



工会互联网+ 如何打造自己的微信平台

运用互联网思维 精准服务职工

□本报记者 刘欣欣 陈曦

缘起—— 摆脱旧有工作模式 提供新鲜服务方式

“做官方微信，就是想用职工认可的方式，为他们服务。”海淀园工会工委主任王晖说。

近年来，随着“两个普遍”工作的深入开展，海淀园所属企业工会、工会联合会、联合工会数量大幅增加。目前，海淀园直属基层工会已经达到1200家，会员更是达到4.3万人。

“我们的工作面临着管理区域跨度大、辖区企业多、从业人员多等一系列问题。以前，每举办一个活动，都要挨个单位打电话通知，费神费力，效率还不高。”王晖说，为了摆脱这一窘境，他们开始探索现代化的工作机制，打造“数字工会”。

记者了解到，海淀园的“数字工会”目前集结了工会信息管理平台、会员信息数据库以及海淀园工会工委网站三大项目。其中，“平台”以保持动态更新的企业工会信息为基础，通过对工会工作流程的优化、建立工会基础信息数据库，提高了工作管理水平。“数据库”则通过对会员实施实名制管理，实现了工会服务与职工个体之间“点对点”的即时无缝对接。“网站”作为海淀园工会工委的窗口，贴近服务园区职工和企业。

为了深化维权和服务工作，提升园区职工对工会的认可度，今年1月份，海淀园工会会员服务部正式成立，其官方微信也正式上线，成为了海淀园“数字工会”阵营中的又一触角。近年来，着力打造“数字工会”的基层工会组织不在少数，朝阳区总工会和下属的街乡总工会也在这方面不断发力。

“酒仙桥地区老的国有企业比较多，转型后形成了文化创意产业园区，而且互联网公司比较集中，基本上北京市一半的互联网公司都在酒仙桥地区。”酒仙桥街道总工会主席赵乾林向记者讲起推出“互联·互动·互助”移动数字平台的初衷，“工会得跟上互联网+的脚步，才能抓住这些年轻人的心。”



赵乾林说，酒仙桥街道总工会成立至今，共有建会企业705家，工会会员14445人，被朝阳区总工会评为五星级工会。随着辖区内建会单位和会员人数的增加，为了更好地为辖区内的会员单位和职工提供各种服务，酒仙桥街道总工会决定使用数字化服务平台，使工作更加适应互联网时代的发展趋势。

做法—— 微信平台推送活动 会员抢票先到先得

“自从燃烧军团降临，艾泽拉斯大地不再拥有往日的宁静，我们的青春也随之热血沸腾。现在，我们只想说：这一刻，终于来了！”热血的宣传语、震撼的画面……这是海淀园工会官方微信最近推送的一个专项活动：免费观看电影《魔兽》首映。

“这次，我们将发放2000张首映电影票，先报先得，发完为止。跟以前采取个人报名的方式不同，这次我们以企业为单位组织报名。企业超过100人报名，可以安排包场。每家企业最多可以申请200张首映电影票。每名职工只能申请一张首映电影票，如果员工有子女，可以申请不超过2张电影票。”海淀园工会工委会员服务部负责人宋爽说。

“官方微信是我们宣传会员活动最重要的新媒体平台之一。上面大部分内容来自我们的会员活动专区，而这个专区又是依托海淀园工会网站以及海淀园工会互助服务卡数据库搭建的。现

在，我们每篇推送出去的微信，阅读量都在几百人次。”宋爽说。

目前，海淀园工会官方微信会向“粉丝”不定期推送专享活动、专属优惠以及线下活动。其中，专享活动以春夏秋冬四季为主题，活动贯穿全年。活动利用新开发的会员抢票系统开展，内容包含踏青采摘、演唱会、烧烤垂钓、优惠学车、温泉养生、卡丁车比赛、运动健身、家庭亲子及秋冬季热门球赛、游园赏红叶、观影观展、冰雪运动、户外拓展等。专属优惠活动则以发展海淀区内的优质商户为基础，通过整合资源，使持卡会员享受商户提供的优惠折扣。

数据整合共享资源 提供个性化的服务

记者在采访中了解到，酒仙桥辖区内的会员单位，同时也是目前国内颇具规模的上市企业、专业传播服务公司蓝色光标传播集团，将其自主开发的数字化活动管理和交互平台“活动树”无偿提供给酒仙桥街道总工会使用，并根据街道工会工作的特点定制了平台架构和用户界面，并将其融入在酒仙桥街道总工会微信公众号平台中。

“我们的微信公众号最大的特色就是共享，可以说这也是互联网的精神。”酒仙桥街道工会服务站副站长李霞说，“这个平台可以提供资源的共享，比如一些有条件的建会企业可以把活动室等能够为职工服务的空间，拿出来供街道的其他建会企业使用。此外，还可以共享各个企业

当下，微信已经成为广大职工群众获取信息和反映心声的重要渠道。利用这个新兴媒介做好工会服务工作，也成为各级工会组织的工作重点。如何通过微信公众号平台，给工会工作加上信息化的翅膀，全面提升工作效能？如何利用网络时代的便捷优势，吸纳广大职工朋友的意见和建议，为职工提供精准化服务？

的产品，一方面给予职工一定优惠，另一方面助力了企业经营。”

为了融入互联网和大数据的精神，在后期使用过程中，蓝色光标传播集团还将为这个平台的运营使用和后续开发提供全方位的技术支持。比如，对后台数据进行分析整合，统计出会员的阅读喜好，有针对性地进行推送，为职工提供个性化服务等。

此外，通过平台的建设，也使工会工作的效率更高了，辐射面更广了。“以前我们举办一个活动，要逐个通知。现在有了这个平台，把活动往网上一发，大家都能看到，感兴趣的话可以直接点击‘报名’按钮。”赵乾林告诉记者，未来他们还将有针对性地推送信息，“比如，将不同信息推送给不同年龄段的职工。”

“通过这个服务平台，用手机就能和基层工会、会员沟通，服务也更加快速精准，同时街道内的资源也能够展示、共享。我们将充分发挥平台的优势，扎实推进工会工作和工会组织两个覆盖。”赵乾林说道。

打造白领服务平台 能购物能合球球

今年4月，北京商务中心区总工会推出了更为精准的多元化服务平台——“CBD白领e生活”，它可以满足区域内会员在服务、活动、商品三方面的需求，让职工自主选择所需要的服务。

通过“CBD白领e生活”微信公众号，工会会员可以抢到各种电子版的优惠券。此外，羽毛球、足球、游泳等丰富的活动也等待着会员们的加入。遇到有的职工想打球，但公司内部拼不出一支队伍，也可以在平台上和CBD区域内的企业职工共同组队，租场地。

商务中心区总工会主席李广彪告诉记者，从去年开始，他们便总结以往工会的服务项目，寻求更适合白领，也更加便捷的服务方式。他带队走到白领身边，进行了多项调研，了解他们对工会的需求。综合白领的意见，结合此前投入的普惠项目，推出了该平台。

“平台目前处于建立初期，前期会更多地走进企业，走到职

工身边，深度了解会员们所需所想，力争最大范围地在普惠的基础上为每一个人提供量身定做的精准化服务。”李广彪表示，“不仅要丰富内容，更要从用户体验方面进行升级强化。”

声音—— 职工希望打破地域限制 更广泛地参与工会活动

“我们工会搞得活动都很潮。每次他们推送新活动，我都会帮着转发，尤其是抢票活动，竞争很激烈。”海淀园辖区企业职工王宇告诉记者，他自己喜欢说唱，之前在海淀园工会的官方微信上试图抢过“兄弟本色”演唱会门票。“网速不慢，但是手慢了。虽然最后没抢到，但是能参与抢票的过程，也感觉不错。”王宇说道。

与王宇这种“官微粉”不同的是，来自北京利玛姆孵化基地楼宇工会联合会的副主席段诗清是德胜街道总工会主席陈洪祥个人微信的“铁杆粉”。“陈主席在朋友圈发的东西都很实用，而且有鲜明的个人特色。陈主席经常会转发一些最新鲜的工会新闻和活动，对于我们开展工作很有帮助。另外，他还经常‘晒’自己健步走的数据，无形中给了我们压力。主席都能坚持锻炼，我们也要好好锻炼。”段诗清笑着说。

“微信确实给我们提供了很多方便，不过说到底，它还是一种宣传的渠道，如果想让它发挥作用，关键还要看内容。如果是职工喜欢、企业欢迎的，自然不用发愁人气。”段诗清坦言。

“我认为，‘互联网+’工会不是简单地吧线下的工作搬到网上。”某公关公司职工李晨辰说，“应该结合大数据和云计算成果，运用互联网的思维办工会，用互联网的思维服务职工。”

在李晨辰看来，目前最需要的是打破各级工会的地域限制。“在互联网时代，不应该再有地域限制。我工作地点在东城，公司给我办理的京卡除了市级的活动外，只能享受东城的服务。可是我住在朝阳，如果能在朝阳参与免费看电影、洗车、亲子游等活动，会更加方便。”