

文章编号: 1007-5399 (2017) 06-0012-03

论邮政综合便民服务平台的创新发展

李天平

(中国邮政集团公司河北省分公司, 河北 石家庄 050011)

摘要: 文章阐述了互联网背景下, 平台经济对传统产业转型发展的重要意义, 提出了邮政创新综合便民服务平台建设的思路, 并围绕平台创新的系统特征、构建维度、构建规划探讨了邮政综合便民服务平台的创新策略。

关键词: 平台; 创新; 技术; 产品; 客户; 渠道

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

在传统产业加速同互联网融合的大趋势下, 平台的作用愈发凸显, 发展平台经济对于做大做强服务业, 推动产业创新和经济转型具有重要意义。邮政企业要想成为服务业平台战略的先行者和推动者, 必须创新综合便民服务平台的建设思路, 由经营产品向经营渠道、经营平台转变, 以开放共赢的态度推进服务转型, 释放企业发展新活力。

1 邮政综合便民服务平台创新的概念

邮政综合便民服务平台是一个为社会公众提供便民服务的平台, 平台运营的产品从本质上看, 就是一种服务过程。因为邮政企业并不生产具体的实物产品, 只是将服务附加在这些实物产品上。平台上某些产品本身就是一种服务, 比如便民服务站的代收电费产品, 在业务发生过程中, 并没有任何实物产品的形式出现, 只是为客户提供了缴费服务。邮政综合便民服务平台的管理、运营和业务发展, 都是一系列的服务过程。因此, 邮政综合便民服务平台创新是一个较为宽泛的概念, 是指一切与该平台运营、管理和业务发展相关或针对上述环节的创新行为与活动。

2 邮政综合便民服务平台创新的特征

2.1 技术创新

技术创新属于邮政综合便民服务平台创新中的重大创新。比如邮政便民服务站的技术模式和运营模式, 在国内就属于首创。通过自主研发的邮政便民服务站业务系统, 连接后端的邮政电子商务信息平台 and 邮政中间业务平台, 使用户在家门口即可办理缴费、邮政、票务、商品销售等多种业务服务。这一模式是根据邮政业务特色而设计, 是为邮政量身定制的业务模型, 也是落实公共服务均等化的具体体现。这类创新奠定了整个平台的发展基础。

2.2 业务创新

业务创新是指在现有服务市场中引入新的服务, 比如: 为有车一族开办的车务代办业务, 在邮政渠道为车主提供车辆年检、违章处理等相关的一系列优惠增值服务。

2.3 服务创新

服务创新是指在现有客户群或组织中提供新服务。邮政综合便民服务平台开办的大多数业务都属于这一类型, 比如邮政的代收代缴、批销、农资分销等业务。在组织管理中, 邮政构建的连锁管理模式也是一种服务创新。

2.4 服务产品线扩充

服务产品线扩充主要指对服务产品功能的延伸和拓展。邮政综合便民服务平台必须通过这种创新提升产品和服务的竞争优势。比如在批销业务中, 依托邮掌柜系统和邮政的物流配送资源, 为商户提供线上订购、线下配送上门服务; 利用信息资源, 为农户提供销售信息服务等。

2.5 服务改进

服务改进是指对服务的特性进行不断优化和改进。这类创新较多的体现在管理、流程和服务质量上。比如不断优化代收业务的服务方式, 给客户提供更便捷的服务体验。这类创新必须是持续的, 贯穿于综合服务平台建设、管理和发展的全环节。

2.6 服务风格和形式变化

这类创新较为特别, 是指对客户感知、感情和态度的适度形式的可见变化。通过将现有服务产品的要素进行重新组合和包装, 以适应不同类别客户的个人感知、感情和态度上的偏好。比如邮政企业为适应电子商务的发展对传统包裹业务进行改进和调整, 推出电子商务快递包裹, 在服务流程、服务质量和产品规格等方面制定专门标准。

3 邮政综合便民服务平台创新体系的构建维度

3.1 新服务概念

一是对服务流程的改进。传统的邮政服务产品叠加到以社会渠道和新兴渠道为主的平台上, 必须对原有的流程进行优化和改进, 才能适应市场竞争的需要。二是扩大和大型企业单位的战略合作, 使更多的企事业服务内容通过邮政的服务平台提供给广大城乡居民, 打造一站式服务包。三是在特定服务解决方案中提出新思路, 形成新概念。由向客户销

售产品转变为销售服务，再由销售服务创新为提供一揽子服务解决方案。

3.2 客户界面

客户界面表现在平台上，即客户服务界面的设计、服务交付方式、客户间交流合作的方式等。随着客户导向原则在更多产品和服务开发中的广泛应用，平台设计必须考虑如何有效地与客户交流，准确地识别潜在客户，让客户更多地参与到服务创新过程中。因此，优化客户界面设计也是平台创新的重要关键点之一。平台通过短信、微博、微信等形式延伸服务，就是关于客户界面创新的一个实例。

3.3 服务传递系统

服务传递系统主要是指生产和传递新服务、新产品的组织。平台开办新服务或推出新产品时，总是要从保持市场竞争优势的角度考虑该服务或产品在平台内部的支撑流程。如新型平台针对电子商务企业开办的快递包裹业务，在揽收、内部处理、投递等环节都提出了更高的服务要求和服务承诺。这就需要邮政企业内部支撑部门对售后服务流程做出相应调整，并通过培训提升相关岗位人员的业务技能，从而确保这项服务创新能够达到提升竞争优势的目的。

3.4 技术选择

技术创新在很大程度上促进了服务创新，大量新服务概念的出现都源于某些新技术的应用，邮政企业也是如此。例如，GPS技术的应用，实现了邮车定位、投递服务流程优化、实时指挥调度，服务水平不断提升；手机客户端的应用，实现了和客户的交互，提高了客户的满意度和忠诚度。

4 邮政综合便民服务平台创新体系的构建规划

4.1 总体构想

以提升客户价值为中心，以信息化建设为引领，加快完善渠道体系，不断丰富服务功能，重点提升平台效能，以“互联网+”的思维打造线上线下联动、城市农村并进、自有社会互补、实体网络结合、商户用户满意、实物信息通畅的邮政综合便民服务平台体系。

4.2 构建目标

4.2.1 渠道整合平台

邮政综合便民服务平台创新体系要树立大平台的理念。在渠道业务整合平台的构建中，首先是按照客户界面创新的维度实现渠道的整合。新型平台不仅包含邮政便民服务站、邮乐购店、村邮站等现有社会渠道，还要积极向新兴渠道拓展。重点加强线上渠道的发展，探索开发基于移动互联网技术的新载体，通过微博、微信等手段扩大邮政的服务覆盖面。其次是按照新服务创新的维度实现业务整合。在稳定发展代收业务的基础上，加快叠加邮政金融、寄递和邮务三个板块的业务，积极发展商品流通服务，使邮政服务更广泛地延伸到城乡居民身边。再次，要从简单的销售产品和服务向提供解决方案式的综合服务体系升级。

4.2.2 科学管理平台

只有科学先进的管理，才能打造一流的服务平台。在

科学管理平台的构建中，本着复杂的事情简单化、简单的事情条理化、条理的事情数字化的原则，深入运用现代管理工具，在平台的构建中全面推进科学管理的理念。构建以制度、流程 and 标准为基础的管理体系，以利润效益为核心的计划财务控制体系，以发挥人的潜能为目的的人力资源管理体系和以提高执行力为目标的闭环管理体系。

4.2.3 服务创新平台

按照服务传递系统的维度，将满足客户期望作为平台服务的出发点和落脚点，切实解决当前存在的服务手段单一、重点不突出、缺乏差异化等突出问题，着力打造以客户为中心的服务模式，与邮政自有渠道形成互补，实现客户需求与邮政服务的有效对接。在服务创新平台的构建中，真正以客户为中心，积极探索个性化、柔性化、精细化的服务模式，加强客户结构分析，科学划分客户层次，合理分配内外资源，建立商业客户分级维护、分层管理的服务体系。对基础客户引入会员制管理模式，依托客户积分系统，实行积分回馈；对于中高端客户实行客户经理负责制，提供全流程服务和一揽子、个性化的解决方案。通过服务创新，切实提高客户满意度和贡献度。

4.3 具体策略

4.3.1 整合渠道资源，明确建设重点

4.3.1.1 建设“N站合一”的农村惠农服务平台

农村地区整合电子商务、分销、金融等专业资源，以邮乐购店建设为中心，推行“N站合一”发展模式，聚集渠道业务资源，降低企业维护成本，提高渠道综合效益。

建设原则：现有站点仍以代收费业务为基础，重点加载代办车险、即开型彩票和旅游联票等高收益项目，逐步完善代收代缴、商品批销、网络代购、代收代投、金融服务五类核心服务。功能单一的代收费便民服务站要发挥平台功效，逐步叠加各类业务，提高商户收益。新建站点要以邮掌柜系统为依托，扩展服务的空间和潜力，尽量不再建设单一功能站点。

建设要求：根据站点实际情况和业务发展需要，分为精品型站点和普通型站点。精品型站点优先选择店铺面积在50m²以上的商场和超市，邮政业务区不低于5m²；以代收费业务为基础，重点开发商品批销、代购、代办车险、旅游联票等项目；至少提供公共服务、金融服务、电子商务服务、分销产品、寄递服务五类核心服务中的四类，有扩展其他服务的空间和潜力。普通型站点优先选择店铺面积在10m²以上的商场和超市，邮政业务区不低于1m²；以代收费业务为基础，重点开发商品批销、代购、代办车险、旅游联票项目；至少提供上述五类核心服务中的三类，有扩展其他服务的空间和潜力。

4.3.1.2 打造多功能社区型的城市便民服务平台

城市地区以社区型便民服务站为载体，进一步完善站点业务功能。

建设原则：选择社区、学校和商业区等邮政服务的空白区域，距离已开业的其他邮政社会渠道500m以上。

建设要求：优先选择店铺面积在10m²以上的商城和超市，邮政业务区不低于1m²。对内整合资源，以综合策划、联动发展为手段，重点开办代收代缴、彩票销售、代理车险、商品批销和旅游联票项目，适时叠加邮件代收代投自提、报刊零售、函件广告、邮乐优选和储蓄业务宣传等项目。对外拓展项目，注重市场调研和行业间合作，提供公众信息发布、旅游门票代销、充电桩等便民服务。

4.3.2 丰富服务功能，推进项目落地

邮政综合便民服务平台的核心服务由公共服务、金融服务、电子商务服务、批销服务和寄递服务五类构成，要通过经营平台、开发项目，促进平台的健康持续发展。

公共服务。抢抓国家推进基本公共服务均等化和管理型政府向服务型政府转变的政策机遇，主动承接政府购买各类公共服务，积极开发代办交管业务、代理民政服务、代收电费、水费、燃气费等多种便民类高人气服务。

金融服务。借助国家推进基础金融服务“村村通”建设的发展机遇，继续推进助农取款设备布放，扩大绿卡账户查询、助农取款、转账汇款等邮政金融服务覆盖面，赋予绿卡缴费、购物结算等实用功能，促进绿卡村建设。借助以邮政储蓄绿卡、电子银行支付、邮政储蓄短信等为主要内容的营销项目，引导社会渠道商户、客户使用绿卡作为第三方支付的关联主账户，扩大绿卡发卡规模及卡余额沉淀；推介用户使用邮政储蓄电子银行作为网络购物支付主渠道，提升电子银行客户数量和交易替代率；积极宣传邮政储蓄短信业务，提高短信加办率。

电子商务服务。依托邮乐网、邮乐小店平台，开展工业品下乡、农产品进城双向通道建设；应用邮掌柜系统做好工业品代购、日用品批发、特色农产品组织和“一县一品”打造。强化对掌柜的业务培训，通过组织好农产品货源，为线上产品专区提供供货保障。充分发挥社会渠道信息源、传播源的作用，为乡村旅游、“自邮一族”、旅游年票等旅游项目提供客源。

批销服务。将消费需求瞄准大众市场、平民市场和节日市场，重点开发需求大、流转快的中低端快消品，逢节推出具有传统文化特点的节日大礼包，微利批销给商户，同时让利于民，快速获得渠道和广大民众对邮政产品的认可。

寄递服务。对接投递改革工作，针对投递组网需求，在社会渠道加载邮件收投服务，释放投递能力。站点代收的各类邮件，由投递人员按照约定的交接时间，及时将邮件带回，并交相应部门收寄处理。

4.3.3 发挥渠道优势，线上线下联动

网站产品线下展示。利用送服务下乡、“走千访万”和农村网点赶集营销的方式，摆放实物、产品二维码墙和展品展示邮乐网上商品，吸引到店客户关注、浏览和选购线上商品，在发展加盟商户成为服务专员的同时，不断增加会员数量，实现有效购买。

本地产品线上销售。发挥加盟商户熟悉本地特产资源的优势，推荐筛选原产地商品及本地名优土特产品，进行线上

销售，丰富邮乐网平台产品。

线上平台引流客户。通过商户向周围网民和智能手机用户免费开放WiFi（扫邮政官方微信公众平台二维码加关注，免费获得WiFi密码并赠送精美小礼品）等形式，推介中国邮政储蓄手机客户端，绑定邮政绿卡，培养用户线上支付习惯。

大数据分析助力企业商品销售。借助邮掌柜后台数据统计功能，通过后台对商户的商品种类、价格、销售情况进行分析，了解当地百姓消费倾向，掌握热销商品及进销差价，为企业引进适销对路的商品提供数据参考。

线上活动带动线下发展。借助邮乐网线上的资金和政策支持，如一元换购、代购返佣金、一元秒杀等优惠政策，补贴线下商户，提升掌柜粘性，实现企业和商户共同发展。

4.3.4 强化平台管理，加强运营支撑

完善渠道考核机制。在渠道质量考核上，将渠道建设数量、建设质量、运营质量、星级评定等纳入对支局及投递部的考核范围。在收入考核上，实施对支局（投递部）和相关专业局的双重考核机制。在此基础上，适时推行站点星级评定，对不同星级的站点执行差异化的奖励政策和支撑服务，并实行动态调整，形成“能进能出”的双向激励机制。

开发平台管控系统。推进综合便民服务平台管控系统的开发和应用，通过与电子商务、分销、金融等业务系统的对接和数据补录，实现对社会渠道基础信息、商户佣金、贡献收入等信息的查询和统计分析，为渠道维护、效益评估和站点规划提供数据支撑。

完善客服中心功能。依托11185客服中心资源，增加站点故障申报服务功能，对商户简单故障进行电话指导排除；受理商户投诉和建议，对客户进行回访，提升服务支撑能力；对较大范围的故障处理进展通过短信群发、QQ、微信等形式通知商户，建立快速反应机制。

加强渠道品牌宣传。联合各级媒体，以综合便民、服务“三农”、邮乐购为切入点，深入开展渠道宣传，提升平台社会影响力。通过悬挂条幅、LED滚动字幕、网站、大喇叭广播等多种媒介，广泛宣传便民服务和重点业务。

5 结语

近几年，通过实施一系列创新举措，邮政将各类实体网点和自助服务设备进行整合，初步建立了综合便民服务平台的架构。但是在平台运营上仍存在诸多短板，服务的深度和广度还有待进一步加强，中国邮政要通过一系列的营销手段来聚集客户，深化与客户的一体化关系，再围绕客户的生活方式成为综合供应商。邮政本身就是一个大平台，拥有先天的网络优势和“三流合一”优势，因此更要学会运用平台思维去思考问题，真正把平台作用发挥出来，从而在市场竞争中占据一席之地。

收稿日期：2017-09-18

作者简介：李天平（1963~），男，陕西岐山人，经济师，主要从事邮政经营管理研究。