

POŠTOVÉ ZVESTI

Časopis Slovenskej pošty

1/2010

ročník III

biznis



Slovenská pošta má potenciál pre budúcnosť

Riaditeľ obchodu a marketingu Slovenskej pošty, Ing. Juraj Kvetko, PhD. vidí priestor na rozvoj pošty v ďalšej elektronizácii služieb a v doručovaní elektronickej pošty.

Všetko pre vašu spokojnosť

Pre Slovenskú poštu bol vypracovaný nezávislý prieskum spokojnosti firemných zákazníkov s kvalitou poskytovaných služieb. Celková spokojnosť roku 2009 vzrástla o 8,5 %.

Dajte o sebe vedieť

Komunikujte so zákazníkmi cielene. Využite reklamný priestor na poštách a SIPO-dokladoch alebo pošlite reklamné letáky zákazníkovi priamo domov.

Moderný spôsob spracovania zásielok na výplatnom stroji

Ofrankujte zásielky digitálnou známku priamo vo svojej firme. Cez diaľkovo kreditovaný výplatný stroj sa len za posledný rok podalo takmer 8 miliónov zásielok.

Som optimista, Slovenská pošta má potenciál pre budúcnosť

Ing. Juraj Kvetko, PhD., riaditeľ obchodu a marketingu Slovenskej pošty



Priblížite nám na úvod svoju profesionálnu minulosť. Z akého prostredia ste prišli do Slovenskej pošty?

Moje pôsobenie v Slovenskej pošte sa začalo v priebehu minulého roka. Posledných 20 rokov som sa venoval v medzinárodných spoločnostiach doma i v zahraničí najmä obchodu, a tak bolo mojou jasnou úlohou pokračovať v budovaní profesionálneho obchodného prostredia na Slovenskej pošte. Táto potreba je z pohľadu našej spoločnosti osobitne dôležitá, predovšetkým v súvislosti s liberalizáciou poštového trhu.

Čo vás osobne pri nástupe zaujalo, respektíve čo bolo pre vás na začiatku výzvou?

Budúcnosť pošty je nepochybne prepojená s liberalizáciou poštového trhu. Zároveň si treba uvedomiť, že v prostredí spoločnosti, ktorá mala a stále má dominantné postavenie v niektorých segmentoch trhu, je obchodné správanie stále v úvodných štádiách vývoja. Práve preto vnímam ako dôležitú a zaujímavú výzvu venovať sa rôznym faktorom v oblasti starostlivosti o firemných zákazníkov aj širokej verejnosti, čo posilní konkurencieschopnosť Slovenskej pošty a jej postavenie na trhu.

Čo by ste vyzdvihli pri hodnotení roku 2009?

Za všimnutie určite stojí posun v oblasti komunikácie s veľkými klientmi. V segmente firemných zákazníkov sme nastúpili na cestu diferencovaného prístupu ku klientom, napríklad podľa rozsahu a štruktúry produktov a služieb, ktoré využívajú. To nám umožňuje vyššiu mieru individuálneho prístupu v budovaní vzťahov s veľkými a stredne veľkými klientmi.

Podarilo sa nám spríjemniť a zatraktívniť prostredie pre našich zákazníkov na poštách, budujeme špeciálne pracoviská a stále rozširujeme portfólio služieb – poštových aj nepoštových – poskytovaných priamo na mieste.

Významným bodom je i spolupráca s našimi strategickými partnermi – s Poštovou bankou či Tiposom.

Aké kroky na podporu konkurencieschopnosti Slovenskej pošty ste v uplynulom roku podnikli?

Podstatným krokom bola inovácia produktového portfólia odzrkadľujúceho vývoj trhu. Ďalším významným krokom, ktorý priamo pociťujú firemní a bežní zákazníci pošty, je rozsiahla automatizácia poštových služieb, ktorá prináša pohodlnejší prístup k našim službám, rýchlejšiu obsluhu, moderné a interaktívne poskytovanie služieb. Ukončenie kompletnej automatizácie všetkých 1 593 pobočiek je plánované do polovice roka 2010, čím sa Slovenská pošta zaradí medzi najmodernejšie pošty Európy.

Čo ďalšie plánujete z hľadiska budúceho rozvoja služieb?

Okrem automatizácie sme minulý rok rozbehli aj projekty, ktoré súvisia s elektronizáciou služieb. V tomto roku chceme veľkým klientom poskytovať služby súvisiace s elektronickým podajom, chceme ďalej postupovať pri elektronizácii procesov (napríklad e-SIPO) a rozvíjať možnosti poskytovania hybridnej pošty, ako aj iných služieb elektronického charakteru pre biznis klientelu.

Ako zhodnotíte oblasť kvality poskytovaných služieb?

Vnímanie Slovenskej pošty firemnými zákazníkmi sa za posledné dva roky podstatne zlepšilo. Potvrďuje sa tým jej pozícia štandardnej komerčnej spoločnosti, ktorá sa správa k svojim klientom ústretovo. Z hľadiska kvality poskytovaných služieb obyvateľstvu spĺňame medzinárodné štandardy a v mnohých skupinách sa umiestňujeme podľa prísnych meraní v prvej desiatke v Európe.

Slovenská pošta poskytuje mnohé komerčné služby, ktoré nie sú súčasťou výhrady, spoľahlivo, a kvalitne a často aj výhodnejšie než konkurencia. Potvrdením správnosti nášho smerovania je i návrat viacerých významných klientov.

Listové zásielky čoraz výraznejšie nahrádza elektronická komunikácia. V čom vidíte možnosti rozvoja Slovenskej pošty v budúcnosti?

Slovenská pošta má síce významnú pozíciu v oblasti doručovania klasickej pošty, no má i potenciál prinášať pre fyzické aj právnické osoby produkty zamerané na doručovanie elektronickej pošty.

Zaujímavým je napríklad projekt e-Business, ktorý znamená elektronické spracovanie obchodnej korešpondencie a jej zasielanie zákazníkovi podľa dohodnutého časového rozvrhu.

Ašpirujeme aj na poskytovanie služieb súvisiacich s e-Governmentom a nebude to ďaleká budúcnosť, keď si na pošte budú môcť ľudia vybrať napríklad výpis z registra trestov, z katastra nehnuteľností, či z obchodného registra.

Okrem toho nesmieme zabudnúť na jedinečnosť poštovej siete, ktorá nás oprávňuje byť optimistami vo vzťahu k budúcnosti.

Všetko pre vašu spokojnosť

Robíme všetko pre to, aby ste boli s našou prácou spokojní a kvalita našich služieb stúpala. Preto sme sa rozhodli vypracovať nezávislý prieskum spokojnosti firemných zákazníkov s kvalitou poskytovaných služieb.

CELKOVÁ SPOKOJNOSŤ FIREMNÝCH ZÁKAZNÍKOV V ROKU 2009 VZRÁSTLA OPROTI ROKU 2007 O 8,5 %.

Account manažéri Slovenskej pošty sú hodnotení lepšie než obchodní zástupcovia alternatívnych dodávateľov

Najväčší vzostup vnímanej kvality zaznamenala v prieskume spokojnosti dostupnosť kontaktnej osoby určenej na obchodnú spoluprácu. Práve account manažér je pre väčšinu dopytovaných zákazníkov najvyužívanejším zdrojom informácií. Oproti roku 2007 sa spokojnosť s dostupnosťou account manažera dramaticky zlepšila, a to zo 62 % na úroveň 90 %. Pri tom treba zdôrazniť, že výrazne vzrástla aj vnímaná dôležitosť funkcie account manažera, až o 20 %.

Efektívnosť komunikácie so zákazníkmi sa zvýšila o takmer 10 %

Zvýšená efektívnosť komunikácie opäť potvrdzuje správnu voľbu v prípade starostlivosti o zákazníka prostredníctvom jednej kontaktnej osoby – account manažera. Dosiahnutý

výsledok spôsobila predovšetkým mimoriadna starostlivosť o najväčších zákazníkov, ktorí sú v starostlivosti manažerov key account manažmentu (KAM). Starostlivosť o zákazníkov je naďalej veľmi dôležitá, a na lepšie zabezpečenie predaja a komunikácie s firemnými zákazníkmi prostredníctvom jednej kontaktnej osoby sa rozšírili odbor KAM, ako aj regionálne obchodné centrá (ROC). V súčasnosti poskytujú komplexnú starostlivosť vyše 1 150 veľkým a stredným zákazníkom na celom území Slovenska.

Slovenská pošta je vnímaná ako dôveryhodný obchodný partner

Dôležitosť tohto atribútu u zákazníkov v porovnaní s predchádzajúcim obdobím výrazne vzrástla, pričom Slovenská pošta je vnímaná o takmer 9 % lepšie ako alternatívni poskytovatelia poštových služieb. Na dôveryhodnosť nadväzuje spoľahlivosť poskytovaných služieb, ktorá sa týka predovšetkým schopnosti dodržať dohodnuté podmienky. V roku 2009 zostala na približne rovnakej úrovni ako v roku 2007, teda 75 %, čo je veľmi vysoká úroveň spokojnosti.

Prieskum spokojnosti realizovala externá firma v období august–október 2009 v 35 spoločnostiach. Jeho vyhodnotenie dopadlo pre Slovenskú poštu veľmi pozitívne. Napriek tomu sme si vedomí toho, že je tu stále priestor na zlepšenie komunikácie, zjednodušenie administratívy a na ďalšie zvyšovanie kvality poskytovaných služieb.

Využite moderný spôsob spracovania svojich zásielok na výplatnom stroji

Diaľkovo kreditovaný výplatný stroj vám umožní, aby ste si sami ofrankovali zásielky digitálnou známku priamo vo svojej firme. Týmto výhodným spôsobom sa cez Slovenskú poštu podalo za posledný rok takmer 8 miliónov zásielok. Zásielky si navyše môžete označiť logom svojej firmy či jednoduchým reklamným odkazom.

Slovenská pošta v spolupráci so svojimi partnermi spoločnosťou EVROFIN Int. a spoločnosťou ROBINCO Slovakia v minulom roku úspešne spustila dlho očakávaný a moderný systém diaľkovej kreditácie výplatných strojov. Obidve spoločnosti zabezpečujú diaľkovú kreditáciu prostredníctvom

vlastných kreditčných centier, EVROFIN na výplatné stroje značky Neopost a ROBINCO na výplatné stroje značky Pitney Bowes. Týmto krokom sa i tak Slovensko zaradilo medzi vyspelé štáty používajúce najmodernejšie systémy označovania poštových zásielok digitálnou známku s 2D kódom. Ide o prvý systém tohto typu v strednej a východnej Európe. Rovnaké systémy sa bežne využívajú napríklad v USA, Kanade, Austrálii, Anglicku, Francúzsku či Nemecku.

Bližšie informácie k možnosti využitia diaľkovo kreditovaných výplatných strojov vám poskytneme na bezplatnej infolinke 0800 122 413, prípadne sa obráťte na svojho account manažera.

Aké výhody získate?

- ▀ spracovanie pošty na najmodernejšom frankovacom stroji – digitálnom frankovacom termináli
- ▀ on-line systém prepojený s digitálnou váhou a poštovými tarifami na presné určenie frankovanej hodnoty
- ▀ štartovací bonus vo výške 300 eur pri prvom dobití výplatného stroja
- ▀ maximálna možná zľava na poštovnom pre túto technológiu podľa podmienok Slovenskej pošty (bonus až do výšky 6 % z nakreditovanej sumy) + ďalšie zľavy
- ▀ výhoda digitálnej známky (2D kód – obsahuje množstvo zakódovaných údajov)
- ▀ možnosť nastaviť kredit (poštovné) do stroja 24 hodín denne 365 dní v roku bez potreby chodenia na poštu
- ▀ generovanie daňových dokladov na poštovné
- ▀ podrobný prehľad druhov ofrankovaných zásielok (ks, hmotnosť, €)

- ▀ zákaznícke služby kreditovacieho centra (napr. aktualizácia poštových taríf, hot-line servis a pod.)
- ▀ možnosť napojenia frankovacieho stroja do systému spisových služieb a programov na evidenciu zásielok

The diagram illustrates the layout of a postage meter receipt with the following fields and labels:

- Logo alebo reklamný odkaz vašej firmy**: Points to the company logo area on the left.
- PSČ**: Points to the postal code **BRATISLAVA 1**.
- Názov podacej pošty**: Points to the recipient address **810 00 #000000106**.
- Číslo zásielky**: Points to the tracking number **810 00 #000000106**.
- Logo Slovenskej pošty**: Points to the Slovak Post logo.
- Licenčné číslo**: Points to the meter number **12345**.
- Hodnota poštovného**: Points to the postage amount **€ 000.40**.
- Digitálna známka (2D - kód)**: Points to the 2D barcode.
- Dátum frankovania**: Points to the date **04.03.2010**.
- Kód poštového produktu**: Points to the product code **L2**.

A text box on the left says: **Používajte správne PSČ, urýchlíte tým dodaj Vašej zásielky**.

Dajte o sebe vedieť

Správne cieleňou reklamou trafíte vždy do čierneho. Slovenská pošta vám ponúka priame nástroje na úspech vašej marketingovej komunikácie.

ePOPs

ePoPS je výborný spôsob oslovenia vašich zákazníkov prostredníctvom reklamných spotov na plazmových obrazovkách umiestnených na vybraných poštách. Vyplňte čas zákazníkov strávený na pošte sledovaním vašej reklamy.

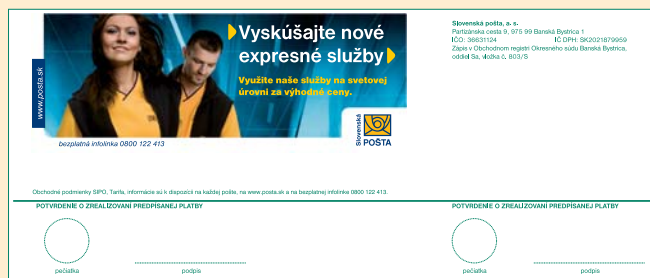
- ▶ na 35 veľkých poštách s vysokou návštevnosťou až 20-tisíc ľudí mesačne
- ▶ mesačná periodicita
- ▶ jeden vysielač blok – 10-minútová reklamná slučka
- ▶ dĺžka reklamného spotu maximálne 30 sekúnd
- ▶ odvysielanie reklamných spotov so zvukom alebo bez zvuku
- ▶ ľubovoľné opakovanie reklamy v jednom bloku
- ▶ vysielač čas – počas otváracích hodín pošty



SIPO reklama

Reklama, ktorá nekončí v koši. Reklama vašich produktov a služieb na SIPO dokladoch, ktorá sa dostane takmer do každej domácnosti na Slovensku.

- ▶ samostatný reklamný priestor na druhej strane dokladu
- ▶ mesačná periodicita
- ▶ široký záber oslovenia – cca. 1,9 milióna domácností na Slovensku
- ▶ termín distribúcie – prvý pracovný deň v mesiaci (modrý a zelený doklad)
- ▶ plnofarebná tlač



Letáky

Určite chcete, aby o vás a vašich produktoch vedelo čo najviac zákazníkov. Využite preto našu službu Letáky, ktorá je určená na distribúciu letákov, časopisov, brožúr, novin, reklamných materiálov a prospektov, ktoré nie sú určené konkrétnym adresátom.

- ▶ podaj na každej pošte
- ▶ doručenie priamo do schránok domácností, firiem, do P. O. BOXov
- ▶ možnosť regionálneho doručenia len do vybraných miest/mestských častí
- ▶ možnosť individuálnych cien pri podaní nad 250-tis. ks ročne

Direct Mail

Služba poskytovaná na každej pošte. Prostredníctvom nej možno doručiť konkrétnym adresátom oznámenie, ktoré pozostáva výlučne z reklamného, marketingového alebo propagačného materiálu.

Ako direct mail (reklamná adresovaná zásielka) môžete podávať noviny, časopisy, brožúry, katalógy, informačné materiály, prospekty, pozvánky, no i drobné predmety a ukážky tovaru nepochybnej hodnoty.

Výhody Direct Mailu:

- ▶ nižšia cena než za list
- ▶ zaujímavé zľavy
- ▶ do 1 000 ks bez povolenia
- ▶ dodanie najneskôr na 4. pracovný deň (D+4)
- ▶ podanie na každej pošte
- ▶ už od 50 ks rovnakých zásielok