Informacja prasowa, 16 czerwca 2020 r.

**Direct mailing nie odchodzi do lamusa**

**Choć rynek tradycyjnych przesyłek listowych od lat sukcesywnie się kurczy, jeden z jego segmentów może pochwalić się pokaźnym wzrostem. Mowa o przesyłkach reklamowych. Najnowszy „Raport o stanie rynku pocztowego” opublikowany przez UKE podaje, że ich ilość w 2019 roku zwiększyła się o ponad 11 proc. Niesłabnącą popularność direct mailigu potwierdzają eksperci zajmujący się organizacją korespondencji masowej dla firm i instytucji.**

Raport Urzędu Komunikacji Elektronicznej publikowany jest każdego roku pod koniec maja i prezentuje stan polskiego rynku pocztowego w roku poprzednim. Jest on najbardziej rzetelnym odzwierciedleniem aktualnych trendów rynkowych, ponieważ opiera się na danych ilościowych i finansowych pozyskanych bezpośrednio od firm figurujących w Rejestrze Operatorów Pocztowych. Dane te odnoszą się do poszczególnych segmentów rynku, a w ramach nich do kliku kategorii usług m.in.: przesyłek kurierskich, przesyłek listowych, ale też usług komercyjnych, takich jak przesyłki reklamowe.

**Coraz popularniejsze przesyłki reklamowe**

*– Rynek przesyłek marketingowych nigdy nie rozwinął się w Polsce tak, jak w krajach Europy Zachodniej, a przecież skuteczność tej formy komunikacji z klientami jest znacznie wyższa niż komunikacji elektronicznej. Oczywiście można by długo rozpisywać się nad przyczynami takiego stanu rzeczy, ale faktem jest, że ten produkt pocztowy będzie jeszcze długo funkcjonował na rynku i może utrzymać tendencję wzrostową –* mówi Janusz Konopka, prezes firmy Speedmail, która jest największym w Polsce alternatywnym operatorem pocztowym.

Raport UKE podaje że, w ubiegłym roku wzrósł zarówno wolumen wysyłanych przesyłek reklamowych (o 11,7 proc.), jak i wysokość przychodów uzyskanych z realizacji tej usługi (o 22,1 proc.). Pokazuje to wyraźnie, że taka forma promocji jest wciąż bardzo istotna dla wielu firm i branż. Największymi zaletami direct mailingu od lat pozostają: duże możliwości personalizacji przesyłki, dłuższa żywotność i większy zasięg materiału drukowanego, wysoka mierzalność, możliwość lepszego skupienia uwagi na przekazie czy większa interakcja z klientem. Dziś ta forma kontaktu może dobrze sprawdzić się np. w branży retail i zachęcaniu do ponownego odwiedzania sklepów i galerii. Forma drukowana jest też skuteczniejszą metodą docierania do starszego klienta.

**Potencjał kurczącego się rynku**

Jak zauważa raport UKE, obecnie najszybciej rozwijającym się segmentem rynku pocztowego są usługi kurierskie, które m.in. ze względu na eksplozję handlu e-commerce, biją kolejne rekordy. Ilość przesyłek kurierskich wzrosła w ubiegłym roku o ponad 19 proc., a przychody branży zwiększyły się o ponad 11 proc. Inaczej rzecz wygląda na rynku tradycyjnych przesyłek listowych. Wolumenowo spadł on o ponad 9 proc., lecz co ciekawe, jego wartość wzrosła o blisko 5 proc.

*– Trendy dotyczące tradycyjnej korespondencji od lat są spadkowe m.in. ze względu na postępującą digitalizację i przechodzenie na pocztę elektroniczną. Dla wielu firm, instytucji, urzędów papier wciąż jest jednak podstawową formą przesyłek transakcyjnych, rachunków czy faktur. Nieustannie widać też zainteresowanie wysyłką marketingową, zwłaszcza ze strony, powracających do pełnego funkcjonowania po okresie lockdown’u sieci handlowych. Bardzo często korzystają z niej sklepy odzieżowe i drogerie, które wysyłając klientom kupony rabatowe, próbki produktów czy gazetki reklamowe, zachęcają ich do odwiedzin i zakupów* – tłumaczy Janusz Konopka ze Speedmail.

Raport UKE podaje, że choć rozpowszechnienie się elektronicznych kanałów komunikacji w znacznym stopniu ograniczyło korespondencję papierową, to jednak wartość polskiego rynku usług pocztowych systematycznie rośnie. Największy udział mają w tym przesyłki kurierskie, ale jak pokazały dane za rok 2019, wzrosty dotyczą również przesyłek reklamowych. Dla wielu firm direct mailing wciąż pozostaje popularną i skuteczną formą działań marketingowych, dlatego warto mieć go na uwadze przy planowaniu kolejnych kampanii.

***Speedmail*** *to największy w Polsce niezależny operator pocztowy. Firma doręcza przesyłki listowe i marketingowe poprzez sieć ponad 100 placówek zlokalizowanych w większości dużych i średnich miast kraju. Oferta Speedmail adresowana jest do firm takich jak: banki, operatorzy telekomunikacyjni, telewizje kablowe, firmy ubezpieczeniowe, ale też do agencji marketingowych, fundacji, samorządów oraz spółek miejskich. Jej konkurencyjną przewagę stanowią zarówno elastyczność cenowa, jak i najnowsze rozwiązania IT: śledzenie wszystkich przesyłek, monitoring listonoszy on-line czy aplikacja do zarządzania korespondencją. Dzięki zintegrowaniu z największymi drukarniami korespondencji i firmami konfekcyjnymi, Speedmail zapewnia pełną automatyzację wysyłek masowych. Działalność firmy wyróżnia zastosowanie sprawdzonych rozwiązań logistycznych, ale także dbałość o bezpieczeństwo obrotu pocztowego. Marka Speedmail budowana jest w oparciu o najlepsze praktyki i doświadczenia rynków europejskich.*

**Kontakt dla mediów:**

Michał Zębik

e-mail: [michal.zebik@goodonepr.pl](mailto:michal.zebik@goodonepr.pl)

tel.: +48 796 996 253