集团公司劳动竞赛中,她的小店排名全国第78位(重庆市第7位)。此外,她还多次获得重庆邮政邮乐小店“优秀推手”“扶贫能手”“零售明星”等荣誉称号。

通过多年的经营,王小蓉总结出一部经营小店的“宝典”,即“建立、盘活一个群”“严格筛选每一款产品”和“第一时间为客户解决问题”的“三步工作法”。当有新成员入群时,她总会先毛遂自荐,然后自信、简要地向

□程珊

客户介绍群功能,打消客户被打扰或者是误以为进入“无营养群”的顾虑。

要想让群活跃起来、持久下去,靠的还是产品。“道听途说不可信,亲身试用才可靠。”王小蓉说。像水果、食品等生鲜类产品,她一定是先买来试吃、试用,觉得值得推荐,才分享给客户。每一次分享背后,是她对每一款产品的严格挑选,对每一位客户的责任心。她还格外关心客户对产品的评价、反馈和售后需求,总会第一时间在群里回复客户,并协助他们处理售后问题。她认为,售后无小事,只有让客户体验好了,客户的忠诚度才会高。她的工作格言是:经营小店不能只做“一锤子买卖”,经营一个群更是在经营自己的口碑。

刘群

团队强才是真的强

刘群是山东省德州市邮政分公司渠道平台部业务主管,自2007年进入邮政以来,对工作兢兢业业、踏实认真、勤学苦练。

刘群业绩突出,多次得到省、市分公司领导的表扬。在市分公司市场营销部工作期间,有7年负责省、市联动项目,各项指标年年创新高,进度、规模均居全省邮政首位;有2年负责大客户营销,独立开发了“乡盛扒鸡”电商寄递业务、浙商银行快捷及福利市场业务等项目,全年业绩突破百万元。

2021年,刘群调入渠道平台部,

□董玉玲

继续发挥营销“领头羊”作用,发扬吃苦耐劳的精神。在新零售业务中,刘群传授自身经验给其他零售主管。他坚信,个人能力不是最重要的,团队强才是真的强。他通过自己的用心、真心,带出了一支凝聚力、战斗力、向心力强的德州新零售导师战队;战队12名导师又共同带领出460人的德州邮乐店主队伍。同时,在全市发起“开心做店主、快乐挣佣金”的创富活动,营造“比学赶帮超”的活动氛围,壮大了邮乐店主队伍。

当好邮乐小店的

领头雁

邮乐小店是邮政

为做大社群营销打造的工具。邮政百万员工通过“人人分享,人人带货”,使邮乐小店成为邮乐平台发展的重要力量。金牌导师是培育邮乐小店店主的“领头雁”,他们坚毅笃行,敢为敢闯,是本领高强的“急先锋”;他们365天在线,有问必答,是倾囊相授的“带头人”。他们让全国各地的优质特色农产品,走出大山田野,走进城市千家万户。来认识下10位“邮乐小店全国金牌导师”。



何云轩

做好“一揽子服务”

“去年,我的邮乐小店接单6914笔,销售额达31.37万元,平均每单交易额超过45元。”荣获“2023年全国邮乐小店金牌导师”的四川省达州市达川区邮政分公司的何云轩对自己过去一年取得的成绩颇为满意。

严控品质获客。面对眼花缭乱的产品,何云轩花费大量时间和精力优中选优、慎重推荐,通过市场走访、跟踪评价、咨询同行等方式,把控小店产品质量。针对本地农产品,何云轩还会去种植基地实地察看,她始终坚持对邮政品牌和自己推广的产品负责的原则。现在,何云轩“手把手”挑选的高品质产品得到了客户的高度认可,并形成普遍认知:“只要是何姐推荐的,绝不会错!”

袁丽

用心坚持“C位出道”
做优“微”生意

建好会员群,小店“C位出道”。“今天这个姜买来做泡菜巴适得很。”早上9点,四川省资阳市邮政分公司袁丽的微信会员群就开始活跃起来。在她的推荐下,小店仅这款农产品不一会儿就售出50余单。像这样的分享,袁丽已坚持了3年。2021年,袁丽开始经营自己的邮乐小店,并用心打造会员群。每天她都会四处收集优质产品,第一时间推送到群里。在打造会员群初期,虽也曾经历过低谷,但能依托邮政平台为农产品上行尽绵薄之力,袁丽觉得这是一件非常有意义的事情,值得用心坚持。正因如此,现如今,小店的产品品质和服务,有口皆碑。慢慢地,袁丽的会员群已从最初建群的50余人增加到470余人,且都是活跃客户。

重视产品本身,让分享成为习惯。“大家快来看直播现场,今年的芒果非常不错哟!”在会员群里,袁丽不

仅会分享产品特色、口感,还会分享农特产品采摘、打包的直播现场以及自己下单的农产品制作而成的各式佳肴。为了提升会员活跃度,她还设置了发红包、拼手气免单等多种互动,带动了订单的不断增加。

有问必答,金牌导师传授秘诀。袁丽“开小店”取得了佳绩,吸引了许多同事慕名来取经,从选品方法到营销话术,她总是毫无保留地与同事们分享。她还主动加入大家创建的分享群,以“过来人”的身份,传授自己总结的方法。今年,在袁丽的帮助下,资阳邮政销售额超万元的邮乐小店已达27个。“这份荣誉更加坚定了我做好小店主的信心。希望能够发挥金牌导师的作用,和同事们一起打造更多优质小店,让优质产品打破渠道和推广的桎梏,走出大山田野,走入千家万户!”袁丽认真地说。

□张琴

刘阳

当好“邮政农产品”宣传员

说起刘阳,熟悉她的同事们都说:“她特别认真、细致,经常给我们推荐邮乐上的一些好商品。在她的带动下,好多人都开通了邮乐小店。”

刘阳现在湖南省邮政分公司市场营销部工作。她从2017年开始参加“919电商节”的组织筹备工作,并协助渠道部做邮乐小店的推广工作。她在全省率先注册了邮乐小店,并建立了邮乐小店推广群。在开店过程中,刘阳积极归纳总结平时推广小店的心得体会,以客户为中心,选取知客、获客、蓄客、固客以及如何建好群、发好圈、选好品、优售后等维度,通过农村电商培训对全省邮政员工进行宣讲,将好的经验在全省进行

推广,带领大家更好地开展选品、宣传、推广,在全省邮乐小店业务发展中起到榜样带头作用。

刘阳还把建立的邮乐小店推广群打造成了一个有温度的社群,服务客户覆盖教师、政企工作人员、全职宝妈、企业退休人员等。她真诚待人,售前严格选品,售中分享食材做法,售后积极回应、解决客户问题。日常开展竞猜或科普主题小游戏,活跃群里气氛,被群内人员称为“最称职的小管家”。从2017年建群推广邮乐小店以来,刘阳将全国各地的“邮政农产品”带入千家万户。今年1—9月,她的邮乐小店累计销售额达182.7万元,订单数达3.63万笔,服务客户数达1092位。□唐艳

李莉

好产品要分享出去

6年前,安徽省安庆市邮政分公司的李莉初次接触邮乐小店。APP里琳琅满目的优惠商品让她大开眼界。在自己购买多款产品获得了优质服务体验后,本着好东西一定要和好朋友分享的原则,李莉开始在朋友圈分享她在邮乐小店淘到的好产品,慢慢地得到了好朋友的认可。大家主动帮她转发,这让李莉充满了成就感。随着粉丝队伍的逐步扩大,李莉也遇到了瓶颈期。正当李莉发愁时,一次偶然的机会,她听了集团公司培训老师的经验介绍后茅塞顿开:“我应该建群来分享啊!”在精心的维护下,目前,李莉经营着两个邮乐小店微信群,总客户数达800人。

随着经验的积累,李莉日益认识到满足客户需求、“投其所好”的

重要性。为此,她把心思重点用在了分析消费群体对产品种类和价位的选择上。有了大致了解后,她才能选择性地产品在群内分享。为了保证产品质量,她一般都会提前购买准备推荐的农产品,第一时间了解产品的口感和功效。对满意的产品,会对产品进行拍摄、修图并配文,然后以“产品体验官”的身份在群内营造氛围,刺激群友消费。前端的需求分析和中间的营销方法都解决了,末端的售后服务自然不能懈怠。“售后是很重要的一环,如果处理不好,就意味着要失去客户。”李莉把售后的重点放在搞好服务上,提醒群友有问题第一时间私聊,然后再一对一有针对性地妥善处理。

□孙超

余绚

“独乐乐不如众乐乐”

余绚是江西省抚州市邮政分公司的一名普通员工,曾长期从事营销工作。2017年6月,她成为兼职邮乐小店店主。她看好邮乐的定位,坚持不懈做运营,勤奋努力做推广,随着邮乐运作越来越成熟,她手中的客户资源也越来越多,个人营销业绩逐年上升。

“独乐乐不如众乐乐。”2020年,在江西省分公司的激励帮扶和业务指导下,余绚从“单干”到带动一群人一起干,运用集团公司、省分公司培训指导策略,与同事分享店主经验,协助身边的同事开小店,建立邮政客户群,分享优质货源,提供售前文案、售后解答等服务,不断壮大抚州邮政“传帮带”店主群。2021年邮政“919电商节”期间,她一对

一、面对面穿梭于“店主群”与“客户群”答疑解惑,积极分享邮乐产品真实的买家秀,带领团队取得了不俗战绩,10位抚州邮政“传帮带”邮乐小店店主均进入全省邮政排名前50强。为了鼓励推广运营邮乐小店,余绚还拿出一部分省分公司给予她的个人奖励,用于购买同事建客户群的“最佳手气奖励礼品”,并与大家一起竞争省分公司个人排名榜,努力冲出全国目标榜,整个团队自发形成了创优争先的浓厚氛围。在2023年全省渠道专业竞赛中,她带领的抚州邮政团队中有5人进入“邮乐小店百优推手”前10名,8人进入前20名,累计创造GMV近100万元。

□陈鼎 李萍

李霞

实现裂变营销

2021年,李霞加入安徽省合肥市邮政分公司邮乐小店团队。两年多的时间,她在团队的帮助下,逐渐摸索出推广技巧,业务销售额从每天几百元到几千元,直至今日,形成稳定的百万元的年销售额。

李霞短时间内的迅速成长,得益于两个“制胜秘诀”:一是“精诚所至,金石为开”。开始,李霞按合肥邮乐小店团队介绍的方法,做推介商品的第一个顾客,从网上买来目标产品试吃,从中选出性价比高的推荐给客户,大家购买后大都表示非常喜欢。如有不满意的,她会积极协调,保证客户满意。这样,越来

越多的人开始信任她、信任邮乐网平台,客户群不断扩大。她又凭借大客户资源优势,为客户线上采购产品,并进行个性化定制,形成大单。二是“业精于勤,荒于嬉”。为了更好地进行农产品推广,她尝试建立自己的客户群,着手线上推广。两年多来,她每天早上6点起来梳理产品信息,晚上11点发布“李霞甄选”产品信息,全天候回复客户各种咨询。她的几个微信群也通过口碑相传扩大了规模,从十几人到上千人,从一个群到几个群,实现了微信裂变营销。

□孟筱萌