Informacja prasowa, 18 listopada 2024 r.

**Kto jeszcze wysyła świąteczne kartki z życzeniami?**

**Raporty o stanie rynku pocztowego w Polsce w ostatnich latach ukazują, że wraz z postępującą cyfryzacją zmniejsza się wolumen tradycyjnej korespondencji pocztowej. Adekwatnie do tego maleje liczba tradycyjnych kartek świątecznych wysyłanych indywidualnie czy przez przedsiębiorstwa. Z roku na rok powszechnieje elektroniczna forma składania życzeń przez różne komunikatory, smsy czy maile. Sprawiło to, że tradycyjne prezenty, do których należą drukowane lub ręcznie wypisywane kartki świąteczne stały się rzadkim i cenionym gestem. Kto wciąż decyduje się na taki ruch?**

Okres świąteczny to czas zacieśniania relacji nie tylko rodzinnych, ale i biznesowych. Większość firm decyduje się to zrobić poprzez wysyłkę świątecznych życzeń lub upominków do swoich kontrahentów. Jest to tradycja pielęgnowana od lat, która ma podkreślać wartość współpracy i budować pozytywne relacje na przyszłość.

Cyfryzacja zmienia jednak nasze podejście do przedświątecznych wysyłek. Dawniej przeważały kartki z życzeniami, których jeszcze ponad dekadę temu produkowano miliony. Z czasem jednak namacalna forma życzeń zaczęła być wypierana przez cyfrowe odpowiedniki. Według danych Eurostatu, na które powoływały się media - produkcja i sprzedaż kartek świątecznych spadła w ostatniej dekadzie o ponad 90 proc. Na wysyłkę korespondencji listowej decydują się już głównie przedsiębiorcy, którzy stali są ostatnim bastionem utrzymującym wspomnianą tradycję. Ich motywacją jest chęć wyróżnienia się na tle otoczenia nietuzinkową formą wdzięczności, dlatego też decydują się na powrót do tradycyjnych metod, które na przestrzeni lat stały się czymś wyjątkowym*.*

*- W dobie powszechnej komunikacji elektronicznej, taki gest przyciąga uwagę i pokazuje, że firma jest gotowa wyjść poza standardowe, szybkie rozwiązania. Przygotowanie tradycyjnej kartki z życzeniami wymaga więcej zachodu, kartki trzeba w końcu zamówić, wypisać, zaadresować, a w końcu nadać do wysyłki. Taki wysiłek świadczy jednak o tym, że do relacji przykładamy większą wagę. Jednocześnie kartki pełnią rolę marketingową, wspierając budowanie pozytywnego wizerunku firmy i wzmacniając jej relacje biznesowe* – mówi Janusz Konopka, Prezes Zarządu spółki Speedmail.

**Tradycja vs. nowoczesność**

Kartka prócz papierowej formy wyróżnia się na tle swojego elektronicznego odpowiednika nie tylko namacalną formą. Można ją personalizować, a także wzbogacać o ręczny podpis czy dedykację co nadaje jej bardziej osobistego charakteru. Tradycyjna forma świątecznej korespondencji ma również przewagę nad e-mailem tym, że trafia do rąk odbiorcy, a nie folderu „spam”. Dzięki temu nadawca ma pewność, że przesyłka nie została pominięta. Te małe elementy budują wyjątkowość tego prezentu, co przekłada się na odczucia ich adresatów.

*– Z naszego wieloletniego doświadczenia oraz informacji jakie uzyskujemy w rozmowie z klientami, którzy co roku korzystają z analogowej formy prezentów wynika, że papierowe kartki okazjonalne są niezwykle doceniane. Odbiorcy czują się wyróżnieni przez nadawcę i mają poczucie, że są ważnymi i wartościowymi partnerami dla firmy. Inwestycja w takie gesty zwraca się w postaci lojalności i uznania. Zwłaszcza że w kopercie z kartką można zamieścić także drobny upominek np. voucher, zaproszenie czy bon prezentowy – dodaje Janusz Konopka*

Nadawcy decydują się na kartki świąteczne spośród różnych upominków, nie tylko ze względu na symboliczną wartość takiego gestu, ale również ze względu na niższe koszty wysyłki, które zależą od jej wagi i rozmiaru. To także rozwiązanie optymalne pod kątem organizacji – zwłaszcza kiedy wysyłka kartek planowana jest na większą skalę. Nadawca może zlecić ich projektowanie lub wykorzystać gotowe szablony, a cały proces produkcji, w tym personalizację, drukowanie i adresowanie przesyłek, powierzyć operatorowi pocztowemu.

**O czym należy pamiętać wysyłając świąteczną kartkę?**

Ważnym elementem świątecznej przesyłki jest nie tylko kartka, ale i koperta. Jej rola nie ogranicza się jedynie do ochrony kartki przed zabrudzeniami czy uszkodzeniami mechanicznymi. Koperta odgrywa również kluczową rolę w podkreślaniu wartości emocjonalnej i wizerunkowej przesyłki, zwłaszcza dzięki możliwości personalizacji lub ozdobnego wykończenia. Ostatnie lata przyniosły także nacisk na kwestie zrównoważonego rozwoju, czego wynikiem jest zwiększenie uwagi na eko-rozwiązania takie jak wykorzystanie materiałów z recyklingu oraz nadających się do ponownego przetworzenia. Warto więc zwrócić uwagę na materiał, z jakiego wykonana jest owa koperta.

Podczas planowania działań związanych ze świątecznymi przesyłkami nie można zapomnieć także o określeniu optymalnego czasu na wysyłkę. Okres świąt charakteryzuje się znacznym wzrostem wolumenu przesyłek, należy to uwzględnić tak, by korespondencja w odpowiednim czasie dotarła do adresatów.

\*\*\*

***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:**

Paweł Skowron

e-mail: pawel.skowron@goodonepr.pl

tel.: +48 796 699 177