

MARKETING

V roku 1999 bolo úsilie SP v rámci marketingu smerované hlavne do oblasti rozvoja produktov s dôrazom na rozvoj direct marketingu a služieb podporujúcich túto oblasť. S touto oblasťou úzko súvisí aj cielená propagácia a podporné propagačné aktivity a prieskumy trhu.

Pre trh direct marketingu boli v roku 1999 zavedené dva nové produkty - Propagačné zásielky a Infotlačoviny.

Propagačné zásielky boli zavedené už od 15.12.1998. Činnosť marketingu SP sa sústreďovala na zavedenie produktu na trh a jeho predaj.

Infotlačoviny, produkt, ktorý bol zavedený od 15.7.1999. Výsledky za mesiace august - december 1999 ukazujú záujem o produkt.

Na trhu expresných služieb sa ďalej rozvíjal produkt prioritné zásielky a koncom roku 1999 bola zavedená služba Poštový kuriér v Bratislave.

SP vyšla od 1.12.1999 na trh s novou službou v oblasti podávania expresných kuriérnych zásielok na území hlavného mesta SR Bratislavy, čím vyplnila medzeru vo svojom portfóliu ponúkaných služieb. Služba „Poštový kuriér“ ponúka rýchle doručenie zásielok v Bratislave a na území bratislavského kraja. Doručenie v Bratislave je garantované do 90 minút od momentu vyzdvihnutia zásielky u odosielateľa, na území bratislavského kraja do štyroch hodín. Na zlepšenie imidžu SP a so zameraním na oblasť komunikácie s verejnosťou bol zavedený produkt Vianočná pošta. Projekt pozostával

M A R K E T I N G

MARKETING



MARKETING

M A R K E T I N G



z dvoch produktov: Vianočná pošta - možnosť zasielania listov a lístkov cez určené miesto v SR (Rajecká Lesná - miesto Vianočnej pošty), kde boli zásielky opečiatkované príležitostnou pečiatkou - v každý adventný týždeň inou.

Druhý produkt - Pošta pre Ježiška - bola určená na zasielanie pošty Ježiškovi so želaniami detí pod stromček. Deťom bol zasielaný list s odpoveďou.

V rámci získavania informácií o trhu a jeho požiadavkách sa uskutočnili nasledovné marketingové prieskumy SP:

- prieskum postavenia produktov SP na trhu, ktorý bol zameraný na postavenie klasických a nových služieb,
 - prieskum spokojnosti zákazníkov s poštovými službami,
 - prieskum tokov súrnych balíkov,
 - prieskum konkurencie v oblasti medzinárodných kuriérnych a expresných služieb.
- Zistenia z prieskumov sú využívané v rámci rozvoja produktov a pre skvalitnenie služieb. Z celkových výsledkov prieskumu spokojnosti vyplýva, že 97% zákazníkov je v podstate so službami SP spokojných. Výsledky sú zhrnuté v nasledujúcej tabuľke:

	veľmi spokojný	čistočne spokojný	primerane spokojný	čistočne nespokojný	veľmi nespokojný	nie je odpoveď	spolu
Západoslovenské RP	10 26%	14 36%	14 36%	1 2%	0 0%	0 0%	39 100%
Stredoslovenské RP	14 36%	12 31%	13 33%	0 0%	0 0%	0 0%	39 100%
Východoslovenské RP	12 31%	14 36%	10 26%	3 7%	0 0%	0 0%	39 100%
RP spolu	36 31%	40 34%	37 32%	4 3%	0 0%	0 0%	117 100%