



АО «Почта России»: ПЕРВЫЕ ИТОГИ

21 января 2021 г. пресс-служба АО «Почта России» разослала пресс-релиз, содержащий предварительные итоги работы компании за 2020 г. В этот же день на площадке ТАСС состоялась онлайн-пресс-конференция генерального директора АО «Почта России» Максима Акимова, на которой он прокомментировал предварительные итоги деятельности компании в 2020 г. и ответил на вопросы журналистов.

Релерные точки по версии генерального директора

Первое, на что обратил внимание М. Акимов, — переход Почты России от трансграничной торговли к высококонкурентному внутреннему рынку e-commerce. На поле cross-border компания чувствовала себя прекрасно, охватывая свыше 85 % рынка, но проблемы в трансграничной логистике, связанные с отменой авиарейсов и других транспортных маршрутов, серьезно сказались на бизнесе компании, хотя, как отметил спикер, объемы экспортных отправок из России с товарным вложением возросли на 23 %. К почтовому каналу доставки подключились все крупные маркетплейсы страны, внутренние объемы выросли на 10 %. Всего международных отправок доставлено 220 млн., что на 140 млн. меньше, чем в предыдущем году.

Второе, на что указал руководитель почтового оператора, это обеспечение операционной устойчивости сети. Несмотря на сложности, связанные с коронавирусной инфекцией, компания не закрывала ни на один день работу почтовых объектов. Была обеспечена дистанционная работа 20 тыс. офисным работникам, для чего

потребовалось перестроить внутреннюю IT-систему.

Главным для Почты России, подчеркнул М. Акимов, стал клиент, правда, пока не везде, как им было сказано, но этот разворот в сторону клиентоориентированной компании произошел. В ушедшем году для удобства посетителей внедрена услуга предварительной записи для посещения почтового отделения, большинство ОПС работают без обеденного перерыва, а 300 — и без выходных. Пользуются спросом услуги отправки посылок по номеру телефона и получения их по SMS-уведомлениям. Упрощен процесс заключения договора с Почтой России (им воспользовались 90 тыс. предприятий малого и среднего бизнеса и индивидуальных предпринимателей). Совместно с Российским экспортным центром, Федеральной таможенной службой и Федеральной налоговой службой реализован механизм подтверждения нулевой ставки НДС для экспортеров. Для удовлетворения клиентов масштабируется возврат товаров в интернет-магазины посредством отделений почтовой связи. Идя навстречу пожеланиям своих потребителей, компания меняет формат сети, дополняя ее постами партнерами.

С особой гордостью генеральный директор говорил о цифровых услугах. Выручка от них возросла на 70 % — до 35 млрд. руб. Расширено мобильное приложение компании, в него встроена товарная витрина, расширен спектр услуг (например, можно идентифицировать получателя по номеру телефона). Приложением пользуются уже 7,3 млн. человек, а число установок превысило 20 млн. (в основном — отслеживание прохождения отправок). Знак онлайн-оплаты вытесняет почтовые марки (таких 700 тыс. писем, что пока немного, признает М. Акимов). Запущен электронный документооборот для обмена с федеральными органами исполнительной власти. Активно растут объемы электронных заказных писем. Общее число клиентов, идентифицированных в системах Почты России, достигло 35 млн. и, по мнению руководителя компании, она входит в тройку крупнейших клиентских ресурсов страны наряду с финансовыми организациями.

*Статью целиком читайте
в бумажной версии журнала*