城乡融合的关键人

“网点+站点”模式是中国邮政发展农村电商的独特优势。地推队伍，是推动网点和站点实现“一点多能、一网多用”的关键力量。广大地推人员深耕一线，用脚步丈量品牌下沉的深度，推广优质工业品下乡；他们锐意进取，用服务温暖千万“掌柜”的心窝，提升了农村公共服务能力；他们尽心竭力，赋能邮乐购站点数字化转型，助力城乡融合发展。本期，让我们一起来认识一下“邮乐购站点全国十大金牌地推”。

徐小琴

确保服务随时在线

徐小琴是浙江省绍兴市邮政分公司渠道平台部的一名专职地推。从“地推小白”到“金牌地推”，一路走来，她始终脚踏实地、兢兢业业，目前累计服务119名“邮掌柜”，组建数字化邮乐购站点12家。在从事地推工作的6年里，徐小琴先后荣获“浙江邮政明星营销员”“全国邮政活跃站点发展王全国冠军”“全国邮政十大王牌地推”“邮乐购站点全国十大金牌地推”等称号。

为适应电商行业的快速发展，徐小琴主动学习专业知识，深入研究“邮掌柜”系统；通过调研，全面了解批销产品的销售情况和本地电商批销平台的经营情况。为第一时间解答“邮掌柜”的疑问，她的手机24小时开机，确保服务随时在线，得到了“邮掌柜”的一致好评。截至9月底，徐小琴今年累计实现批销交易额521.4万元，完成社区团购订单458笔，邮乐优鲜成交额达1.9万元，支撑双引流活动35场，建设数字化邮乐购站点6家。

授人以鱼不如授人以渔。今年4月以来，徐小琴通过线上培训、线下走访的方式对所辖各单位地推人员开展业务指导，共带出12位徒弟，为绍兴邮政地推队伍建设贡献了自己的力量。 □郑思薇

黄剑

让每个人干劲十足

浙江省义乌市邮政分公司渠道平台部渠道管理岗经理黄剑从事地推工作已经7年了，目前，他服务“邮掌柜”105名、维护数字化进销存站点13个，今年1—9月，累计实现批销交易额417万元。

在服务“邮掌柜”的过程中，黄剑总是付出比别人更多的辛苦和努力。他每次都仔细梳理邮乐购平台活动细节，制定相应的推广方法，并在工作推进过程中持续跟进。为提高地推人员的工作积极性，黄剑提出“底薪+提成”的考核办法，在设置员工底薪的基础上，根据企业发展要求设置业绩提成。在这种考核机制的激励下，地推人员在站点巡访时更乐于主动向“邮掌柜”推荐定制大单品，团队里的每个人都干劲十足。

“虽然在地推队伍中我并不算年轻，但我始终保持着一颗年轻好学的心。”黄剑说道。多年来，他加强学习，积极参加各项培训，虚心向身边优秀的地推人员学习，不断提高自己的专业技能。在与“邮掌柜”的接触中，黄剑能精准捕捉到他们的业务需求，对于他们在使用系统时遇到的问题，他也会第一时间协助解决。

“在与‘邮掌柜’打交道的日子中，我对地推工作有了更加深刻的理解。农村电商业务就是助力农村消费大升级、‘掌柜’获得大利益、业务得到大协同，我们一起助推了乡村经济发展，我们一起创造美好未来。”黄剑说道。 □厉楠

易邮邮

提升能力 做实活动

易邮邮是安徽省蚌埠市怀远县邮政分公司的地推经理、地推培训师，自2017年开始从事地推工作，负责4个乡镇、61个站点的访销和商品招商工作。2022年，易邮邮实现批销交易额350万元，居全市邮政地推业绩第1位，销售大单品300万元、复合肥400吨。

易邮邮将服务好“邮掌柜”摆在工作首位。他和团队成员坚持每周走访站点、巡店，与“邮掌柜”拉家常，在轻松的氛围中了解店里商品的销售、库存等情况，为推荐邮政批销商品打下基础。每次配货时，易邮邮都会主动跟车，帮助“邮掌柜”上货，尽量将邮政批销商品摆放在货架的“黄金位置”。

要负责这么多站点的批销工作，光靠一个人的力量肯定是不行的。平日里，易邮邮将自己的地推经验毫无保留地分享给团队成员，并不断增强团队成员的协作意识。如今，大家一起研究商品、讨论地推策略、走访站点，不仅推广的商品更有针对性，而且巡店的效率也更高了。此外，易邮邮还将8名投递员纳入怀远邮政地推团队，发挥投递员走村串户的优势，对重点站点实行每日巡店，目前已打造两个优质站点。

“网点+站点”的协同管理优势是做大邮政批销业务的发力点。易邮邮以邮政网点为阵地，选择应季和百姓喜爱的邮政大单品开展网点订货会和炒店活动，实现了双向引流。今年“919电商节”期间，他组织活动20余场次，进一步做大了批销额。 □方怀银

何云峰

尝试直播带货打造特色品牌

江苏邮政十佳渠道经理、“江苏省TOP100邮乐小店金牌导购”、“邮乐购站点全国十大金牌地推”，这些荣誉记录着江苏省镇江市丹阳市邮政分公司渠道经理何云峰多年扎根基层、深耕地推工作的脚步。

从事地推工作6年来，何云峰每天穿梭在丹阳市大大小小的邮乐购站点间，服务着200余家邮乐购站点。为及时掌握大单品进货情况，他制定了一本台账，时不时拿出台账看一看、查一查，哪个站点什么时间进了多少货他都了然于心。目前，何云峰创下年均大单品批销额350万元的骄人业绩，并协同金融业务人员开发商超规模收单客户2个、“微邮付”客户105个，打造数智化站点13个。

在地推工作中，何云峰不断学习、琢磨，他建立“邮掌柜”微信群、开通抖音账号尝试直播带货，并将直播现场搬进商超、农场、合作社。2020年9月，他与皇塘镇大南庄村村委会主任一起直播销售火龙果，吸引2700多人在线观看，累计下单600余单。2022年3月，得知导墅镇里庄村的旱芹滞销消息后，何云峰通过社区团购、企业食堂团购、邮乐优鲜线上平台销售等渠道，积极帮助菜农打开销路，助销旱芹1万余公斤。

不放过任何一个细节，才能提供近乎完美的服务。在服务客户方面，何云峰有着自己的“独门秘诀”：进门聊一聊、产品看一看、活动讲一讲、卖完问一问，以特色产品和优质服务形成驱动力，在打造地推特色品牌的同时，真正做到零距离服务客户。 □蒋雯雯 丰超

张吉福

每天深入站点走访维护

十多年来，山东省德州市临邑县邮政分公司地推经理张吉福扎根农村，努力践行服务“三农”理念，在平凡的岗位上绽放出不一样的光彩。

为打牢商品批销渠道基础，张吉福紧跟县内企业发展步伐，在全县累计建立商超型邮乐购站点54个。在日常走访站点时，张吉福主动对接各地的种植合作社，了解他们的作物品种、用肥习惯、进货渠道以及存在的困难，并将这些情况及时反馈给所在支局，与支局员工共同研究如何帮助合作社破解难题。功夫不负有心人，2017年以来，他成功促成后杨、周寨、张寨、甄家4个村级合作社与邮政合作，年销售农肥500吨，带动支局金融业务增长80万元。

去年，后杨村风光农业种植合作社种植的红冠苹果、油桃、水蜜桃等水果开始成果，但由于品牌知名度低，水果销路一直不好。张吉福了解情况后，先是在邮乐优鲜平台上进行本地推广，然后利用自己的邮乐小店、快手、抖音视频号等渠道在全网推广销售，累计帮助客户销售水果20万余元。

今年以来，张吉福围绕集团公司乡村振兴和农村电商战略目标，进一步落实“网点+站点”模式。他每天深入站点走访维护。农忙时节，抓住农资销售旺季，将惠农肥料送到千家万户；坚持做好白酒、啤酒、气雾剂、面粉、食用油等“快消品进超市”工作，今年已实现农资销售收入46万元、快消品销售收入63万元，带动邮储余额增长124万元，并协助站点开通邮件自提业务。 □董玉玲 王文东

包志荣

及时响应 为客排忧

在江苏省泰州市姜堰区邮政分公司，有这样一位基层营销先锋，他每天起早贪黑奔走在服务客户的路上，无论是城市精品超市，还是乡村小卖部，哪里有需要，哪里就有他服务客户的身影。他就是“邮乐购站点全国十大金牌地推”、江苏邮政“百优营销员”、江苏邮政“三创”先进个人包志荣。

从事地推工作以来，为更好地适应行业发展、满足客户需求，包志荣认真学习地推相关业务知识，熟悉地推作业流程，努力提升自身业务水平。作为地推岗位的老员工，他充分发挥“传帮带”作用，毫无保留地向年轻员工传授专业技能、经验做法等，共创部门出色业绩。

服务是邮政永恒的主题。工作中的包志荣始终坚守“热情、礼貌、快捷”的服务宗旨，想客户之所想、急客户之所急、排客户之所忧。为第一时间帮客户解决问题，他主动建立片区加盟店店主微信交流群，对店主日常配送、商品信息查询等需求，包志荣都能及时响应、有问必答、贴心服务，他还经常放弃休息为店主排忧解难。今年7月，包志荣脚部受伤、行走困难，但为了不影响啤酒销售旺季的配送工作，他咬牙坚持，为客户提供全方位、全天候的优质服务，获得了客户的好评。

多年来，包志荣默默坚守在地推工作一线，任劳任怨、踏实肯干。时光不负有心人，他的业绩在姜堰邮政区域经理队伍中一直名列前茅。截至目前，他所服务的加盟店今年累计完成订单量近1万单，销售额超100万元。 □花慧

程有利

师徒结对 现场带教

2017年，程有利加入安徽省马鞍山市邮政分公司。从参加工作的第一天起，他就奉行“把工作当作事业干，把困难当作机遇抓”的工作理念，从客户出发，深耕市场，不断提高自己的业务水平。

经过多年的磨炼，程有利对营销工作逐渐得心应手。2020年，他开始接触邮乐购站点地推工作，主要负责城区站点访销和商品招商。其间，他带领地推团队完成了城区76个优质站点的批销工作，并以全年批销额447万元的成绩列全市邮政地推员工第1位。在取得优异成绩的同时，程有利总结出一套“师徒结对、现场带教”的培训方式，对马鞍山邮政地推团队进行了多次培训，极大提升了地推人员的业务能力。在他的带领下，今年，马鞍山邮政专职地推队伍人均批销额超120万元。

在商品招商方面，程有利积极引入“一市一清单”的模式，他与“金菜地”“采石矶”“金采一碟”等企业达成合作，将马鞍山邮政的大单品SKU增至800余个，同时获得了百事可乐在当涂、含山两地的大单品销售代理权。此外，他积极参与站点拓展工作，协助站点开展“掌柜复苏”活动，动态调整低效站点700余个，培育了近400个优质站点。 □王文涛

李林波

“两个抓住”做批销

李林波是河南省新乡市卫辉市邮政分公司的一名渠道经理，今年40岁的他从事“邮掌柜”平台批销工作将近7年。他的身影穿梭在大街小巷，他的脚步踏遍了各个乡村邮乐购站点。在卫辉，“进货找林波”已成为各邮乐购站点负责人的口头禅。

李林波负责卫辉市李源屯镇、庞寨乡两个乡镇、52家邮乐购站点的批销工作。这些站点大多是村里的生活超市，对批销商品的需求量大、周转周期短。平时，李林波会利用巡店的机会和站点负责人沟通，及时了解商品进货需求。截至7月，李林波今年累计实现站点批销额111万元，实现大单品自营进货额87.5万元，两项指标均列新乡邮政地推业绩第1位。李林波说，之所以自己的业绩能够位居榜首，秘诀在于“两个抓住”。一个是抓住节日。春节、中秋节等节日前夕是邮乐购站点的进货高峰期，李林波会提前和站点负责人沟通，讲透邮政的活动细则，登记各站点进货量，确保配送到位。另一个是抓住集会。大一点的村子一般都会定期举办集会，李林波借着赶集的契机，向邮乐购站点负责人和村民推介自己精心挑选的邮政批销产品，只要商品选得对，销量不亚于节日期间。

面对“十大金牌地推”这份荣誉，李林波说：“助力乡村振兴是邮政的职责。作为一名邮政地推人员，我所做的工作不仅是帮助站点负责人把生意做大做好，更重要的是通过邮政渠道，让更多物美价廉的大单品下乡进村，满足百姓的日常生活需要，让他们足不出村就能够享受到和城里人一样的购物体验。” □杨丽

肖红顺

构建协同发展生态圈

肖红顺是湖北省枣阳市邮政分公司渠道部地推经理，负责63个进销存站点的地推、巡店和支局地推人员的培训工作。

肖红顺坚守“做乡村振兴主力军”的服务理念，充分发挥“网点+站点”双向引流优势，开展渠道运营组织、系统赋能、业务叠加、培训支撑、站点激励等一系列工作。他从全市邮政63个进销存站点中挑选出40个精品站点布放双屏机，通过积分兑换等活动为网点引流金融客户。目前，枣阳市分公司各站点积极开展“一元换购”活动，累计引流资金82万元，自提点引流资金150万元，分销酒水4.2万元，销售化肥37吨，商户收单资金达356万元，沉淀资金45万元，通过社区团购销售农产品2万元。

肖红顺充分发挥地推经理的作用，加强网点对站点的地推管理和服务，为店主增加收益。肖红顺表示，在今后的工作中将努力构建“网点+站点”协同发展生态圈，打造高质量站点，真正扎根农村、服务民生，为助力乡村振兴贡献自己的力量。 □王运明

刘建建

主动融入赢市场

湖南省郴州市永兴县邮政分公司地推经理刘建建主要负责91个乡村邮乐购站点的访销工作，日常工作包括产品宣传、货品陈列、货物配送、农产品销售等，服务范围覆盖永兴县4个乡镇。

为拓展新渠道、开发新客户，刘建建利用到商超取件的机会，主动帮助店主整理货物、打扫卫生，了解商超的进货需求，并适时向店主介绍邮政批销产品。工作中，他总是急客户之所急，想客户之所想，以服务赢得市场，成功开发了多项团单业务。

作为一名退役军人，刘建建始终保持军人吃苦耐劳的过硬作风。面对繁琐的工作，他每天起早贪黑，访遍自己负责区域内的商超和邮乐购站点，了解每一个商超和邮乐购站点的进货和销售情况，2022年累计配送商品180万元。在做好地推工作的同时，刘建建还协同发展其他邮政业务。2022年以来，他销售化肥16吨，营销线下简易险团单11单、保费达11.75万元，订阅报刊0.5万元，销售邮品0.89万元，推销理财险10万元，带动支局金融业务增长60万元。

刘建建坚信办法总比困难多。去年，他了解到当地农户种植的水果滞销的情况后，经多方联系，利用邮乐小店、邮乐优鲜、抖音直播等渠道帮助农户拓宽销路，累计帮助农户销售冰糖橙、黄桃、杨梅等农产品40多万元。 □李喜平 曾建国

出版单位：《中国邮政报》社有限公司 社址：北京市西城区宣武门东大街2号 邮政编码：100051 投稿平台：www.chinapostnews.com.cn 总编室：(010)83161680 传真：(010)83162330 广告联系电话：(010)83168551
广告经营许可证：京西市监广登字20170100号 本报每周二、三、五、六出版 月价：21元 印制单位：工人日报社印刷厂