

凝心聚力 全力以赴

——各地邮政代理金融跨年度营销活动经验分享

一年一度的跨年度专项营销活动是邮政代理金融业务发展的黄金期。打好跨年是形势使然、发展所需,是企业人心所向、责任所在。为贯彻落实集团公司跨年度金融营销活动启动会议精神,持续深化代理金融业务旺季营销发展,大力弘扬“比学赶帮超”精神,积极推介在跨年度专项营销活动中涌现出的优秀单位的先进经验,特推出跨年度营销活动专题报道。通过分享先进经验,以榜样的力量引领各单位鼓足干劲,凝心聚力,全力以赴打好金融跨年度攻坚战。

湖南省衡阳市石鼓区分公司白沙洲所 “激战”白沙洲

在2021~2022年金融跨年度营销的跑道上,湖南省衡阳市石鼓区邮政分公司白沙洲所的员工跑出了“加速度”,成为石鼓区分公司27个网点中的领跑者。截至2021年11月16日,白沙洲所净增金融总资产3101万元,以完成跨赛一阶段计划270.83%的佳绩稳居石鼓区分公司网点进度排行榜首位。

一个好主任

白沙洲所地处新旧城区的交汇处,方圆500平方米内遍布了6家金融机构,业务发展竞争十分激烈。而白沙洲所的姐妹们,就是在长期的服务社区和居民中得到了锻炼与成长。

2007年5月,夏先晨参加工作后在邮政营业岗位上干了7年,2014年转岗从事邮政储蓄营业。无论是邮政营业还是储蓄营业,她的能力和才干都得到了领导的认可。2021年7月,夏先晨被石鼓区分公司任命为白沙洲所主任,她克服家庭中的诸多困难与挑战,带领所里的姐妹们“乘风破浪”。2021~2022年跨年度营销是夏先晨披挂上阵担任所主任之后的首个跨赛战役,她心里明白,自己只有与所里的姐妹们迎难而上、直面挑战才是最佳选择。

面对金融业务激烈的竞争形势,夏先晨决定首先打造好员工队伍,做到各负其责、形成合力。余额涨不涨,就看访不访。夏先晨首先是把电联、走访当作打好跨年度竞赛的重要“引擎”。她每天除了与所里的姐妹们一起电联,还会抽出时间进行上门走访,尤其是对那些大客户,她们会更虚心地听取客户对邮政金融服务的意见与需求,把服务工作做得更加到位、更加走心。

白沙洲所旁边有两所衡阳市的名校,其中一所名校周边开了不少与学生学习有关的商店,生意都挺好的。一天,夏先晨与所里员工走访了一家文具店,得知店主喜欢炒股,她就与店主聊一些与理财、基金、炒股有关的话题,还将重点锁定到基金上。她告诉店主,基金赚钱的概率更高,是普通人最好的理财方式,对于普通投资者而言,购买基金才是更加适合的选择。店主顿时感觉从中学到了未曾了解的资产增值知识,也激发了购买基金的欲望。于是,店主当即从他行转了几十万元的资金到所里认购了基金。在闲聊中,夏先晨还了解到店主在所里办的微邮付一直处于关停状态,就请店主在收账时多多使用微邮付,目前,收款额已近6万元了。

一群好员工

国庆黄金周期间,夏先晨从一位客户口中得知,一家教育培

训机构的老板存在他行的一笔大额存款已经到期,于是,她和所里的员工连忙登门拜访。她们带上建党百年纪念币和满满的诚意,与那位老板进行反复的沟通交流。那位老板被她们的真诚所打动,立即从他行将到期的大额存款转存到了白沙洲所,成了所里提前完成跨年度竞赛第一阶段计划的“顶梁柱”。

营业员王伟燕是4月份轮岗时到白沙洲所的,她很快就成为所里的业务发展能手。她是一个有心人,平日里很擅长处理营销与服务的关系,深受客户信赖。她对到期存款客户进行资金留存和提升有自己的独到之处,从跨赛启动以来的一个半月里,她个人新增的金融总资产就超过了360万元。

长期以来,老年客群是白沙洲所的主力军。一天,一对年近八旬的老年夫妇互相搀扶着走进所里,大堂经理连忙迎上去接待了二老。两位老人当场办理了两万元的定期存款,原来,他们早就是邮政储蓄的忠实客户了,很多资金都存在白沙洲所。老大爷还透露,自己在他行还存了一大笔资金,到期后也取出来存到白沙洲所。所里员工一边祝福老两口、一边满口承诺,到时候一定开车上门接二老办理取款转存业务。

唐文霞是一位即将退休的营业员,她给大家的印象只是平凡,而夏先晨却不这样认为,在发现她身上的闪光点后再运用到工作中。有一段时间,夏先晨给她交办的工作是整理保险到期客户,她做得仔细又认真。对那些即将到期的保险客户,唐文霞都一一抄在本子上,然后提前一天进行电联,提醒客户按时来办理退保手续。她再一对一地进行二次营销,对那些不想继续办理业务的客户,都会耐心做客户的工作。

有一天,所里来了一位阿姨,她说是所里员工通知她来办理退保手续的,原来是员工一时疏忽看错了日期。这位退休的阿姨是在深圳帮女儿带外孙,如果提前办退保经济上会受损失,到期再办又很麻烦。在阿姨东一顿西一顿的时候,夏先晨春风化雨般地与她拉家常,一个劲地夸她女儿很有出息,年纪轻轻能够在深圳安家立业,绝对算得上人中凤凰,一下子就拉近了与阿姨的距离,而这种亲和感也赢得了阿姨的信赖与好感。阿姨当场从支付宝上提取两万元购买了长期期缴保险并与夏先晨约定,保险到期后会再到所里办理相关手续。

□李无我 刘春日

江苏省苏州市分公司

尊老卡解锁客群提升

自跨年度营销活动启动以来,江苏省苏州市邮政分公司坚持以客户为网点经营发展之本,围绕系统化转型发展,增效益、强管理、抢抓节点,在守正创新中取得新突破,即依托尊老卡项目实现客户快速增长。

2021年9月,一张专门为苏州市60周岁及以上的老年人定制的养老服务“一卡通”——苏州市尊老卡正式开启申领通道。该卡由苏州市民政局统一监制,与发卡银行合作,按照统一的技术标准制作,面向年满60周岁及以上本市户籍及常住人口发放。截至10月,苏州邮政共收到客户信息18.78万条,制卡17.7万张,其中新客户8.07万户,迅速提升了新客占比。

高度重视、行动迅速。在接到相关通知和文件之后,苏州邮银双方领导都高度重视,迅速成立了项目小组。在江

苏省邮政分公司的协助下,苏州邮政积极与苏州分行、江苏省分行、市民卡中心沟通项目各环节,逐一推进。各区县邮政分公司依照政策要求,安排网点落实项目申领与发卡环节。中秋节期间,各级金融业务部放弃假期下沉至网点,协助网点进行尊老卡申领工作,一方面安排专人陪同街道工作人员走访客户,收集客户信息,同时,在驻点社区开辟专区集中办理,从社区抓取第一手资料,协助老年客户开展集中申领工作;另一方面,紧抓网点存量与厅堂流量客户,通过厅堂开发、班后电访、批量短信、专项推送引流客户到营业厅申领。

为顺利推进尊老卡项目,苏州市分公司不分前台后台,强调有效支撑到位,多管齐下,效果显著。邮银双方依照增强普惠金融的要求,以网点为核心,扎实推进项目建设。

安徽省阜阳市分公司

立足发展实际 发挥协同优势

2021~2022年跨年度旺季营销活动开展以来,安徽省阜阳市邮政分公司认真贯彻落实安徽省邮政分公司各项旺季工作部署,坚持“客户为本,AUM为王”的发展理念,按照转型发展的思路,坚持协同发展的策略,发挥科技赋能的优势,对标全国先进,发挥协同优势,实现了代理金融业务发展的新突破。

阜阳市分公司针对城市和农村网点的差异,分别进行线上宣传和面对面宣传。全市邮政依托站点开展了3000余场“普惠金融进万家”宣传活动,为留守老人送去防诈骗金融知识;开展了2000余场进校园活动,写一封信、送一张成绩单,记录着留守儿童对父母的爱;制作了1万套三轮车篷、5万张贴,聘任“宣传大使”,走千家串万户,宣传旺季活动。截至2021年底,全市各邮政网点累计开展进乡村活动9060余场,微信吸粉7110户。

阜阳市分公司以外出务工创业人员为核心,按照外出务工创业人员“返乡前、返乡中、返程前”时间轴,联合阜阳政府相关部门,围绕外出务工创业人员父母、孩子、本人,开展系列客户营销活动,打造阜阳邮政代理金融“情系务工 放心邮政”品牌。构建八大外出务工创业人员客户营销服务品牌:“爱心

专车接您回家”“返乡三重礼”等,收集外出务工创业人员信息65万余条,发送微信、区域定向短信200万余条,建群550余个,开展重点客群活动11000余场。

阜阳市分公司聚焦惠农合作,执行“惠农专班+支局”模式,下发正式文件明确惠农专班要集中办公。该分公司按照“网点+站点”模式,针对梳理的重点惠农项目农业主体,开展销号式走访、建档、建联,最终达成合作,在地方逐步形成影响力,带动个体种植户融入惠农服务生态圈,实现惠农项目最大化协同发展。同时,聚焦数据支撑,优先发展中邮简易险。安排专人运用系统进行数据分析,对简易险承保到期客户进行客户画像、数据下发、提前电访和锁定客户,强化续接营销,提升客户续保率。开展业务联动营销,发挥“简易险+”的综合营销优势,利用“简易险+存款”“简易险+理财”“简易险+基金”等模式,带动中邮简易险销售。截至2021年10月底,阜阳市分公司实现简易险保费781.9万元、中邮简易险保费103.8万元,均列全省邮政第1位。

阜阳市分公司创新信用卡发展模式,邮银联合开展“邮银协同 争创佳绩”“邮银协同 决战金秋”特训营,合力推

进信用卡展业行动,截至2021年10月底,阜阳市分公司本年新客发卡8199张,旺季新客发卡1947张,居全省邮政第1位。从以往单纯线上二维码引荐方式,转变为线下进件为主、线上引荐为辅,邮银双方密切协作,自营网点与代理网点建立“一对多”的对接模式,提供“点对点”的上门支撑,准确定位有稳定收入来源的政府、企事业单位和厅堂流量中青年目标客群,落实“两个100%”,即100%营销、100%电访,推进信用卡快速上量。2021年,全市邮银累计开展信用卡线下营销活动385场,活动参与19200人次,成功发卡8778户,全省邮政排名第一。

阜阳市邮银重点围绕“公司业务企业破产管理人”项目,及时关注高院中院网站破产管理人关键字名册,以查询属地法院网重大事项通报为突破口,组建公司业务破产项目营销团队,明确分工开展团队营销,走访了具有代理破产企业审计资质的律师事务所等关键机构,掌握精准项目信息,累计收集企业信息12条,成功开发4户破产管理人,累计结存资金1200万元。

阜阳市分公司启动“一点一场景”智慧场景项目,连续两个跨赛将智慧场景打造纳入旺季重点业务发展中,投入300万元专项资金。“一点一场景”项目由金融业务部统筹开发,各单位抽调专管员,联动市场营销部大客户经理以及第三方客户经理等,成立专项营销团

队,明确职责分工、时间安排、奖励措施等,确保项目快速成型,锻炼队伍执行力,实现智慧场景快速复制推广。该分公司借助商场大联联和美食惠等活动平台,结合省分公司商户活动,全市统一配套商户收单“商超大联联”“提现邮惊喜”等活动,通过线上发券、商家展示、线上引流等,支撑优质商超和餐饮类商户开发,实现邮商双向引流。截至2021年10月底,阜阳市分公司结存商户收单客户9.5万户,累计开发智慧场景82户,整体完成进度为220.6%,其中商超48户,商超场景进度208.69%,其他场景34户,结存商户活期存款9.1亿元,全省邮政均排名第一。

阜阳市分公司实行邮银协同,共同推进渠道建设,大力抢占线上支付渠道,以“减少生活中的每一张纸”活动为主题,广泛宣传手机支付、存取款一体机使用,结合厅堂优惠购,开展手机银行特训营,重点关注客户活跃度的提升。截至2021年10月底,全市当年新增手机银行激活数18.04万户、结存180.08万户,电子支付绑卡20.61万户、结存191.79万户,交易替代率达到93.6%,均居全省邮政第1位。该分公司布局轻型智能网点。按照轻型化、智能化、便利化要求,积极推广智能终端自助设备,累计安装使用CRS、ITM等自助设备724台,点均4.8台,台均交易笔数60笔,当年交易离柜率达81.28%,居全省邮政第1位。

从理论到实践,从数据到实体卡,苏州邮政秉承“便民、利民、惠民”理念,让邮政服务更加邻里化、更加普惠,将尊老卡项目服务送至百姓家门口,让客户群体更满意,成为老百姓心中口口相传的方便窗口。

□高静

重庆市永川片区分公司

精准施策 增量提速

截至2021年10月31日,重庆市永川片区邮政分公司提前两个月实现跨年度营销活动第一阶段余额发展目标,完成目标进度的127.45%,列全市邮政第1位,高于全市邮政平均水平66.07个百分点;同比多增3.43亿元,列全市邮政第1位;同比增幅达180.35%,列全市邮政第1位。

2021年9月初,永川片区分公司将余额增长作为10月重点项目,全力攻坚、振奋士气,打响跨年战役第一枪。该分公司组织召开了10月余额增长点启动会,对绩效考评方案、各单位分工以及具体工作路径进行宣贯。网点及机关各层级分工有序,从上至下明确将余额增长作为当期重点工作;金融部、城区邮政分公司积极协同,梳理网点获客获金路径思路归纳下发,确保网点知方案、知方法,并能熟练运用。该分公司每日统计网点余额意向客户、资金获取信息数据,按日、按周通过工作群、周例会进行

专项通报;针对前期意向客户、资金信息获取情况较好的头部单位组织营销案例及发展经验亮点分享,对于较差的尾部单位由机关点对点帮扶人员及金融部相关人员驻点帮扶督导,以头带尾、共同进步。在网点发力营销的同时,机关部室相关人员也对自身人脉资源进行梳理、挖掘,转介高价值客户至网点,形成上下一心、共同配合的联动形式,共同为实现余额增长献策助力。

该分公司积极筹备10月余额增长点活动,配套会员欢乐优惠购、惠农一周一品、厅堂抽取鸡蛋等日常维护活动,网点厅堂端、外拓端、电访端三端齐发力,自9月起进行铺开式宣传,确保网点到访客户、存量客户、产品到期客户、外拓活动客户、临街走访客户100%宣传到位。该分公司对参加活动的意向客户进行相关信息到期信息登记,邀约客户国庆节期间到访参加网点权益活动;同时,针对意向

到访客户,邀请其以转介客户形式参与网点抽奖活动,让老客户带动新客户。永川片区分公司9月累计组织开展院坝会、厅堂微沙等宣传活动2101余场,收集10月余额增长点活动意向客户2129户,收集意向资金1.13亿元。

2021年三季度,永川片区分公司组织对商户收单发展进行着力攻坚,商户资金留存为带动四季度余额增长作出极大贡献。该分公司以网点为圆心,聚焦周边2公里范围内的商户,网点人员比照网格化管理方式进行分岗管户,不间断组织外拓走访营销。以微商圈建设为契机,组织部分菜市、商户开展特约商户试点,实现邮政网点与商户互相引流,客户与商户联动,让商户切实尝到甜头,最大程度助力了收单商户拓展。在商户收单户数提升的同时,该分公司凭借前期与商户建立的良好服务与互惠互助关系,在9月由网点组织对存量商户再次进行大起底、大走访、大摸排,收集商贸客户资金信息,同时,商户手续费补贴及收单户、金额王等商户活动取得实效。10月获取商户结算资金留存效果显著,单月仅商

户端新增余额就累计实现近9000万元,带动余额进一步增长。

永川片区分公司按照市分公司对于用好总行CRM等系统、打造客户维护体系相关要求,针对VIP客户维护管理制定了专项方案,从网点业务绩效考评及系统化转型两个端口实施落地,从思想上进行指导、行为上进行管控。在全年不间断地做好客户资产提升活动的同时,9月针对VIP、财富客户制定营销活动方案,开展爆点活动宣传吸金。该分公司重点组织梳理VIP临界客户信息并再次跟进,收集客户资金信息,巧用活动吸引转化,为10月余额增长添砖加瓦。同时,梳理邀约VIP进入延展期客户、降级客户到网点参加专题客联会,通过VIP客户、财富客户权益吸引到访客户进行一对一资产提升,并从资产配置角度为客户构建财富管理规划,提升单一资产持有客户储蓄余额资产占比。10月,永川片区分公司新增资产10万元以上客户1601户,该部分客户新增资产4.15亿元,资产提升效果较好。

□赵晶 陈力琪