

right sights on insights.

# Studiu privind preferințele de consum ale utilizatorilor de servicii poștale din România persoane fizice

Raport de cercetare calitativă



**exact**<sup>®</sup>  
[www.exactcc.ro](http://www.exactcc.ro)

## 01. Introducere

Obiective  
Metodologie

## 02. Rezultatele cercetării

Percepții și atitudini despre serviciile poștale

Obiceiuri de utilizare a serviciilor poștale

Imaginea Poștei Române și a celorlalți furnizori de servicii poștale

## 03. Concluzii și Recomandări

# Cuprins



# Introdúcere

01

# Objective

**Obiectivul principal** al acestui studiu îl constituie obținerea unui set de informații relevante în ceea ce privește preferințele de consum ale utilizatorilor serviciilor poștale persoane fizice cu privire la viteza de livrare a trimiterilor poștale, frecvența de colectare/livrare a trimiterilor poștale, momentul livrării, locul livrării, accesul la oficiile poștale și programul de lucru al acestora etc.

Informațiile vor fi utilizate pentru evaluarea serviciului universal în domeniul serviciilor poștale și pentru identificarea nevoii introducerii de noi servicii poștale.

## Obiective specifice:

- ☑ Preferințele utilizatorilor cu privire la viteza de livrare a trimiterilor poștale ( $z+1$ ,  $z+2$  etc.);
- ☑ Preferințele utilizatorilor cu privire la frecvența colectării trimiterilor poștale (cel puțin de 2 ori pe săptămână în cazuri excepționale sau de 5 ori pe săptămână, sâmbăta etc.);
- ☑ Preferințele utilizatorilor cu privire la accesul la subunitățile poștale care au program cu publicul și programul de lucru al acestora și, respectiv, cu privire la accesul la cutiile poștale și programul de vidare al acestora;
- ☑ Preferințele utilizatorilor cu privire la frecvența livrării trimiterilor poștale și nepoștale, în funcție de tipurile de servicii;
- ☑ Preferințele utilizatorilor în ceea ce privește locul (domiciliul destinatarului, casuță poștală, post restant etc.) și momentul livrării;
- ☑ Preferințele utilizatorilor cu privire la calitatea serviciilor prestate (livrare în termen, număr trimiteri pierdute etc.);
- ☑ Preferințele utilizatorilor cu privire la tarifele serviciilor poștale (tarife uniforme/ diferențiate în funcție de destinație, nivelul tarifelor etc.);
- ☑ Preferințele utilizatorilor în ceea ce privește acoperirea rețelei poștale;
- ☑ Identificarea eventualelor caracteristici noi pentru serviciile poștale pe care le doresc utilizatorii (de exemplu, colectarea trimiterilor de la domiciliul expeditorului, transmiterea corespondenței prin e-mail urmată de livrarea în format fizic la destinatar etc.)

# Metodologie

**Universul cercetat** este reprezentat de populația din România, din mediul rural și urban.

**Populația țintă** – persoane fizice din România care folosesc servicii poștale, în calitate de expeditor și/sau destinatar.

**Unitatea de sondaj** – în vârstă de cel puțin 16 ani și implicată direct în utilizarea serviciilor poștale.

## **Cercetarea a vizat:**

- ☑ Femei și bărbați din România
- ☑ Vârste cuprinse între 16 și 55+
- ☑ Locuitori din mediul urban și rural (urban - București, Craiova, Bacău; rural: jud Vrancea: Cârdești, Bordești, Tâmboiești)
- ☑ Utilizatori ai serviciilor poștale în calitate de expeditori și/sau destinatari
- ☑ Persoane din toate categoriile sociale, din toate categoriile de venituri



# Metodologie

Luând în considerare **obiectivele de mai sus** Exact Cercetare si Consultanta a realizat o cercetare calitativă ce a constatat în **15 focus grupuri după următoarea structură:**

| Nr. grup | Categoria varsta | Varsta | Gen       | Rezidenta        | Oras      |
|----------|------------------|--------|-----------|------------------|-----------|
| 1        | 16-34            | 16-24  | Mix       | Urban            | Bucuresti |
| 2        |                  | 25-34  | B         |                  | Craiova   |
| 3        |                  |        | F         |                  | Bacau     |
| 4        |                  | 35-44  | B         |                  | Bacau     |
| 5        | F                |        | Bucuresti |                  |           |
| 6        | 35-54            | 45-54  | Mix       |                  | Craiova   |
| 7        |                  |        | F         |                  | Bucuresti |
| 8        |                  | 55-64  | B         |                  | Bacau     |
| 9        |                  |        | F         |                  | Craiova   |
| 10       | 55+              | 65+    | B         |                  | Bucuresti |
| 11       |                  |        | Mix       |                  | Bacau     |
| 12       |                  | B      | Craiova   |                  |           |
| 13       |                  | 16-34  | 16-34     | Mix              | Rural     |
| 14       | 35-54            | 35-54  | F         | Candesti/Focsani |           |
| 15       | 55+              | 55+    | Mix       | Bordesti/Focsani |           |



# Rezultatele cercetarii

02

A black and white photograph of a person with long hair, wearing a cap and a plaid shirt, placing a card into a slot of a locker. The locker is part of a row of similar lockers. The card has a graphic of a pair of scissors. The text 'Percepții și atitudini despre serviciile poștale' is overlaid on the right side of the image.

# Percepții și atitudini despre serviciile poștale

# Asocieri spontane

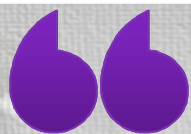
Atunci când vine vorba despre servicii poștale, trecând peste semnificația generală și unanim acceptată de legătură, punte între oameni, respondenții se raportează la ele atât **emoțional** cât **și funcțional**.

## Asocieri emoționale

- ❑ Din punct de vedere emoțional, serviciile poștale stârnesc un **sentiment de melancolie** în rândul utilizatorilor (mai ales pentru targetul matur), fiind asociate cu **vremurile trecute**, cu **anii tinereții**, în care folosirea serviciilor precum vederi, felicitări de sărbători, scrisori era încă o obișnuință și când **era în vogă colecționarea de timbre poștale**.
- ❑ **Simbolul auditiv/ sonor** – imprimanta matriceala și ștampila (modul/ritmul de ștampilare)
- ❑ **Simbolul vizual** – **sigla** Poștei Române, **uniforma** poștașului și **tolba/ geanta** specifică
- ❑ **Sentimentul de familiaritate** – mai ales în mediul rural – poștașul este perceput ca un om care este prieten cu toată lumea, intră în casele tuturor



# Verbatim-uri



*"Acum este vară și cel mai frumos, pe unde mergeam trimiteam salutări de pe frumosul litoral." (FGD București, Bărbați, 55-64 ani)*

*"Sau o felicitare, cred că are mai mult farmec dacă o scrii și o primești. (...) Primești și o ții, o pui în cutia cu amintiri." (FGD Craiova, Femei, 55-64 ani)*

*"Sau când vine poștaşul să strige la poartă ... e un fel de nostalgie." (FGD Craiova, Femei, 55-64 ani)*

*"Erau emise permanent prin poștă anumite emisiuni de timbre, unele mai deosebite decât altele, fapt pentru care se cumpărau, se făceau clasoare și apoi cei care aveau clasoare veneau și făceau schimburi de timbre (...). Acesta a fost foarte mult hobbiul de bază, cum erau unii cu șahul alții erau cu filatelia." (FGD București, Bărbați, 55-64 ani)*

*"Oricum în ultimul timp serviciile poștale pierd teren în favoarea internetului, e-mailurilor. Coletăria a mai rămas..." (FGD București, Femei, 45-54 ani)*



# Asocieri spontanee

## Asocieri funcționale

☐ Din punct de vedere **funcțional**, serviciile poștale sunt asociate de către respondenți în general cu ideea de **schimb, comunicare, legătură, conexiune**:

- » trimitere/ primire colete (la nivel național și internațional)
- » abonamente la reviste/ ziare și livrarea acestora prin poștaș
- » transfer de bani, e-mandat
- » primirea unor venituri lunare - alocații, pensii, ajutor social
- » plata utilităților
- » plata taxelor pentru cazier
- » plata impozite
- » achiziționare de timbre fiscale



❑ Chiar dacă există o paletă foarte largă de servicii poștale, **în ultimii ani** o dată cu **apariția și dezvoltarea furnizorilor privați** există **alternative**, o bună parte dintre acestea putând fi înlocuite (de exemplu coletele pot fi trimise prin curierat privat, facturile pot fi plătite la orice bancă).

☐ Totuși **unele servicii vor rămâne unice**, reprezentative pentru Poștă - plata anumitor taxe și/ sau impozite, achiziționarea de timbre fiscale, abonamente la ziare care sunt aduse direct acasă de către postas (mai ales în mediul rural).

# Verbatim-uri



*“Nevoia este aceeași, de a comunica ca și acum 50-100 de ani dar ca orice chestie din lumea aceasta lucrurile au evoluat și de la comunicarea “bună, mamă, sunt pe front, ce faci?” am ajuns să îi trimit nepotului din România, în Italia un pachet. Este aceeași chestiune, să trimiți și să primești chestii.” (FGD Bacău, Bărbați, 25-35 ani )*

*“E un ajutor pentru noi de a lua legătura cu cei din afară și invers. Ei ne trimit, noi le trimitem. Contează foarte mult să ai nepoți, copii plecați în afară și contează să ții legătura.” (FGD, Bacău, Mix, 65+ ani)*

*“Serviciile poștale sunt servicii foarte utile, ca orice alte servicii, până la urmă pentru asta sunt făcute, ca să ne ușureze nouă viața.” (FGD București, Femei, 45-54 ani)*



# Beneficii

Serviciile poștale sunt interpretate și în funcție de **experiența** pe care au avut-o participanții cu acestea în decursul timpului. Astfel, dincolo de semnificațiile emoționale și funcționale, prin servicii poștale se mai înțelege și ideea de:

- » **siguranță și încredere** - servicii vechi care aparțin statului și care funcționează de foarte mulți ani
- » **comoditate** - clienții nu sunt nevoiți să se deplaseze către destinatar (mai ales când este vorba de regiuni îndepărtate sau alte țări)
- » **rapiditate** - timp de livrare/ primire relativ scurt
- » **accesibilitate** - tarife mai mici prin Poșta Română

# Percepții generale despre serviciile poștale din România

- ❑ **Serviciile poștale sunt asociate în general cu Poșta Română**, vechimea ei face ca pentru anumite targeturi cele două concepte să fie sinonime. Există chiar situații în care oamenii fac referire la serviciile poștale private ca la servicii de curierat, coletăria fiind tipul de serviciu care le-a consacrat și păstrează terminologia de servicii poștale exclusiv pentru Poșta Română.
- ❑ **Oamenii nu fac diferența între servicii poștale și nepoștale**. Pentru ei orice servicii livrate de Poșta Română este serviciu postal (aici fiind incluse și pensiile, alocațiile, plata facturilor, trimiterea de bani). Singurele servicii pe care le consideră anexe (nepoștale) sunt vânzarea de felicitări, pixuri, etc.
- ❑ În general, **publicul tânăr folosește rar serviciile poștale**, unii dintre ei nu le-au folosit niciodată și **nu sunt familiarizați** cu ele, **mediul online și serviciile de telefonie** preluând toate aceste funcții care puteau fi îndeplinite doar de Poșta Română.
- ❑ Această substituție a anumitor servicii postale de către tehnologii noi apare chiar și în cadrul publicului matur unde telefonul este principalul mijloc de comunicare iar în privința accesului la internet, noua generație joacă un rol foarte important în inițierea celor în vârstă în tainele acestui mijloc rapid și ieftin de comunicare.

# Percepții generale despre serviciile poștale din România

- ❑ Percepția generală referitoare la piața serviciilor poștale din România este una bună, respondenții fiind **conștienți de o evoluție atât numerică cât și calitativă** a acestor servicii.

*"S-au dezvoltat destul de mult, au apărut competitori pentru Poșta Română care au cam dat de pământ cu Poșta și piața încă este însetată de competitori din câte știu eu, ar mai fi loc de așa ceva."* (FGD Craiova, Bărbați, 16-24 ani)

*"Cred că serviciile sunt foarte diversificate la momentul actual, există suficient de mulți furnizori de asemenea servicii poștale."* (FGD Craiova, Mix, 35-44 ani)

- ❑ **Mediul privat pare să câștige tot mai mult teren în fața celui de stat**, mai ales pentru utilizatorii mai tineri care își doresc un grad de confort mai mare și mai multă rapiditate

*"Majoritatea acum s-au orientat spre firmele de curierat, dacă ai de trimis o masă o trimiți prin firmele de curierat. Serviciile de facturare, scrisorile, alocațiile, pensiile vor dispărea pentru că deja sunt foarte mulți oameni care au carduri."* (FGD Craiova, Bărbați, 16-24 ani)

# Percepții generale despre serviciile poștale din România

❑ Acestui **tablou competitiv** i se mai **adaugă** și **mediul online** care pare, de asemenea, să fi suplinat o bună parte dintre serviciile poștale - mai ales cele ce țin de comunicare.

*"În general serviciile de comunicații s-au orientat spre mediul online pentru că este vorba de mai multă rapiditate, așa când trimiți o scrisoare poate ajunge în câteva zile, un email ajunge în maxim 10 minute." (FGD Craiova, Bărbați, 16-24 ani)*

❑ Chiar dacă majoritatea serviciilor poștale oferite de Poșta Română pot fi înlocuite, găsindu-și un substitut în diverși furnizori privați, **acestea rămân totuși în topul opțiunilor și preferințelor** mai ales **pentru targetul matur (40+)** și **locuitorii din mediul rural** care au un atașament emoțional față de Poșta Română și care au reușit în decursul timpului să le acorde un grad sporit de încredere. De asemenea, în **mediul rural** există o oarecare **dependență** a **utilizatorilor** față de serviciile poștale oferite de Poșta Română ca fiind **unicul furnizor din zonă** care percepe și **tarife mici**.

*"Avem încredere mai mare în Poștă decât în cei din privat, că nu îți trage țeapă. Nu se întâmplă nimic rău...ca la doctor: mergi la doctorul ăla până se întâmplă ceva rău. Așa și aici, Poșta a fost ok până acum." (FGD București, Bărbați, 55-64 ani)*

*"În România am avut o încredere în timpul anilor în serviciile poștale. Nu s-a îndoit nimeni că vine la timp, vine poștaşul, vine coletul. Acum s-au mai dezvoltat, au apărut mai multe. Eu tot în Poștă aș avea mai multă încredere." (FGD Craiova, Femei, 55-64 ani)*

# Dezvoltarea serviciilor poștale în ultimii ani

❑ În ceea ce privește **evoluția** serviciilor poștale în ultimii ani, există percepția generală că, atât Poșta Română cât și furnizorii din mediul privat, au încercat să își **îmbunătățească serviciile** pentru a veni cât mai bine în întâmpinarea nevoilor clienților.

❑ Pe de o parte **Poșta Română** a încercat să îmbunătățească **dimensiunea tehnologică** prin introducerea calculatoarelor și a unor servicii noi (e-mandat, transfer de bani mai rapid) și pe de altă parte, **furnizorii privați** și-au **îmbunătățit aparatura** (mașini noi, mai rapide) și **au investit în personal** și instruirea acestuia.

❑ Chiar dacă a existat o evoluție pe ambele părți, **Poșta Română** este percepută a fi o instituție **depășită de nevoile clientului modern** (încă mai folosesc imprimante matriciale, angajații s-au micșorat numeric, au o vârstă înaintată și abia acum se acomodează cu calculatoarele, tastează greu, sediile sunt nerenovate etc.) chiar dacă paleta de servicii oferite este mai diversificată decât cea oferită de furnizorii privați.

❑ Toate aceste dezavantaje ale Poștei Române sunt legate de o **percepție generală a românilor referitoare la instituțiile de stat** care au **stagnat** și care **nu mai pot ține pasul cu nevoile și cerințele actuale** ale clienților.

*"Niciun serviciu de curierat nu are așa multe servicii ca Poșta Română. Poșta Română are multe servicii și proaste."* (FGD București, Bărbați, 55-64 ani)

*"Mulți bagă pensiile pe carduri dar cum noi nu știm să umblăm cu cardurile mai bine ne mulțumim să vină poștaşul."* (FGD Craiova, Femei, 55-64 ani)

# Dezvoltarea serviciilor poștale în ultimii ani

*"Spre exemplu la Poșta poți să plătești și facturi, taxa de drum pe când la celelalte firme nu se poate face lucrul ăsta. (...) Este o companie de stat. Dar și managementul a fost defectuos pentru că ei au avut toată infrastructura și toată știința să se facă, să fie numărul 1 în țară. Probabil companiile de curierat care sunt acum în țară au pornit cu mult timp în urmă după ei dar au ajuns la standarde mult mai ridicate."* (FGD Craiova, Mix, 35-44 ani)

❑ **Mediul privat, în schimb, a cunoscut o adevărată evoluție situându-se cel mai aproape de aceste noi nevoi ale consumatorilor** (în special ale publicului mai tânăr) având avantajul rapidității, comodității (totul se ia de acasă și se distribuie tot acasă, la serviciu, comunicarea este mult mai bună) și al controlului (există un control mai mare asupra trimiterilor poștale prin sistemul de tracking AWB pus la dispoziție).

*"Cei care sunt în privat au investit foarte mult în oameni, în logistică. Eu știu persoane de la firme de curierat care sunt foarte bine pregătite și știu ce au de făcut. Dacă îi spui să îți aducă coletul în momentul ăla, atunci ți-l aduce."* (FGD Craiova, Bărbați, 16-24 ani)

❑ **Oamenii în vârstă sunt reticenti la schimbări/ modernizări** – nu vor neaparat pensia pe card și nu realizează comenzi online însă admit că este nevoie de resurse la Poșta Română (oficii poștale în mediul rural, mijloace de transport, securitate, telefoane de serviciu, etc.) care să îi facă mai operativi/ eficienți pe angajați și mai mulțumiți pe consumatori – nu mai stau la rând, nu li se mai pierd/ rătăcesc coletele/ scrisorile și vederile/ felicitările nu mai ajung la destinație cu întârziere.

# Dezvoltarea serviciilor poștale în ultimii ani

❑ Cei în vârstă sunt reticenti și atunci când se gândesc la viitorul serviciilor poștale, pentru ei acestea fiind în mare parte sinonime cu Posta Română. Se așteaptă ca direcția descrescătoare să se mențină sau compania să fie privatizată și transformată astfel încât să fie în pas cu timpurile. Această temere este asociată și cu teama pierderii pe partea accesibilității atât ca preț cât și ca utilizare.

❑ Chiar dacă există o oarecare reticiență a respondenților cu privire la o evoluție a serviciilor poștale, **sugestiile de îmbunătățire pe care le au utilizatorii pentru următorii ani** fac referire la mai multe aspecte ce țin de îmbunătățirea calității serviciilor oferite prin:

- ⇒ **livrarea mai rapidă pe distanțe mici** - de exemplu livrare cu biciclete. Pentru ca serviciile să atingă un randament maxim este nevoie de condiții bune de infrastructură care, în momentul de față reprezintă o problemă reală
- ⇒ **un număr mai mare de angajați bine pregătiți**
- ⇒ **serviciul de desfacere a coletului** — acum un serviciu nou și apreciat la furnizorii privați mai ales în legătură cu comenzile online
- ⇒ **împrumutarea unor modele din Occident care ar putea eficientiza serviciile**

*"De exemplu au implementat în America în anumite orașe, cei de la Amazon, livrarea cu drone. Introduci adresa și vin și îți lasă coletul acasă, plătești cu cardul." (FGD Craiova, Bărbați, 16-24 ani)*



# Obiceiuri de utilizare a serviciilor poștale

# Serviciile utilizate frecvent

Serviciile poștale cel mai des utilizate de către respondenți sunt:

- ☐ Coletele interne și internaționale, trimise sau primite; în general coletele sunt primite ca urmare a unor comenzi online - produse diverse atât de pe site-uri din România cât și de pe site-uri din alte țări (China, America)
- ☐ Corespondență - simplă, recomandată sau cu confirmare de primire
- ☐ Serviciul de mandat poștal pe suport hârtie
- ☐ Abonamente la diverse reviste și ziare (în special în mediul rural)

Serviciile nepoștale utilizate frecvent de către respondenți sunt următoarele:

- ☐ Pensii/ alocații - servicii utilizate în special de utilizatorii din mediul rural, cei din mediul urban utilizează carduri bancare
- ☐ Plată utilități (facturi), plată impozite, amenzi
- ☐ Transfer de bani (prin Western Union)

# Serviciile utilizate frecvent

## Coletărie



- **CE?** => comenzi online **CINE?** => targetul tânăr **DE UNDE?** => de pe site-uri specializate în vânzare online (cel mai frecvent exemplu: eMAG)
- **CE?** => comenzi online **CINE?** => targetul tânăr **DE UNDE?** => de pe site-uri specializate în vânzarea între persoane fizice, gen anunțuri (cel mai frecvent exemplu: olx.ro)
- **CE?** => activitate de agent de vânzări în mecanisme de comerț cu cosmetice **CINE?** => targetul tânăr (ex: Avon)
- **CE?** => comenzi online internaționale **CINE?** => targetul tânăr **DE UNDE?** => China/ America (ex: Amazon/ Ebay)
- **CE?** => colete cu cărți **CINE?** => indiferent de target **DE UNDE?** => diferite edituri
- **CE?** => colete cu medicamente **CINE?** => targetul în vârstă **DE UNDE?** => de la diferiți furnizori
- **CE?** => colete teleshopping **CINE?** => targetul matur
- **CE?** => colete interne și internaționale **CINE?** => între rude/ prieteni – pot conține orice de la haine la produse alimentare (chiar dacă unele nedeclarate ca atare)

# Serviciile utilizate frecvent

## Correspondență



- Destul de puțin menționată de targetul investigat – doar cu ocazii speciale și mai ales de targetul în vârstă
- Partea de primire facturi este asociată cu un serviciu default – nu l-au ales/ sunt destinatari – aici preocuparea cea mai mare este data în care ajunge factura (să nu se primeasca facturile după data scadenta)

## Imprimare



- Foarte puțin menționate (cărți, reviste, ziare), mai ales de publicul în vârstă
- Este un serviciu rămas în familie ca o moștenire; nu se dezabonează/crează un sentiment de intelectualitate.

# Serviciile utilizate frecvent

**Recomandate cu /fără confirmare de primire, cu /fără valoare declarată**



- Menționate pentru trimiterea de documente/ acte doveditoare/ facturi/ deconturi – de multe ori în interes de serviciu
- Utilizate atât de targetul matur/ activ dar și cel în vârstă în ocazii în care au de rezolvat diverse probleme cu instituțiile statului – casa de pensii/ taxe și impozite, etc.

**Serviciul Express**



- Foarte puțin menționat, deseori confundat cu alte servicii
- Necomunicat și necunoscut de unii
- Cei care l-au folosit au recunoscut în el beneficiile serviciilor de coletărie privată și anumite aspecte de modernitate precum sistemul de tracking/ urmărire al coletului

# Serviciile utilizate frecvent

## Serviciul ramburs



- De principiu asociat cu serviciile de coletărie private
- Ramburs în cont colector sau direct
- De multe ori înlocuit cu livrarea banilor în cont prin bancă urmat de trimiterea coletului sau de combinații între transfer de bani și livrare colet
- Asociat cu opțiunea deschidere colet în cazul furnizorilor privați – în cazul comenzilor online (în special cele între persoane fizice) – se poate refuza coletul

## Mandat poștal pe suport de hârtie



- Menționat mai mult în mediul rural
- Substituit cu cel electronic sau cu trimiterile prin servicii de tip Western Union
- Exista experiențe negative legate de lipsa banilor la destinație pentru primire

# Alegerea furnizorilor pentru fiecare serviciu poștal

- ❑ În majoritatea cazurilor, utilizatorii își aleg furnizorii în funcție de anumite criterii, însă există și situații în care furnizorul este stabilit direct, în special în cazul coletelor comandate de pe diverse site-uri. Spre exemplu, unele site-uri din România colaborează doar cu anumiți furnizori privați pe când coletele internaționale vin în mod automat prin Poștă - *"Eu acum două săptămâni am comandat un cooler de pe eMAG și nu am folosit decât Fan Courier pentru că nu a fost altă opțiune pe site."* (FGD Craiova, Bărbați, 16-24 ani)
- ❑ Există și situația folosirii anumitor servicii alese și plătite de compania angajatoare, cele în interes de serviciu. Oamenii fac referire și la acelea de multe ori când sunt întrebați dacă folosesc servicii poștale, deși acestea sunt utilizate în beneficiul angajatorului.
- ❑ Printre **criteriile cel mai des menționate spontan** de către utilizatori atunci când aleg un anumit furnizor de servicii poștale, se numără:



- ❑ Înțeasă prin urgența primirii/ajungerii la destinație a unui anumit plic/colet. **Pentru publicul tânăr** este mai important să primească mai repede un colet/plic și sunt dispuși să plătească mai mult unui furnizor privat, însă **pentru targetul mai în vârstă**, urgența trimiterii/ primirii coletului pare să nu fie un criteriu primordial de alegere.
- ❑ Ca și furnizori, cei din mediul privat sunt preferați mai degrabă în cazul coletelor urgente, pe când Poșta Română este aleasă (în special de publicul matur) în cazul coletelor/ plicurilor obișnuite, care pot ajunge într-un interval mai lung de timp (datorita pretului accesibil).

*"Mie mi se pare un avantaj mai ales pentru noi tinerii care suntem nerabdători."*  
(FGD Craiova, Bărbați, 16-24 ani)

# Alegerea furnizorilor pentru fiecare serviciu poștal



❑ Important mai ales pentru utilizatorii maturi (pensionari în mod special) sau pentru cei din mediul rural ale căror venituri sunt modeste.

❑ În acest caz, Poșta Română este aleasă în detrimentul companiilor private care furnizează servicii poștale întrucât prețurile sunt mult mai mici, "la jumătate" .

*"Păi are dreptate doamna, tot la cel mai ieftin mă duc." (FGD Craiova, Femei, 55-64 ani)*

❑ Anumiți furnizori reușesc să devină credibili și "de încredere" datorită vizibilității mari și extinderii pe care o au. Această imagine este apreciată cu precădere de clienții mai tineri care, înainte de a apela la astfel de servicii, se informează și caută "topul" celor mai vizibile/ apreciate companii.

❑ Un criteriu valabil atât pentru publicul tânăr cât și pentru cel matur; oamenii au obișnuința de a reveni la aceiași furnizori cu care au mai lucrat, dacă experiența a fost una pozitivă

*" Noi fiind mai în vârstă mergem cu Poșta, fata mea nu lucrează cu Poșta Română, numai cu firme noi, Eu cu soția mergem mult pe Poștă. Este mai sigur." (FGD București, Bărbați, 55-64 ani)*



# Alegerea furnizorilor pentru fiecare serviciu poștal



## Siguranță

❑ Ideea de siguranță se referă la următoarele aspecte: controlul pe care îl au clienții asupra coletului, preluarea doar de către destinatarul scris pe plic/ colet, grija față de colete *“cum se comportă cu coletele, dacă le aruncă sau nu”*, condiții de transport, condiții de înmagazinare, să nu fie deschis/ umblat în el, să ajungă la destinatar.

❑ Atât Poșta Română cât și furnizorii privați sunt preferați de către utilizatori în funcție de anumite avantaje pe care le pot oferi în termeni de siguranță.

❑ Astfel, Poșta Română este considerată a fi *“mai de încredere, mai sigură”* decât furnizorii privați deoarece nu eliberează coletele decât destinatarilor, pot păstra coletele timp de câteva zile în cazul în care destinatarul nu are disponibilitatea de a-l ridica. La Poșta Română siguranța percepută vine din vechime/ experiență/ instituție de stat/ familiaritate – te aștepti să fie sigur la modul că vor ajunge coletele, nu vor fi deschise și nici deteriorate – au existat totuși filmulețe pe youtube care au demonstrat modul defectuos de transport și chiar martori, printre participanții la grupuri, care pot mărturisi că au existat situații în care coletele au fost transportate defectuos.

❑ De asemenea, tot în termeni de siguranță, utilizatorii consideră că în cazul Poștei Române comunicarea este limitată, clienții nu sunt sunați/ nu sună pentru a vedea stadiul în care se află pachetul, în schimb furnizorii privați asigură comunicare continuă, din momentul trimiterii până în momentul primirii coletului.

❑ Pe de altă parte, furnizorii privați prin serviciul AWB le oferă posibilitatea clienților de a urmări întregul itinerariu al coletului. La serviciile de curierat siguranța vine din: modalități de urmărire online a coletului, flexibilitate în livrare (la orice adresa, și altei persoane dacă se cere acest lucru), personal motivat și specializat care prezintă siguranța transportului coletelor în condiții bune, numele pe care îl au de construit și menținut, faptul că sunt o firmă privată și fără a oferi servicii de calitate ar ieși de pe piață.

# Alegerea furnizorilor pentru fiecare serviciu poștal

Proximitate  
(în cazul  
trimiterii/primirii  
coletelor)

❑ Criteriu important atât în alegerea serviciilor oferite de Poșta Română cât și acelor oferite de furnizorii privați (care vin să ridice coletele/ plicurile de la domiciliu/ loc de muncă). Proximitatea este un factor decisiv de alegere pentru utilizatorii care se află în proximitatea fizică a oficiilor poștale dar și a celor care se situează în zonele rurale în care Poșta Română pare a fi unica variantă de primire/ trimitere.

*"Eu, nefiind din oraș folosesc Poșta Română că au sediul cel mai aproape de mine și știu sigur că o sa ajung și mai repede să iau coletele, să trimit ce am nevoie." (FGD Rural Focșani, Femei, 35-54 ani).*

❑ Pentru furnizorii privați proximitatea se traduce nu în existența oficiilor poștale aproape de domiciliu/ locul de muncă ci prin ridicare/ livrare direct la domiciliu/ loc de muncă. Acest aspect este evaluat ca fiind mai comod decât deplasarea proprie atunci când utilizatorul se afla implicat într-o activitate (la birou/ acasă) și mai puțin apreciat atunci când stilul de viață implică deplasări frecvente și lipsa unui loc/ moment fix de lucru/ reședință. Anumite categorii de persoane (ex. pensionarii) nu iau în calcul proximitatea sau locul trimiterii/ primirii ca un criteriu important, intrucat prefera sa se deplaseze.



# Experiențe pozitive și negative cu furnizorii de servicii poștale

În general, experiențele pe care le-au avut respondenții cu serviciile poștale oferite atât de Poșta Română cât și de furnizorii privați au fost unele pozitive în sensul că a fost îndeplinit scopul final, îndeplinind atât nevoile expeditorului cât și pe cele ale destinatarului.

## *Experiențe Pozitive*

- ↑ Trimiterea/primirea în siguranță a trimiterilor poștale
- ↑ Respectarea timing-ului comunicat inițial și primirea la timp a trimiterilor poștale
- ↑ Returnarea unor bunuri care erau trimise pe o adresă greșită/ sub un nume greșit
- ↑ O bună comunicare și relaționare cu angajații Poștei Române/ companiilor private



# Experiențe Negative

- ↓ **Aglomerarea în sedii** (în special în cazul Poștei Române) care presupune un timp îndelungat de așteptare la "cozile interminabile", în special în jurul anumitor date ale lunii (în perioadele în care se dau pensiile/ alocațiile); aceasta este percepută ca un rezultat al **lipsei de personal datorită** restructurărilor din ultimii ani, care au atras după sine ineficiență ca și timp de așteptare și restrângerea activității doar la câteva ghișee
- ↓ **Lipsa de grijă față de colete** care conduc la deteriorarea acestora - cazuri întâlnite atât la Poșta Română cât și la furnizorii privați; coletele au fost primite deteriorate atât la exterior (cutiile rupte, scotch dezlipit) cât și la interior (produsele sparte, mai ales cele fragile)
- ↓ **Intarzieri/pierderi:**
  - ▶▶ recomandate care au ajuns târziu periclitan astfel procese sau alte evenimente legale importante
  - ▶▶ timp îndelungat de livrare a trimiterilor poștale - cazuri întâlnite cu precădere la Poșta Română
  - ▶▶ mandate poștale puse într-o altă căsuță poștală sau aduse foarte târziu și care au dus la întârzierea primirii acestora de câteva luni (în anumite cazuri a fost nevoie de o cerere de recuperare a acestor "luni pierdute") - o situație des întâlnită de către utilizatorii care ridică singuri banii de pe alocații de la Poștă și nu îi au transferați pe carduri
- ↓ **Plata întârziată a pensiilor** - cazuri întâlnite cu precădere în mediul rural unde utilizatorii depind de poștaş – dintr-o ordine defectuoasă a împărțirii acestora, din lipsa de bani sau de personal care trebuie să acopere un teritoriu mult prea mare pe care îl va acoperi la diferența de zile



# *Experiențe Negative*

- ↓ **"Spagă" pentru ridicarea unor colete de la Poștă** - cazuri întâlnite în anumite orașe din provincie când, pentru a-și ridica coletul, utilizatorii au fost nevoiți să ofere spagă angajatelor
- ↓ **Colete declarate pierdute sau "rătăcite"** pentru care nu au fost primite despăgubiri și care nu au mai fost primite niciodată sau colete/ recomandate întoarse la expeditor fără ca destinatarul să fi primit aviz în cutia poștală și să fi știut de existența lor
- ↓ **Colete din care au lipsit anumite bunuri** – asociate mai mult cu coletele internaționale primite în perioada dinainte de 89, au fost totuși și câteva mențiuni curente însă situația nu este clar legată de furnizorul de servicii poștale sau de expeditor
- ↓ **Ridicarea coletelor** doar de către persoanele destinatar fără nicio concesie în cazuri speciale – persoana nu este în țară, este spitalizată, etc. – când ar putea fi ridicate de către o rudă – părinte/ copil/ soț/ soție
- ↓ **Ridicarea coletelor** doar de la anumite sedii și nu de la toate oficiile poștale
- ↓ **Plata facturilor realizate prin intermediul Poștei Române** înregistrată cu mari întârzieri, care a dus la sume acumulate pe facturile ulterioare ca neplătite sau, mai grav, la sistarea serviciilor în cauză, deși ele au fost plătite de utilizatori – posibilul motiv: întârzieri foarte mari la livrarea banilor încasați de la utilizatori către furnizor posibil datorita folosirii banilor la nivel local pentru acoperirea altor servicii



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Viteza de livrare***

**Definiție:** menționat și spontan, criteriul care face referire la viteza de livrare este un factor important în alegerea unui furnizor de servicii poștale. E decodificat ca timpul în care coletul/ trimiterea poștală ajunge de la destinatar la expeditor.

**Situația curentă:** viteza de livrare este evaluată ținând cont de cât de urgente sunt trimiterile poștale. În general, pentru serviciile Poștei Române, oamenii nu cunosc duratele oficiale ale trimiterilor poștale/ coletelor pentru că ele nu sunt comunicate în mod expres, acest tip de informații sunt oferite atunci când lucrătorii poștali sunt întrebați de către utilizator când ajung coletele/ trimiterile pe care tocmai le trimit.

Informațiile pe care ei le au cu privire la acest aspect se bazează în mare parte pe experiența cu produsele (știu că a ajuns în x zile). Utilizatorii frecvenți, cei care comandă online foarte des sau trimit în mod curent colete cunosc serviciile mai bine decât ceilalți. Dincolo de cunoașterea mai mult sau mai puțin a informațiilor privind viteza de livrare utilizatorii au următoare percepție: **cu Poșta Română durează mai mult dar costă mai puțin, cu un serviciu de curierat privat ajunge repede dar costă mai mult.** Prețul în raport cu viteza de livrare contează și el, motiv pentru care utilizatorii evaluează urgența trimiterii (mă interesează sau nu să ajungă foarte repede) și apoi decid furnizorul cu care vor lucra.

Această viteză de livrare ține cont de mai mulți factori: ora depunerii trimiterii (dacă expeditorul plasează trimiterea în a doua parte a zilei după o anumită oră, va avea loc o mai mare întârziere - 1 zi), furnizorul de servicii poștale ales (furnizorii privați au un timp mai rapid de livrare, însă, mai nou, și Poșta Română are serviciul Express care livrează în 24 de ore – serviciu recunoscut de foarte puțini respondenți), spațiul trimiterii - național sau



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## *Viteza de livrare*

internațional, tipul de serviciu utilizat etc. Utilizatorii sunt conștienți de aceste aspecte și evaluează viteza de livrare și în funcție de criteriile menționate mai sus în sensul că se așteaptă ca o livrare internațională să dureze mai mult decât una națională.

**Preferințe:** dincolo de situația curentă și de toate aspectele luate în vedere, utilizatorii își doresc servicii foarte rapide, în concordanță cu timpurile și stilul de viață din ziua de azi – cel mai rapid serviciu 12 ore, cel mai puțin rapid 48 ore.

*“Care ati trimis in ultima vreme, o scrisoare, pur si simplu o scrisoare. De exemplu de la... la Bacau face 48 de ore, de la Bacau la Bucuresti face 3 zile, de la Bacau la Timisoara face o saptamana.” (FGD Bacau, Bărbați, 45-55 ani)*

*“Deci in domeniul comunicarii exista acea terminologie, de timp rezonabil, acel timp rezonabil, la ora actuala gandit in domeniul transporturilor este de 48 de ore.” (FGD Bacau, Bărbați, 45-55 ani)*

*“Trăim timpuri zbuciumate, suntem în secolul vitezei și omul s-a învățat să i se facă niște servicii foarte repede. Nu mai are răbdare la Poștă. E o concurență între servicii.” (FGD Tămboiești, rural, Mix, 16-34 ani)*



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Frecvența livrării \*\****

**Definiție:** acest criteriu este decodificat și el prin intermediul a două concepte:

- ☐ frecvența cu care se livrează colete/ corespondența acasă în cutiile poștale sau la destinație (domiciliu/ loc de muncă)
- ☐ frecvența cu care coletele/ corespondența e livrată de către furnizor la oficiile poștale sau la sedii ale furnizorului/ centre.

**Preferințe:** Din perspectiva primei definiții se așteaptă ca furnizorii să livreze pe toată durata programului ori de câte ori este nevoie, aspect asociat cu serviciile de curierat private. În cazul Poștei Române, poștașul are un program și o arie de acoperit care nu îi permite să ajungă decât o dată pe ruta de livrare. Acest aspect este perceput a fi cauzat și de lipsa de resurse (mașina). Din perspectiva celei de-a doua definiții, aspectele menționate la frecvența colectării sunt și aici valabile.

**\*\***

Respondentii decodifică greoi și încurcă – **frecvența colectării** cu **frecvența de livrare**. E un aspect la care nu se gândesc în mod curent și consideră că **ține de procedurile și organizarea internă** a furnizorului de servicii. Dacă stau și analizează foarte bine situația pot avea opinii cu privire la fiecare dintre aceste două aspecte însă ce este cel mai important este că aceștia conștientizează că aceste 2 aspecte influențează în final viteza de livrare, ar vrea să fie organizare în așa fel încât coletele/ trimerile să ajunga cât mai repede, eficient. Dincolo de acest aspect consideră că este de datoria furnizorului să le reglementeze intern. La modul ideal ar putea fi niște aspecte comunicate către public astfel încât acesta să poată să înțeleagă și folosească sistemul în mod mai eficient.



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Frecvența colectării \*\****

**Definiție:** În momentul actual, utilizatorii percep frecvența colectării ca fiind perioada de preluare a coletelor în timpul unei zile obișnuite.

Această preluare este înțeleasă în două moduri: preluare de către furnizor de la expeditor și preluare de către furnizor de la oficiile poștale pentru a le trimite către destinatar.

Din perspectiva primei definiții colectările coincid cu programul de lucru, oricând pe perioada programului furnizorul trebuie să colecteze de la expeditori coletele/ corespondența indiferent dacă este vorba de colectare la oficii poștale sau direct la domiciliu/ locul de muncă.

**Preferințe:** din perspectiva celei de-a doua definiții utilizatorii consideră că **trimiterile poștale ar trebui preluate de două ori pe zi, 5 zile pe săptămână și sâmbăta**, de către angajații furnizorului de la oficiile poștale/ centrele de colectare și trimise către destinatar.

În afară de colectarea direct din sedii, colectarea trimiterilor din cutiile poștale nu prezintă încredere pentru utilizatori, mulți dintre aceștia considerând că nu mai sunt funcționale, și, chiar dacă ar fi, *“nu vine nimeni să le colecteze”*. În plus cutiile poștale par să fie de domeniul trecutului, oamenii nu le mai cunosc, identifică, în mediul urban, în rural sunt prea puține și par nesigure (din plastic în loc de fontă ca cele vechi – pot fi vandalizate).



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Proximitatea***

**Definiție:** este interpretată ca fiind pe de o parte distanța dintre oficiile poștale și utilizatori și pe de altă parte densitatea acestora (nr. de oficii per oras). Acest aspect nu este relevant pentru serviciile de curierat care preiau și livrează tot la domiciliu/ locul de muncă.

**Situația curentă:** există percepția că în ultimii ani numărul sediilor Poștei Române a scăzut- sunt mult mai puține și unele sedii rămase și-au micșorat locațiile (ca spațiu efectiv). Acest aspect este cu atât mai important cu cât serviciile Poștei Române sunt realizate la oficiul poștal. Unii dintre utilizatori sunt influențați în mod direct, fiind nevoiți să meargă mai mult până la oficiul poștal. Un alt aspect important care adaugă disconfort este faptul că există servicii care nu sunt disponibile decât în anumite oficii poștale din oraș (valabil pentru urban, exclus București) (ex. Poșta Centrală sau Poșta de la Gară). Acest aspect se referă la coletele internaționale dar nu numai și afectează modul în care utilizatorii percep criteriul de proximitate.

În mediul rural situația este similară, există sate rămase fără oficii poștale, oficii poștale improvizate acasă la poștaș, comune cu mai multe sate și doar un oficiu poștal pe comună și distanțe considerabile până acolo, mai ales pentru cei în vârstă și pentru nivelul de dependență pe care locuitorii din mediul rural îl au față de acestea (foarte multe servicii poștale dar și nepoștale sunt disponibile doar la oficiile poștale, alternativa fiind drumul în orașul cel mai apropiat).

**Preferințe:** pentru nivelul de dependență al serviciilor poștale de oficiile poștale, utilizatorii consideră că un oficiu poștal ar trebui să existe la o distanță de aproximativ 10/ 15 minute de mers pe jos de la domiciliu.



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Programul de lucru***

**Definiție:** programul în care oficiile poștale sunt deschise și serviciile poștale disponibile.

### **Situația curentă:**

#### ☐ **Poșta Română**

- utilizatorii au opinii împărțite cu privire la programul de lucru acest lucru datorându-se și anumitor schimbări de program de-a lungul timpului dar și programelor diferite ale unor oficii poștale
- în București cele mai multe mențiuni s-au referit la un program de la 8:00 la 19/20:00 și sâmbăta program scurt până la 13/14:00.
- în urban au fost menționate două tipuri: 8:00/ 16:00 sau 17:00, sâmbăta nu a fost unanim recunoscută ca zi de lucru
- în rural programul este aproape non-stop în ideea că poștașul termină programul când își termina runda de livrări și, chiar și în existența unui program acesta poate fi depășit, poștașul este un membru al comunității și este asimilat ca atare, integrat practic în viața comunității
- există percepția că există o pauză de prânz însă reglementarea ei scapă utilizatorilor

☐ **Furnizori privați :** serviciile private nu sunt văzute a avea un program special sau diferit ci unul normal 9:00/ 18:00

**Programul de lucru** este evaluat prin **accesul la serviciile poștale:**

- Pentru serviciile private, datorită faptului că utilizatorii pot beneficia de servicii direct la locul de muncă, suprapunerea programului furnizorului de curierat cu programul propriu al utilizatorului nu crează niciun disconfort



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Programul de lucru***

- Pentru serviciile Poștei Române, accesul la servicii poștale implică accesul la oficii poștale, dacă programul acestora se suprapune celui al utilizatorului, acesta nu mai are acces la ele

**Preferințe:** utilizatorii și-ar dori ca programul de lucru să fie prelungit până la ora 20:00 (în special pentru cei care lucrează și nu se pot plia pe actualul program al Poștei). O altă sugestie ar fi crearea a două schimburi - de dimineață până la prânz și după amiaza până seara (orele 20:00). Orice modificare care duce la o creștere a perioadei în care cei care lucrează pot avea acces la serviciile poștale fără a renunța la propriul program de lucru este binevenită.

Totodată utilizatorii și-ar dori înființarea unui **Call center** pentru situațiile critice care apar, pentru a discuta cu cineva în afara programului!

*“Dacă vrei să discuți cu cineva în afara programului despre o situație critică, nu există. Nu există nimic, nu există un call center, nu există o posibilitate de a-i contacta sau un mail undeva, nimic.” (FGD Bacău, Bărbați, 45-55 ani)*

*“Sau eventual se mai poate face încă o chestie, cum era pe vremuri acel post restant, (care din câte știu eu nu mai există dar s-ar putea să existe) să îți lase posibilitatea în momentul în care tu ca firmă sau ca persoană fizică te-ai dus, ai lăsat coletul sau ce-ai lăsat acolo unde a venit și a venit frumos din spațiu și a venit să colecteze banii, să colecteze ce au de colectat ei, se poate face și o chestie de genul asta...” (FGD Bacău, Bărbați, 45-55 ani)*



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Locul trimiterii/primirii***

Cu excepția Poștei Române care livrează/ preia trimiterile poștale doar de la oficiile proprii, locațiile principale în care sunt primite sau trimise coletele sunt la domiciliul personal sau la locul de muncă.

Serviciul de preluare/ livrare la domiciliu al Poștei Române nu este cunoscut.

Utilizatorii își doresc o mai mare flexibilitate din acest punct de vedere și un prim pas este stabilirea unei bune comunicări cu furnizorii de servicii poștale. Din acest punct de vedere, furnizorii privați au mai multe avantaje: o comunicare bună cu angajații (clienții pot suna angajații pentru a afla mai multe detalii despre stadiul în care se află coletul dar și angajații îi sună pe utilizatori pentru a-i informa despre data/ ora/ locația livrării) și schimbarea locației livrării dacă este cazul (atunci când nu se află acasă, coletele să fie livrate la locul de muncă).

## ***Calitatea***

Acest criteriu a fost decodificat de către utilizatori ca înglobând foarte multe aspecte, de la cele mai importante la cele care țin de imagine. Astfel, calitatea serviciilor poștale se traduce prin: modul de păstrare și transportare al trimiterilor poștale (plicurilor, coletelor), comportamentul angajaților față de clienți, grija companiei față de angajați (ce uniforme au, standarde de igienă etc.), flexibilitatea angajaților (schimbarea locației de trimitere/ primire), siguranța serviciilor oferite (timing respectat).



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## *Tarifele*

Este un criteriu foarte important mai ales pentru targetul mai în vârstă și pentru utilizatorii din mediul rural dar și în general, un criteriu considerat în corelațiile cu beneficiile serviciului (ex. Viteza de livrare) și cu situația particulară a trimiterii (ex. recomandată cu confirmare).

Serviciile furnizate de Poșta Română sunt cele mai apreciate ca preț, având tarifele cele mai scăzute (unele chiar la jumătate de preț), în special în cazul livrărilor simple (nu a celor Express/ urgente care se apropie de tariful furnizorilor din mediul privat).

Dincolo de tarifele accesibile la trimiterile poștale, tot în zona financiară mai este apreciată și lipsa comisioanelor la facturile încasate la Poștă. Percepția cu privire la tarife este că acestea sunt accesibile, indiferent de furnizor, și în concordanță cu beneficiile (tarif mai mare/ timp mai mic de livrare). Dincolo de acest aspect există și situații speciale/ atipice de servicii a căror valoare e mai mare decât valoarea produsului în sine (ex. Comision pentru un transfer de bani mai mare decât suma transferată)

*“Dar daca trimiti o carte postala cu Posta Romana platesti cam mult.[...] Pretul de primire e 8.5 lei.” (FGD Bacau, Bărbați, 65+ ani)*

*“Pe asta cu confirmare de primire, pana in Ungaria 17 lei, pana in Anglia, Germania 18 lei, mi s-a parut scump. Ce facea ducea un simplu plic cu o foaie.” (FGD Craiova, Femei, 45-54 ani)*

*“7.5 lei recomandata cu confirmare de primire. Mie mi s-a parut mult pentru confirmare. Nu ma asteptam sa fie chiar atat. Am trimis coletul cu medicamente si am dat 4 lei. Si recomandata 7.5 lei ... mi s-a parut exagerat serviciul. (...) Mi s-a parut mult 7.5 lei. Si nu ajunge mai repede.” (FGD Craiova, Femei, 45-54 ani)*



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Acoperirea***

Acoperirea face referire la toate locurile de unde și unde se pot trimite/ primi – ai acces la servicii poștale.

Din acesta perspectivă atât Poșta Română cât și furnizorii privați au o acoperire națională foarte bună, putând ajunge în fiecare zonă. Totuși, furnizorii privați sunt asociați cu zonele urbane pentru că orice serviciu furnizat într-o zonă rurală este taxat în plus iar zonele foarte îndepărtate nu sunt acoperite, în special datorită costurilor extra foarte mari.

La nivel internațional, serviciul de coletărie pare să funcționeze mai bine prin Poșta Română și prin anumiți furnizori privați care sunt mai degrabă companii de transport decât de curierat.

Un avantaj competitiv îl are însă Poșta Română datorită oficiilor poștale extinse și în zonele rurale (în comune) și a căsuțelor poștale din fiecare sat. În plus, mai există poștașii care se deplasează și în cele mai inaccesibile sate.

La nivel de acoperire consumatorii consideră că Poșta Română are cea mai bună acoperire, lucru care face ca serviciile poștale să fie accesibile tuturor.



# Criterii de alegere ale furnizorilor de servicii poștale

## ***Personalul***

**Definiție:** calitatea (profesionalism/ pregătire/ calificare/ mod de relaționare cu clienții) și cantitatea (nr. de angajați)

**Situația curentă:** Din ambele perspective, percepția utilizatorilor este că furnizorii privați au mai multe avantaje din acest punct de vedere, având un personal bine instruit cu care pot comunica mai bine și la care pot apela. Personalul Poștei Române aparține "fostei generații" și nu mai dă dovadă de aceeași amabilitate ca și cei angajați în mediul privat. Utilizatorii îi descriu ca fiind: apatici, nervoși, depășiți de tehnologie, plafonați. Totuși, dincolo de aceste aspecte negative, în mediul rural se poate observa un atașament sporit al utilizatorilor față de poștași, în special datorită efortului lor de a se deplasa pentru a distribui veniturile lunare (pensii, alocații, ajutoare sociale). Din punctul de vedere al numărului, personalul Poștei Române este asociat cu o disponibilizare însemnată atât în rural cât și în urban, lucru care afectează calitatea serviciilor.

**Preferințe:** personal suficient, instruit atât cu privire la serviciile pe care le vinde dar și cu privire la modul de a interacționa cu publicul, resurse moderne, eficient, capabil să rezolve chiar și situațiile pentru care aparent nu există rezolvare, dispus să asculte și să înțeleagă situația fiecărui client, informat și dispus să ofere informații clare și compelte cu privire la serviciile poștale și să îndrume utilizatorii către serviciul cel mai potrivit și către eficientizare propriului timp etc.





# Imaginea Poștei Române și a celorlalți furnizori de servicii poștale

# Furnizorul ideal de servicii poștale **este caracterizat de următoarele atribute:**

## Vizibilitate crescută

Comunicare prin reclame, acoperire mare ca și număr de sedii

## Locații moderne

Curate, aerisite, suficient de spațioase pentru a evita aglomerația, mobilier nou pentru a câștiga încrederea clienților

## Mijloace de transport moderne

Mașini mari, îngrijite pentru distanțe lungi și mai rapide pe distanțe scurte: moto-scutere, biciclete

## Comunicare continuă

Nu doar în momentul în care trimiterile poștale sunt plasate la sediu, ci pe toată durata, pentru a informa clienții asupra stadiului în care se află trimiterile

## Tehnologie adecvată serviciilor oferite

Calculatoare moderne care să nu mai permită blocarea sistemului, site-uri updatate, sisteme de control al coletelor

## Personal calificat

Amabil, bine instruit, agil, familiarizat cu tehnologia

## Flexibilitate

Trimiteri/ primire din locații diverse

## Servicii speciale pentru produse

Produse perisabile (transport frigorific), colete mari (electrocasnice)

## Sistem de ambalare

În special pentru produsele fragile care necesită ambalare specială

## Atribute aditionale:

- ☐ Site modern
- ☐ Call center
- ☐ Automat de timbre fiscale
- ☐ Bon de ordine
- ☐ Acces Internet (de unde se pot trimite e-mailuri)
- ☐ Card de fidelitate/ identificare
- ☐ Servicii de livrare în aceeași zi

# Poșta Română

## Imagine rațională - Generalități

❑ În ultimii ani, o dată cu dezvoltarea furnizorilor privați de servicii poștale, Poșta Română a început să fie percepută ca "depășită de situație", **conservatoare, nereușind să vină în întâmpinarea nevoilor utilizatorilor moderni.**

❑ Această imagine învechită se mai datorează și **percepției generale** pe care o au românii **referitor la insitituțiile statului** care **nu mai reușesc să facă față cerințelor actuale** și care au rămas funcționale sub același sistem vechi. Chiar dacă au existat, în cazul Poștei, tentative de modernizare ca și tehnologie, personalul este privit ca fiind "în vârstă" pentru a putea fi eficient cu aceste mijloace.

❑ Cu toate acestea, utilizatorii maturi și cei din zonele rurale încă se raportează la Poștă ca fiind o **instituție de încredere**, apelând la serviciile furnizate de aceasta și devenind **melancolici** pentru ceea ce obișnuia să le ofere această instituție în trecut. În plus, **în zonele rurale** Poșta Română este o insitituție de care **utilizatorii în vârstă depind pentru diverse servicii**: pensii, ridicarea coletelor cu medicamente, dar și **tinerii, cadrele didactice** (comandă cărți, transfer de acte, transfer de bani întrucât în mediul rural nu sunt bănci/ bancomate) etc.

❑ **Publicul tânăr** în schimb **s-a reprofilat** pe serviciile oferite de **furnizorii privați** deoarece resimt o **nevoie mai mare de comunicare** cu angajații, **control al trimiterilor poștale** și **rapiditate.**



# Poșta Română

## Imagine rațională– Aspecte pozitive

Chiar dacă imaginea generală a Poștei Române nu este una fondată în majoritatea cazurilor pe atribute pozitive, există totuși unele **avantaje pentru care este încă apreciată de către utilizatorii săi:**

✓ **un sentiment de siguranță atât pentru colete, cât și pentru actele trimise în original** – pe de-o parte nu au fost menționate frecvent cazuri în care coletul a ajuns cu probleme la destinatar, pe de alta parte instituția Poștei beneficiază de o încredere dată de istoria, vechimea, experiența în acest domeniu. De asemenea, în majoritatea cazurilor, utilizatorii preferă să trimită anumite acte în original prin Poșta Română. Dincolo de siguranță, plicurile cu documente, trimise recomandat cu confirmare de primire costă mai puțin comparativ cu firmele de curierat.

✓ **servicii rapide la Prioripost** - dacă sunt depuse până în ora 17:00, anumite trimiteri poștale pot ajunge și în 24 de ore

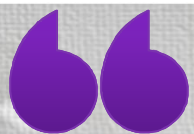
✓ **poștașii** - agenți apreciați în special de către utilizatorii din mediul rural care au reușit în decursul timpului să creeze o legătură strânsă cu aceștia, simpatizându-i și apreciindu-le efortul de a se deplasa

✓ **tarife scăzute** - atât pentru serviciile simple cât și pentru cele speciale (în regim de urgență, recomandate etc.)

✓ **acoperire în toată țara** - au sedii în fiecare localitate din mediul rural și urban și acolo unde nu există sedii există căsuțele poștale la care pot fi lăsate plicuri



# Verbatim-uri



*“E o necesitate această poștă într-un mediu rural, unde foarte mulți bătrâni care au copiii plecați la oraș nu beneficiază de un mijloc de transport cu care să ajungă foarte rapid în oraș să-și poată scoate pensia.” (FGD Căndești, rural, Femei, 35-54 ani)*

*“Bătrânii în general sunt mai siguri când văd poștașul în poartă.” (FGD Tămboiești, rural, Mix, 16-34 ani)*

*“Și sunt anumite servicii pe care nu le poate face decât Poșta. De exemplu de la Casa de Pensii toată lumea știe că decizia de pensii, cu cartea de muncă, cu tot ce trebuie să ne anunțe Casa de Pensii, nu poate decât prin Poștă, nu poate prin e-mail. Toate actele ți le trimite prin Poștă, recomandate, te duci, le redici, semnezi că ai ridicat plicul respectiv.” (FGD Craiova, Femei, 55-64 ani)*

*“Îl pui la poștă, știi că e sigur.” (FGD Bacău, Mix, 65+ ani)*

*“Eu zic că Poșta Română e mai sigur. Mai sigur dar cu întârziere.” (FGD Craiova, Bărbați, 65+ ani)*

*“Deci Prioripostul are cele mai bune prețuri care există pe curierat rapid din România și eficiență totală. Exact tot ceea ce exista la ora actuala pe orice curierat din Romania, inclusiv DHL-ul, (care DHL-ul eu îl consider a fi cel mai bun serviciu de curierat din Romania, pe curierat rapid) are Prioripostul. Întrebarea și surpriza mare e alta: de ce nu folosește și Posta Romana aceeași structură care o are Prioripostul, nu pot să înțeleg...” (FGD Bacău, Bărbați, 45-55 ani)*



# Verbatim-uri



*"Eu la mine, în zona în care lucrez am poștaşul foarte serios care vine dimineața indiferent ce ar fi, plouă sau ninge, e soare, el vine și aduce. Când nu e el, trimite pe altcineva să-l înlocuiască." (FGD Craiova, Bărbați, 65+ ani)*

*"Poșta Română acoperă, are oficii poștale în fiecare oraș, în fiecare comună și sunt localități (din mediul rural) unde sunt și 2-3 oficii poștale în funcție de mărime. Din punctul acesta de vedere, Poșta Română este net superioară." (FGD Bacău, Bărbați, 25-35 ani)*

*"Comunele care sunt mai mici și nu își pot achita datoriile, cineva trebuie să plătească salariații, utilitățile. Așa și la nivel de poștă, deși suntem împrăștiați și cu oameni rari și puțini (...) Nu mai suntem buni de nimic dacă nu avem nici poșta solvabilă care vine acasă pentru bătrânii care nu se pot deplasa." (FGD Bordești, Rural, Mix, 55+)*



# Poșta Română

## Imagine rațională – Aspecte negative

Ca și **aspecte negative**, **Poșta Română** a scăzut în imagine datorită următoarelor aspecte:

- ✘ **micșorarea numărului de oficii poștale** - unele s-au închis și cele care au rămas au fost micșorate (ca spațiu), generând astfel o mai mare aglomerare, cozi interminabile mai ales în perioadele și la orele de vârf. De asemenea, unele oficii nu pot onora toate tipurile de servicii clienților și în unele orașe din provincie acest lucru este o problemă deoarece utilizatorii trebuie să parcurgă distanțe mai mari până la oficiul responsabil cu anumite servicii (transfer bani, coletărie internațională etc.). În mediul rural au existat localități care au rămas fără oficiu poștal, altele chiar fără poștaș.
- ✘ **sedii/oficii poștale "învechite"** - nu au mai fost investiți bani existând un mobilier vechi, igrasie în unele sedii, recuzita personalului este învechită
- ✘ **servicii care nu țin pasul cu vremurile, care au stagnat în timp**
- ✘ **disponibilizarea personalului** - puțini angajați la ghișee, lucru ce atrage de asemenea aglomerarea oficiilor (în special la orele de vârf sau în perioada pesniilor/ alocațiilor)
- ✘ **personal neprietenos** - disponibilizările au creat de asemenea și o stare de iritare a personalului creată de supra-aglomerare cu mai multe taskuri



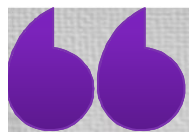
# Poșta Română

## Imagine rațională – Aspecte negative

- ❌ **personal "depășit de tehnologie"** - au probleme în a utiliza calculatoarele, nu au fost obișnuiți cu acest sistem până de curând
- ❌ **personal lipsit de protecție** - poștașii care merg în teren nu au siguranța că vor ajunge cu bine/ cu geanta cu bani la destinație, nu sunt securizați
- ❌ **lipsa caselor de marcat** care împiedică primirea de bon fiscal pentru anumite produse nepoștale -plicuri, timbre
- ❌ **organizare deficitară** - nu este specificat foarte clar la ce ghișee trebuie să aștepti pentru anumite servicii, existând riscul de a sta la cozi inutil. De asemenea, în depozitul de colete timpul de așteptare al utilizatorilor este foarte lung deoarece angajații trebuie să ia la mână toate coletele până îl găsesc pe cel potrivit
- ❌ **limitări de greutate ale coletelor**
- ❌ **coletele pot fi depuse/ preluate doar de la oficiile poștale**  
- inconvenient în special pentru utilizatorii din mediul rural unde oficiile poștale s-au desființat și distanța până la cel de unde trebuie ridicat coletul este mare:
- ❌ **lipsa de comunicare din partea Poștei privind propriile produse/servicii, generează din partea oamenilor necunoaștere a anumitor produse** (ex: Prioripost sau livrare/ preluare domiciliu)



# Verbatim-uri



*“S-au aglomerat oficiile. La cât stai la coadă pentru un timbru, pentru orice te duci, stai de îți vine rău.” (FGD București, Bărbați, 55-64 ani).*

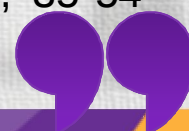
*“Era aproape dar acum trebuie sa mergem undeva in centru . [...] Mai sunt dar sunt foarte rare. Sunt doar 3 in toata Craiova. Sunt doar 3 puncte.” (FGD Craiova, Bărbați, 65+ ani)*

*“Aici spre exemplu daca vrei sa primești un colet international trebuie sa te duci la Gara si te duci acolo si iti spune ca nu e oficiul postal asta si e cel de la trei strazi distanta.” (FGD Craiova, Bărbați, 16-24 ani)*

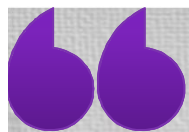
*“Așa s-a întâmplat și în Căndești, s-au desființat agențiile și au rămas doar poștașii. A rămas unu pe comună. Bănuiesc că în foarte mult localități s-a întâmplat același lucru.” (FGD Căndești, rural, Femei, 35-54 ani)*

*“Ceea ce nu îmi place, prima dată când intru primele ghișee au câte o stivă de hârtii, dosare. Aș vrea să dispară, să aibă calculatoare, este foarte urât.” (FGD Bacău, Bărbați, 25-35 ani)*

*“Am văzut mai multe locații de poștă și au rămas după cum le știam când eram copil. Sediul nu s-a îmbunătățit cu absolut nimic.(...) nu s-au investit bani, nu s-au alocat fonduri pentru refacerea, consolidarea spațiilor.” (FGD Căndești, rural, Femei, 35-54 ani)*



# Verbatim-uri



*"Serviciile sunt învechite și se ghidează după principii comuniste. Asta e cea mai mare problemă, că nu s-au modernizat deloc."* (FGD Bacău, Bărbați, 25-35 ani)

*"E un pic de primitivism munca asta la Poștă, din vechime păstrează..."* (FGD Bacău, Mix, 65+ ani)

*"Reticiența Poștei Române la ceea ce este nou și consider că în viitor va dispărea.(...) Din experiență vă spun că ce se întâmplă astăzi în Poștă se întâpla fix așa și acum 10 ani. Nu este absolut nicio diferență."* (FGD Tâmboiesti, rural, Mix, 16-34 ani)

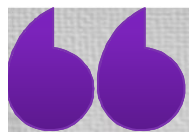
*"Au disponibilizat personalul și în loc de 5 persoane la ghișeu mai sunt 2-3. Tot timpul sunt nervoase pentru că sunt singure."* (FGD București, Femei, 35-44 ani)

*"Oricum, din ce în ce mai mult s-a redus personalul și dispar ușor, ușor, ceea ce e destul de greu(...). Dar o dată cu apariția cardurilor (...) am înțeles că se restructurează câte un post. Și nu o să fie deloc plăcut. Cel puțin pe raza comunei noastre, din cauza salariilor mici am înțeles că și-au dat demisia domnii care au lucrat. Și e foarte greu (...) La oraș nu se mai folosesc aceste servicii și din motivul ăsta s-au restrâns posturile, dar la oraș e altă treabă iar în mediul rural este altă treabă."* (FGD Cândești, rural, Femei, 35-54 ani)

*"Le vezi fețele că sunt toți obosiți, nici nu au timp să mănânce săracii. Eu i-am văzut că nu au timp să respire."* (FGD București, Femei, 45 -54 ani)



# Verbatim-uri



*"De exemplu te duci la Poștă și nu știi, stai la coadă foarte mult, nu au experiență încă, nu sunt dotați, au niște calculatoare când ți-e lumea mai dragă cad, se duce sistemul. Încă au imprimantă din aia matricială." (FGD București, Femei, 45 -54 ani)*

*"Poștașilor de multe ori le-au luat gențile. Le e frică să plece ei singuri pe stradă. (...) Singur vine dar oricum se teme că are o sumă de bani acolo.(...) Ar trebui să aibă pe cineva să îi supravegheze." (FGD Craiova, Femei, 55-64 ani)*

*"Și mai ai câteodată surpriza să te duci la ei să plătești vreo factură și să zică: ne pare rău, ne-a căzut sistemul." (FGD București, Mix, 16-24 ani)*

*"În schimb alte deficiențe la Poșta Română față de ceilalți, au niște limitări la gabarit foarte dubioase, adică e mai mult faptul ca au angajați mai mult femei și cred ca au pus greutatea la colete în funcție de ce pot sa care femeile alea." (FGD Bacău, Bărbați, 45-55 ani)*

*"Mie una nu-mi convine să mergem tocmai 2 km să ne primim un pachet, să îl aducem acasă. Ba în mână, ba pe bicicletă. Să vină să aducă exact corespondența și tot ce se primește exact la poștaș acasă.(...) Bătrânii au medicamente pe care trebuie să le primească și trebuie să mergă 2 km." (FGD Căndești, rural, Femei, 35-54 ani)*



# Poșta Română

## Imagine emoțională

**Poșta Română are o imagine învechită și conservatoare**  
în mintea utilizatorilor, fiind percepută ca fiind:

- ❑ O femeie matură, trecută de 50 de ani
- ❑ Are experiență de viață
- ❑ Este bine-cunoscută în societate, are o prezență respectabilă
- ❑ Studiile pe care le are nu se mai pliază foarte bine pe cerințele societății moderne
- ❑ Este conservatoare, reticientă, nu își dorește să îmbrățișeze ideile noi
- ❑ Este rigidă, rece față de cei din jur, nu este foarte comunicativă
- ❑ Nu pune mare preț pe eficiență, pierde mult timp făcând unele lucruri
- ❑ Nu reușește să se descurce foarte bine cu mijloacele tehnologice, preferă varianta *"cu foaia și pixul în mână"*



**Experiența**

**Conservatorism**

**Rigiditate**

**Lipsa de  
eficiență**

**Invechit  
tehnologic**

**Chiar dacă este o piață destul de aglomerată și dinamică, doar anumiți furnizori au reușit să își creeze vizibilitate - Cargus (în alianță cu Urgent Curier), Fan Curier, Total Post, DHL.**

**Acestor furnizori privați li se mai adaugă și furnizorii care au dublă specializare: transport persoane și transport marfă (în special la nivel internațional) - Atlassib, însă și unii furnizori "no name", care fac rute internaționale însă sunt cunoscuți doar la nivel local (prezente în special în zonele rurale unde rata migrației este crescută).**

**Imaginea pe care o au toți furnizorii de servicii poștale din mediul privat este universală, având asociate mai multe caracteristici/ atribute comune:**

Promptitudine

Servicii eficiente și rapide

Personal bine pregătit

Angajați care își onorează taskurile cu succes, care știu ce au de făcut

Organizare și logistică bună

Comunicare cu clientul

Flotă de mașini

AWB



# Imaginea furnizorilor de servicii poștale privați



## RATIONAL

Siguranță - experiențe pozitive vis-a-vis de trimiterea unor colete, în special a unor plicuri cu acte oficiale

## EMOTIONAL

Bărbat, matur  
Bun manager, organizat  
Lucrează în domeniul IT



## RATIONAL

Companie axată în special pe livrările internaționale  
Organizează diverse evenimente pentru a-și crea vizibilitate (ex: maratoane)  
Prețuri ridicate pentru coletele internaționale

## EMOTIONAL

Tânăr de 30 de ani  
Are un aspect îngrijit, ține la imaginea sa și cheltuie mulți bani în această direcție  
Imbrăcat elegant, la costum  
Sobru, distant



## RATIONAL

Recunoscuți pentru colaborarea cu clienții din zona juridică/ cu companiile - schimb de documente între aceștia, fapt ce generează o imagine de furnizor serios, de încredere  
Recunoscut pentru livrări ale comenzilor plasate online

## EMOTIONAL

Tânăr, sociabil, amabil cu cei din jur  
De încredere  
Ambițios, caută să avanseze, foarte dinamic, într-o continuă mișcare



## RATIONAL

Companie cu dublă specializare - transport persoane și coletărie  
Extindere în toată Europa  
Pentru a plasa/ prelua un colet, utilizatorii trebuie să meargă la unul din sediile Atlassib  
După plasarea coletului, comunicarea se păstrează cu persoana căreia îi este destinat coletul

## EMOTIONAL

Bărbat matur, trecut de 50 de ani, liniștit, "calculat"  
Face tot posibil să îi mulțumească pe toți din jurul său  
Bun comunicator  
Corect și amabil

# Concluzii și Recomandări

03

# Concluzii și Recomandări



Dat fiind faptul că Poșta Română are o imagine învechită în mintea utilizatorilor (asemenea celorlalte instituții de stat), pentru a se plia mai bine nevoilor clienților și pentru a face față provocărilor impuse de societatea modernă anumite schimbări ar putea fi făcute:

- ❑ **Imbunătățirea tehnologiei** - pentru a se face trecerea de la imprimantele matriciale la unele eficiente, moderne
- ❑ **Personal nou, instruit** - angajați mai tineri care au aptitudini de utilizare PC ce pot eficientiza timpul de așteptare la cozi
- ❑ **Suplimentare a personalului** - mai mulți angajați la ghișee și de asemenea suplinirea numărului poștașilor în mediul rural
- ❑ **Livrare/preluare de la domiciliu/ loc de muncă** - oferirea unor servicii la fel de flexibile precum cele oferite de furnizorii privați
- ❑ **Crearea unor politici noi de management al relației cu clienții** - de la modalitatea în care sunt tratați clienții la ghișeu și până la păstrarea comunicării cu aceștia și a informării cu privire la stadiul trimiselor poștale
- ❑ **Comunicare unor produse importante din perspectiva asocierii cu noutate/modernitate** – ex PrioriPost cu toate beneficiile sale, serviciu de preluare/ livrare colet la domiciliu, etc.

# Concluzii și Recomandări

## *Viteza de livrare a trimiterilor poștale*

### **Cum este definit?**

- Timpul în care trimiterea poștală ajunge de la expeditor la destinatar
- Viteza de livrare este definită în general ținând cont de: urgența trimiterii, ora depunerii, furnizorul ales, locul trimiterii/distanța, tipul de serviciu utilizat etc.

### **Cum este în prezent?**

- Poșta Română nu comunică duratele oficiale ale trimiterilor poștale (informațiile sunt oferite doar la cerere)
- Duratele menționate sunt legate de experiența personală a fiecărui utilizator
- Viteza de livrare a trimiterilor prin Poșta Română durează mai mult însă costă mai puțin

### **Cum ar trebui să fie?**

- Livrarea trebuie să țină pasul cu utilizatorul modern – să fie foarte rapidă
- Cel mai rapid: 12 ore, cel mai puțin rapid: 48 ore (la nivel national)
- Termene diferențiate în funcție de distanța de livrare (pentru livrări la nivel national: timp minim acceptat de utilizatori pentru trimiteri urgente: 12 h- 48 h; timp minim acceptat de utilizatori pentru trimiteri care nu sunt urgente: 3-7 zile; pentru livrări intracomunitare: 4 -7 zile)

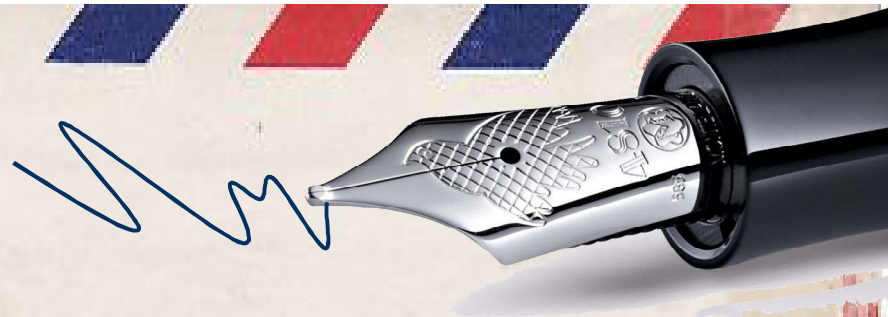
## *Frecvența colectării trimiterilor poștale*

### **Cum este definit?**

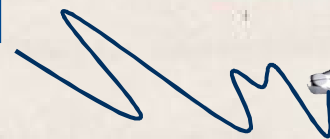
- Preluare de către furnizor de la expeditor a trimiterilor poștale
- Preluare de către furnizor de la oficiile poștale pentru a le trimite către destinatar

### **Cum este în prezent?**

- Utilizatorii nu știu de câte ori sunt preluate trimiterile poștale de la oficiile poștale, neavând acces la aceste informații



# Concluzii și Recomandări



## Cum ar trebui să fie?

- Preluarea de către furnizor de la expeditor trebuie să aibă loc oricând pe perioada programului de muncă
- Preluarea de către furnizor de la oficiile poștale pentru a le trimite către destinatar ar trebui făcută de 2 ori pe zi, 6 zile pe săptămână

## *Frecvența livrării trimiterilor poștale și nepoștale*

### Cum este definit?

- Frecvența cu care se livrează trimiterile poștale la destinație (acasă, locul de muncă)
- Frecvența cu care trimiterile poștale sunt livrate de către furnizor la oficiile poștale sau la sediile furnizorului

### Cum este în prezent?

- La fel ca și în cazul frecvenței de colectare (frecvența de livrare și frecvența de colectare fiind criterii decodificate în mod asemănător), utilizatorii nu cunosc prea multe detalii

### Cum ar trebui să fie?

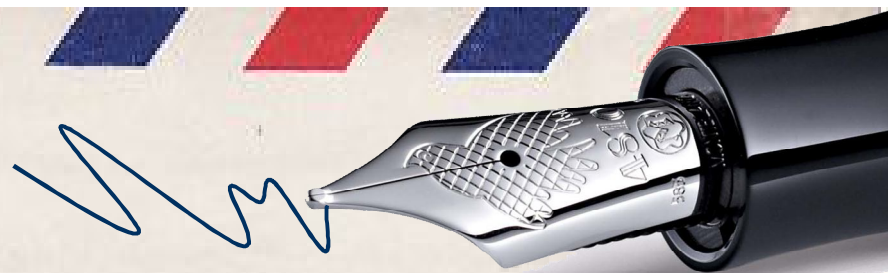
- Frecvența cu care se livrează indiferent de categoria de trimitere la destinație se dorește a fi pe durata întregului program de lucru, ori de câte ori este nevoie

## *Accesul la subunitățile poștale care au program cu publicul și programul de lucru al acestora și, respectiv, cu privire la accesul la cutiile poștale și programul de vidare al acestora*

### Cum este definit?

- **Accesul la oficii:** distanța dintre oficii și utilizatori; densitatea oficiilor poștale
- **Programul de lucru:** intervalul în care oficiile poștale sunt deschise și serviciile poștale disponibile

# Concluzii și Recomandări



## Cum este în prezent?

- **Accesul la oficiile poștale:** numărul oficiilor Poștei Române a scăzut în ultimii ani. Nu toate oficiile îndeplinesc aceleași servicii (ex. Colete internaționale). În mediul rural există comunități care au rămas fără sedii, acestea fiind improvizate
- **Accesul la cutiile poștale:** În general acestea nu sunt utilizate din cauza frecvenței reduse de colectare și a nesiguranței trimerilor depuse.
- **Programul de lucru:** în mediul urban programul este diferit de la un oficiu la altul (08:00-19/20:00; 08-16/17:00). În mediul rural programul este prelungit în funcție de nevoi

## Cum ar trebui să fie?

- Ar trebui să existe oficii poștale în fiecare comunitate/ zonă în proximitatea casei (10-15 min.)
- Programul se dorește a fi prelungit până la ora 20:00 , sau să existe 2 schimburi
- Este dorită de asemenea existența unui call center și a unui post restant

## *Locul (domiciliul destinatarului, căsuță poștală, post restant etc.) și momentul livrării*

### Cum este definit?

- Definite de participanți ca fiind locațiile din care sunt preluate și predate trimiterile poștale

### Cum este în prezent?

- Serviciul de preluare și livrare la domiciliu/ locul de muncă al Poștei Române nu este cunoscut de utilizatori

### Cum ar trebui să fie?

- O mai mare flexibilitate a serviciilor de livrare ale Poștei Române
- Comunicare mai bună cu angajații în vederea monitorizării trimerilor poștale
- Posibilitatea schimbării locației livrării

# Concluzii și Recomandări



*Tarifele serviciilor poștale (tarife uniforme/ diferențiate în funcție de destinație, nivelul tarifelor etc.)*

## **Cum este definit?**

- Tarifele sunt decodate numai în corelație cu beneficiile serviciului solicitat și cu situația particulară a trimerii

## **Cum este în prezent?**

- Poșta Română oferă cele mai avantajoase prețuri pentru serviciile oferite – tarifele sunt mai scăzute comparativ cu cele ale furnizorilor privați
- În anumite situații, tarifele pentru anumite servicii sunt mai mari decât valoarea produsului
- Există tendința (în cazul populației din urban) de acceptare a unor tarife mai mari pentru o calitate superioară a serviciilor (birocrăție redusă, mai mulți angajați)

## **Cum ar trebui să fie?**

- În general, preferințele converg către uniformizare a tarifelor; numai în cazurile particulare, tarifele ar trebui optimizate (atunci când valoarea produsului este mai mică decât tariful serviciului).

## *Acoperirea rețelei poștale*

## **Cum este definit?**

- Toate locurile de unde și unde se pot trimite și primi trimiterile poștale

## **Cum este în prezent?**

- Poșta Română este percepută a avea la nivel național cea mai bună acoperire (și în zonele rurale și în cele urbane)

## **Cum ar trebui să fie?**

- Pentru o și mai bună acoperire, se dorește existența mai multor sedii (în special în zonele rurale acolo s-au desființat) și a mai multor poștași

# Concluzii și Recomandări

*Preferințele utilizatorilor cu privire la calitatea serviciilor prestate (livrare în termen, număr trimiteri pierdute etc.)*

## Cum este definit?

- Este tradusă prin mai multe aspecte ce țin atât de imagine cât și de serviciile oferite: de la modul de păstrare/ transport al trimiselor poștale, comportamentul și flexibilitatea angajaților, grija companiei față de angajați și până la siguranța serviciilor oferite, respectarea timing-ului

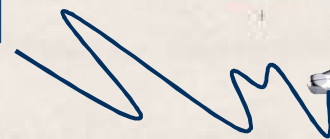
## Cum este în prezent?

- **Poșta Română :**
  - Are deficiențe în special în ceea ce privește atributele de imagine: comportamentul și flexibilitatea angajaților, grija companiei față de angajați (angajați apatici, depășiți de tehnologie, plafonați)
  - În privința siguranței serviciilor oferite – respectarea timing-urilor nu este un punct forte
  - Există în schimb un grad mai mare de încredere asupra condițiilor de transport și depozitare al trimiterilor poștale
- **Furnizorii privați** sunt apreciați pentru calitatea ridicată a serviciilor, deficiențele percepute fiind acelea legate de diversitatea serviciilor oferite (momentan axate majoritar pe partea de coletărie/plicuri) și prețurile mai ridicate

## Cum ar trebui să fie?

- Mai multă flexibilitate a serviciilor (locația preluării/ trimerii)
- Traininguri mai multe pentru angajați – orientare către client, amabilitate

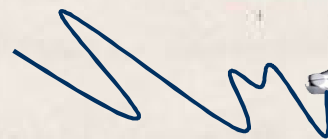
# Concluzii și Recomandări



**In ceea ce *privește* preferințele utilizatorilor privind modalitatea de furnizare a serviciilor postale, amintim:**

- ☐ Locații modernizate
- ☐ Mijloace de transport moderne – pentru siguranța coletelor
- ☐ Tehnologie avansată, adecvată serviciilor oferite
- ☐ Personal calificat
- ☐ Site updatat
- ☐ Automat de timbre fiscale
- ☐ Oferirea unui bon de ordine
- ☐ Posturi de internet (1, 2 calculatoare pentru a accesa internetul contra cost)
- ☐ Existența unui card de fidelitate
- ☐ Despăgubiri pentru serviciile defectuoase

# Concluzii și Recomandări



***In ceea ce privește noile caracteristicile ale serviciilor poștale pe care le doresc utilizatorii, amintim:***

- ☐ Servicii speciale pentru produse perisabile și pentru colete foarte mari
- ☐ Sistem de ambalare a coletelor
- ☐ Scanare coduri de bare
- ☐ Verificare colet înainte de plată cu posibilitate refuz colet (pentru Posta Romana)
- ☐ Sistem notificare prin SMS/apel telefonic privind stadiul livrării trimiterilor poștale
- ☐ Flexibilitate privind locația/momentul livrării
- ☐ Plata cu cardul sau online



**exact<sup>®</sup>**  
right sights on insights.

[Irina.Rainer@exactcc.ro](mailto:Irina.Rainer@exactcc.ro) - *Qualitative Research Manager*

[Gabriel.Dobarceanu@exactcc.ro](mailto:Gabriel.Dobarceanu@exactcc.ro) - *Qualitative Researcher Senior*

[www.exactcc.ro](http://www.exactcc.ro)