

Почта России: новые перспективы

В конце января ФГУП «Почта России» организовало для средств массовой информации два мероприятия. Первое было посвящено презентации нового продукта для малого и среднего бизнеса. Второе — подписанию пакета документов о создании Почта

Банка. Оба эти события, хотя и в разной степени, могут повлиять на финансовое состояние предприятия и портфель его услуг. Но однозначно они доказывают намерение Почты России выходить на новые сферы деятельности и новые рынки.

Завоевать рынок безадресной рекламы

О необходимости развития малого и среднего бизнеса — серьезной экономической составляющей любого государства — в РФ говорят давно. Но, по общему мнению, делается в этом направлении ужасающе мало. А потенциал у таких предприятий огромен. На презентации для СМИ **Сергей Черкасов**, руководитель Департамента директ-маркетинга ФГУП «Почта России», озвучил такие цифры: доля малого и среднего бизнеса в ВВП страны составляет 19,2 %; количество предприятий данной сферы — 5,6 млн.; число работающих на них — 18 млн. человек. И Почта России намерена помочь им в увеличении числа клиентов.

Новый сервис для предприятий малого и среднего бизнеса предприятие обозначило неологизмом «геотаргетинг» или географический таргетинг. Термин этот (англ. geo targeting) применяется в интернет-маркетинге и означает метод выдачи посетителю содержимого, соответствующего его географическому положению.

Это механизм, позволяющий показывать рекламу только тем пользователям, которые выходят в Интернет из заданного региона или города, т. е. региональная привязка позволяет перестраивать контент сайта под различные регионы.

Продукт является собственной разработкой Почты России. Работа над ним продолжалась около полугода.

Локальный спрос — основа развития большинства структур малого и

среднего бизнеса. Как помочь им рассказать о своем предприятии (кафе, пекарне, парикмахерской и т. д.)? Один из методов, давно обосновавшийся на рынке, — рассылка листовок по абонентским почтовым ящикам. По словам Сергея Черкасова, на такую рекламу обращают внимание 33 % получателей.

Предлагая новый продукт предприятиям малого и среднего бизнеса, Почта России надеется сделать продвижение услуг удобным для них. Сервис geo.pochta.ru размещен на сайте Почты России в разделе «Для бизнеса» и предназначен для рассылки рекламно-информационных материалов в пределах региона, города, микрорайона. Он позволяет компаниям выбирать географию доставки с точностью до одного дома (используя Яндекс.Карты), автоматически рассчитывать стоимость услуги и заключать договоры с Почтой России в режиме онлайн (рис. 1).

Расчет основан на данных Центрального хранилища данных поч-

товых адресов (ЦХДПА) — основного источника адресной информации в Российской Федерации. Информация собирается почтальонами по всей стране и актуализируется еженедельно. В отличие от многих других адресных данных сведения Почты России содержат информацию о количестве квартир в каждом доме, что гарантирует точность расчета и позволяет предприятиям малого и среднего бизнеса не переплачивать за изготовление и доставку лишних тиражей рекламных материалов.

Прозрачность ценообразования подтверждается подробной адресной программой (рис. 2), которая к тому же может редактироваться заказчиком исходя из его пожеланий. Стоимость услуги для клиента будет зависеть от региона рассылки и вида материала. Например, для листовки планируется диапазон от 30 до 50 коп., для буклета — от 60 коп. до 1 руб.

Через Личный кабинет заказчика в режиме онлайн осуществляется

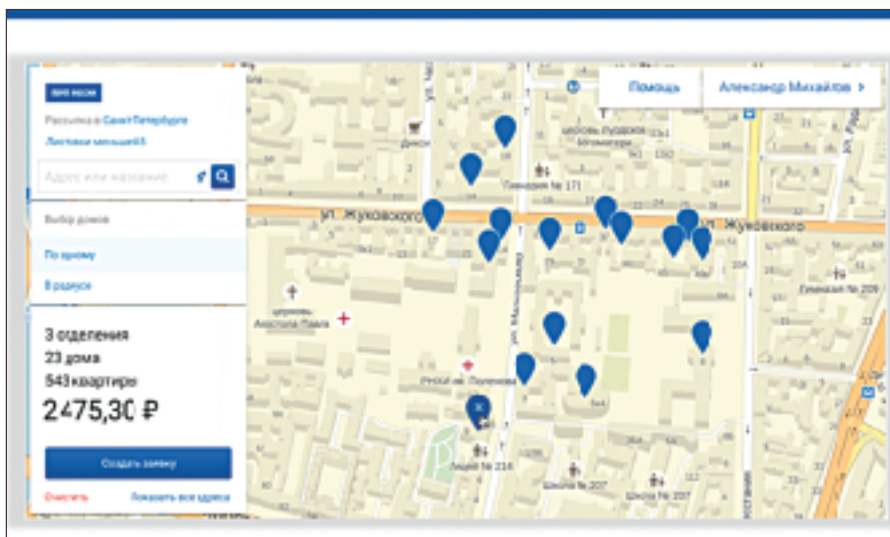


Рис. 1. Пример интерактивного расчета заказа на карте