

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РУП “БЕЛПОЧТА”

Безвозвратно ушло время, когда почту доставляли на лошадях и в почтовых каретах. Однако открытка, которая появилась в XIX в., как и забота о качественной работе почты актуальны и в наши дни. Сегодня эти понятия приобрели совершенно иной профессиональный и прогрессивный уровень. Маркетинговая стратегия РУП “Бел-

почта” является весомым элементом общей стратегии предприятия. Возможности маркетинга направлены на оценку его деятельности, разработку и осуществление проектов, позволяющих достигать реальных результатов в повышении спроса на услуги и доходности почтового бизнеса в долгосрочной перспективе.

Т.Н. ГВОЗДЕВА,
заместитель генерального директора
РУП “Белпочта”

Сегодня предприятие полностью отвечает запросам рынка, использует в своей работе современные информационные технологии, активно работает над модернизацией традиционных услуг, внедрением новых продуктов с добавленной стоимостью, оптимизацией бизнес-процессов с целью снижения себестоимости услуг для поддержания оптимальных тарифов.

Особое внимание уделяется формированию привлекательного имиджа предприятия и повышению лояльности клиентов. Очень важно на доступном для потребителя языке рассказать об услугах, альтернативных способах их приобретения (на сайте предприятия либо платежно-справочном терминале), других возможностях и выгодах, которые РУП “Белпочта” предлагает своим клиентам.

Для достижения положительных результатов ежемесячно в период наибольшей посещаемости отделений почтовой связи проводится акция “Ближе к клиенту”, в ходе которой специалисты предприятия рассказывают о новых услугах, проводят викторины, обучают потребителей правильному оформлению адреса на почтовых отправлениях и самостоятельной оплате услуг в платежно-справочных терминалах.

В целях сохранения объемов письменной корреспонденции продвижение данной услуги осуществляется по различным направлениям. Несмотря на то, что население активно использует электронные средства для передачи информации, белорусская почта продолжает популяризировать бумажные письма, позиционируя данное направление как нечто особенное, затрагивающее сердца людей, тем самым сохраняя объемы письменной корреспонденции физических лиц. Ведь как приятно получить письмо от дорогого человека, передающее его чувства, сохраняющее уникальность его под черка, и спустя некоторое время с удовольствием и ностальгией перечитывать его...

Традиция написания писем поддерживается путем проведения целевых промо-мероприятий, приуроченных к значимым и праздничным датам. Так, только в 2014 г. более 5 тыс. участников акций отправили весточки ветеранам Великой Отечественной войны, поздравили своих родных и друзей с Днем города, учителей и преподавателей — с Днем учителя, при этом правильно указав адреса.

РУП “Белпочта” поддерживает более 20 тыс. посткроссеров Беларуси путем проведения ежемесячной акции “День посткроссера”, во время которой можно отправить почтовые карточки по специальным тарифам. В 2014 г. разработано и изготовлено более 100 сюжетов поч-

товых художественных карточек серий “Беларусь”, “Чемпионат мира по хоккею с шайбой”, “Фауна Беларуси”, “Почтовые марки Беларуси”, “Белорусские народные сказки”, “Снеговики”, “Удачи ў посткросінгу!” и многие другие, символизирующие национальные достижения и колорит.

Почтовые марки продолжают быть визитной карточкой страны и достигают самых отдаленных уголков планеты, легко преодолевая государственные границы, рассказывая жителям всех стран мира свойственным им ярким и выразительным языком о Беларуси.

Специфика филателистического рынка требует постоянных маркетинговых исследований, без которых невозможно предсказать коммерческий успех тиража. В последнее время белорусские марки стали “наряднее”, так как при их изготовлении применяются современные постпечатные технологии: рамочная перфорация, конгрев, выборочная лакировка, тиснение фольгой и др.

В этом году впервые РУП “Белпочта” выпущен в обращение почтовый блок “Восточный календарь. 2015 год”. Этот выпуск оправдан увеличивающимся интересом к восточным традициям, философии, а также связан со стремлением белорусской почты выйти на новые рынки сбыта филателистической продукции. Запланированы почтовые проекты, отражающие международное сотрудничество в сфере