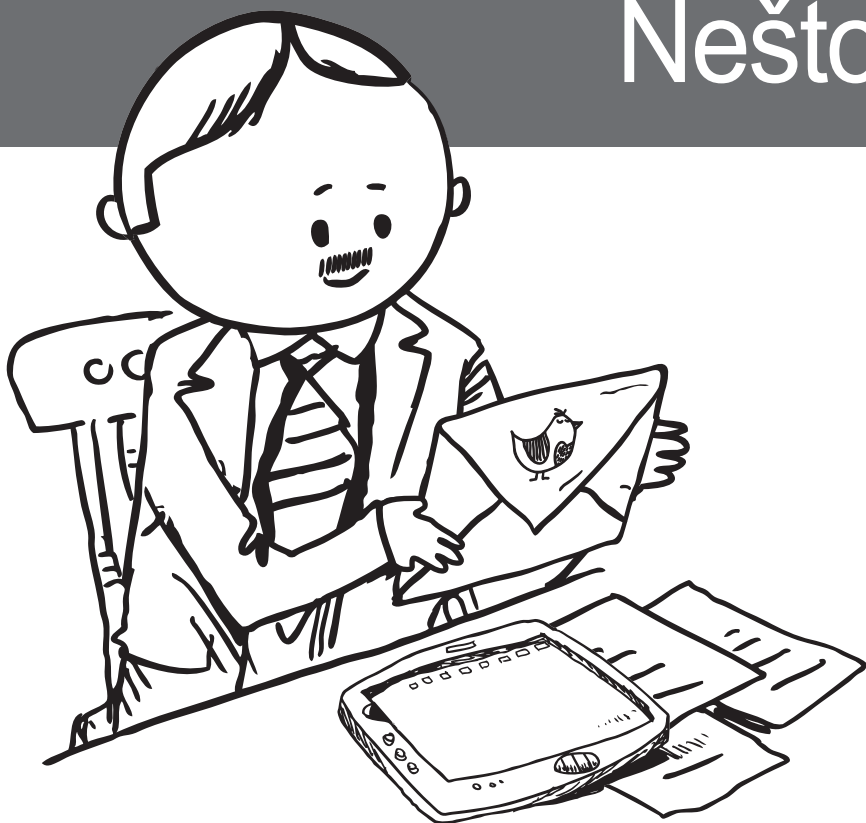


NIJE SVE VIRTUALNO.

Nešto je i stvarno.



HPpromo Provjerene usluge direktnog marketinga

Informacije, poruke, vijesti... i mnogo toga sličnog svakodnevno dopire do nas. Svi smo on-line, brzi, direktni, no ipak... često nam nedostaje ono – osobno, zar ne? Nedostaje nam izravni dodir s porukom, nešto što će nam možda reći i više od napisanog u samoj poruci.



Čitajući ovu brošuru možete saznati:

- zašto se i kako sve više poduzeća koristi poštanskim uslugama direktnog marketinga
- što pisanu (tiskanu) komunikaciju s tržištem čini tako žilavom i uspješnom, čak i u ovo on-line doba
- kako se pripremiti i na što obratiti pozornost kada planirate akciju direktnog marketinga
- u koje se svrhe, kada i kako koristiti poštanskim uslugama direktnog marketinga u različitim djelatnostima
- kako iskoristiti iskustvo i pomoć Hrvatske pošte u pripremi i provedbi akcija direktnog marketinga.

PREDNOSTI HPpromo USLUGA DIREKTOG MARKETINGA

1

Ciljane i izravne akcije prema vašim potrošačima i korisnicima

2

Diskretna i nenametljiva komunikacija uz mogućnost slanja materijalnih uzoraka

3

Povoljnije cijene

ONO ŠTO STE ODUVIJEK ŽELJELI ZNATI O DIREKTNOM MARKETINGU...A NISTE ZNALI KOGA PITATI!



NEADRESIRANA POŠTA

Neadresirana pošta je usluga koja vam omogućava masovnu i brzu distribuciju vaših tiskanih materijala.

Pošiljke ne treba ni adresirati – samo odaberite distribucijsko područje (dostavno područje poštanskog ureda, gradove, naselja, županije ili možda cijelu RH).

Ova je usluga idealna za pozive na prodajno mjesto, prodajne akcije ili za otvaranje novih prodajnih mjesta.

POTPUNA POKRIVENOST

Postignite najveću moguću pokrivenost svih kućanstava na vama zanimljivom području – neka baš svi budu obaviješteni!

DISTRIBUCIJA KAMO GOD ZAŽELITE (i pomoć u planiranju količina pošiljaka)

Vi birate područje i nakladu koja najbolje odgovara vašim potrebama bilo da je riječ o distribuciji u manjim naseljima, na otocima, u gusto naseljenim gradovima bilo na cjelokupnom području RH. Hrvatska pošta može vam pomoći u prijedlogu naklade svojim ažurnim podatcima o broju kućanstava na vama zanimljivom području.

IZVRSTAN ALAT ZA STVARANJE BAZE PODATAKA O POTROŠAČIMA

Pošiljke neadresirane pošte često sadržavaju kupone ili bonove za pogodnosti pri kupnji na prodajnom mjestu, kao i pošiljke s plaćenim odgovorom za prikupljanje osobnih podataka o potrošačima te stvaranje vlastitih baza podataka (za daljnje adresirano i personalizirano komuniciranje).

CJENOVNA FORMULA: ŠTO VIŠE – TO POVOLJNIJE!

U ponudi Hrvatske pošte neadresirana pošta je najpovoljnija usluga za distribuciju pošiljaka. Bez obzira na to je li riječ o dostavi na otocima ili u najgušće naseljenim gradovima, cijena ove usluge ostaje jednaka i transparentna. Cjenik ove usluge vodi se spomenutim i jednostavnim principom – što se više šalje, cijena usluge sve je niža.

! PREPORUČUJEMO



Geomarketing

Odaberite dostavna područja uz uslugu geomarketinga. Hrvatska pošta može vam pomoći i u definiranju naklade, odnosno količina pošiljaka, kao i u pronalaženju distribucijskih područja. Pritom se koristimo svojim saznanjima o značajkama područja na kojima obavljamo svakodnevnu dostavu te redovitim bilježenjem promjena u broju aktivnih kućanstava u naseljima u RH.



GEOMARKETING I ADRESNE LISTE PODUZEĆA

Upoznajte svoje tržište pomoću geomarketinge analize područja na kojem planirate distribuciju i ostvarite veće učinke svojim promotivnim akcijama uz pomoć neadresirane pošte.

SELEKTIRANA DOSTAVA NEADRESIRANE POŠTE – PUT DO VEĆEG ODZIVA

Uslugom geomarketinga omogućujemo vam da svoju neadresiranu poštu distribuirate prema detaljnim geografskim ili geomarketinge kriterijima. Ovom uslugom pošiljatelj neadresirane pošte može odabrati između jedne ili više vidljivih značajki objekata na područjima na kojima se obavlja dostava neadresirane pošte.

Tako, primjerice, možete izabrati sva kućanstva u odabranoj zoni ili polumjeru udaljenosti oko svojega prodajnog mjesta ili dostavu samo kućanstvima u obiteljskim kućama ili u stanovima ili dostavu pošiljaka samo u kućama za odmor (vikendicama), seoskim gospodarstvima, kućama s dvorištima i sličnim vizualnim obilježjima.

ADRESNE LISTE PODUZEĆA ZA POSLOVNI MARKETING

Komunicirate li s poslovnim tržištem, možemo vam pomoći u odabiru ciljane skupine odnosno definiranju liste poduzeća na određenom području, i to prema djelatnosti, veličini ili lokaciji poduzeća i sl.

"HELIKOPTERSKI" POGLED

Geomarketinge analiza područja s oznakama broja i tipa kućanstava, prikazom važnih ustanova i prometnica na području te u kombinaciji sa službenim demografskim podatcima često donosi nova saznanja ključna za uspješno planiranje marketinških i prodajnih kampanja te pozicioniranje prodajnih mjesta ili raspolaganje ukupnim logističkim kapacitetima.

MASOVNO, A CILJANO?

Upravo tako – izborom geomarketinge kriterija segmentirate tržište, a ciljane skupine sužavaju se i jasnije definiraju, što će još više pomoći da vaše ponude dospiju u prave ruke.

UŠTEDE U PRODUKCIJI I NA POŠTARINI (uz još češće akcije - kako?)

Optimalnom nakladom, uz manje troškove poštarine, otvara vam se mogućnost za frekventnije akcije i češću komunikaciju s čitateljima. Ovom osobinom multiplicira se učinak usluge neadresirane pošte, a čestim i „pamtljivim“ predstavljanjem vaša promotivna poruka ostaje u svijesti potrošača.



IZRAVNA POŠTA

Adresirane poštanske pošiljke promidžbenog sadržaja omogućavaju preciznu usmjerenost do razine identificiranog primatelja na određenoj adresi – tako će vaša poruka biti personalizirana i bliska čitatelju.

CILJANOST – ZAŠTO BAŠ NJIMA?

Fokus na ciljane skupine primatelja koji dijele zajedničke potrebe pomoći će vam i u oblikovanju vaših ponuda, koje se tako često transformiraju u poznati odgovor: "Ovo je baš ono što sam tražio."

PERSONALIZACIJA – DOKAZANA PRODAJNA TEHNIKA

Obratite se primateljima poimence, komunicirajte individualno – personalizacijom teksta stvarate čvrstu i trajnu vezu s primateljem vaše poruke.

PRILAGODLJIVOST – I OBLIK POŠILJKE KOMUNICIRA ZA VAS

Umjesto klasičnog pisma u omotnici upotrijebite i druge oblike tiskanih materijala, kao što su razglednice ili dopisnice, brošure ili plastične folije kao transparentne omote za čvršće sadržaje (npr. za kataloge). Pridodajte besplatne uzorke proizvoda, koji će upotpuniti dojam vaše poruke.

OPIPLJIVOST – DOJAM KROZ VIŠE OSJETILA

Posaljite poruku koja se može i opipati ili možda i omirisati. Spomenuti uzorci, bonovi i kuponi ostavit će uz poruku dojam stvarne vrijednosti i prilike koju se ne smije propustiti.

MJERLJIVOST UČINKA AKCIJA – BEZ "PRODAVANJA MAGLE"

Izravnom poštom možete točno izmjeriti svoje rezultate. Svi troškovi, kao što su dizajn i tisak pošiljaka te poštarina lako se mogu staviti „na vagu“ s primljenim narudžbama ili kuponima iz akcija izravne pošte. Manje količine izravne pošte često se prije početka glavne akcije šalju kao probe kako bi pošiljatelji osjetili „bilo“ primatelja i „izbrusili“ poruku koja će ostaviti najbolji dojam na čitatelja.

NIJE TEŠKO I NE TREBA PUNO...

Da biste počeli komunicirati s tržištem putem pošte, ne trebate biti stručnjak niti imati na raspolaganju veliki proračun. Već uz obično računalo i kućni pisac te malo mašte i vještine može se stvoriti pošiljka izravne pošte koja izgleda profesionalno i atraktivno.

NE ZABORAVITE NA INOZEMNA TRŽIŠTA (pogotovo ako ste u turističkom sektoru)

Izravnu poštu možete slati diljem svijeta i tako redovito informirati vaše goste ili korisnike o novostima u svojoj ponudi.

! PREPORUČUJEMO



Kreativna pošta

Napravite maštovit oblik za svoja pisma, dopisnice, brošure i pretvorite svoju izravnu poštu u kreativnu poštu. Tako će vaša poruka pobuditi još veću pozornost primatelja.

KREATIVNA POŠTA



Kreativna pošta je posebna kategorija izravne pošte namijenjena slanju vaših nezaboravnih pošiljaka maštovitih oblika.

Osmislite vlastiti oblik svoje pošiljke, a omotnica više nije potrebna. Sada možete poslati pošiljku u željenom obliku (primjerice, u obliku kuće, svojeg logotipa, automobila, svojeg proizvoda i sl.).

POŠILJKA S KARAKTEROM

Neuobičajeni oblik pošiljke sigurno će privući pozornost i duže se zadržati u primateljjevoj ruci.

MAŠTOVIT I UPOTREBLJIV PREDLOŽAK

Dizajn kreativne pošte često podrazumijeva i brojne detalje, kao što su stršeci oblici, kuke, prorezi, ovali ili drugi neobični oblici pošiljaka. Iskoristite mogućnosti koje nude oblici pošiljaka bez omotnice i dodajte im kakvo zabavno obilježje ili možda funkcionalnost.

UOČLJIVI DODATCI

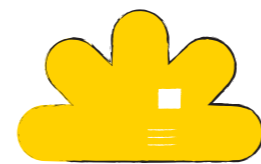
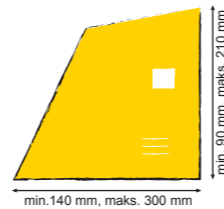
Pošiljke s plaćenim odgovorom, bonovi i kuponi s bar-kodom, kojima se prati učinkovitost i uspoređuju stope odgovora na "klasične" promotivne akcije odličan su dodatak ovim pošiljkama.

TEHNIČKI UVJETI ZA OBLIKOVANJE – NUŽNA ALI JEDNOSTAVNA PRAVILA

Zato što želimo da vaša pošiljka stigne sigurno i u izvornom obliku i u najudaljenija odredišta, pročitajte naše savjete za izradu oblika pošiljaka kreativne pošte.

PRIMJERI OBLIKA KREATIVNE POŠTE

Oblici koje savjetujemo:



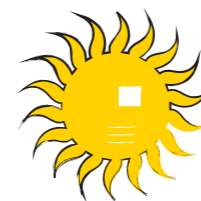
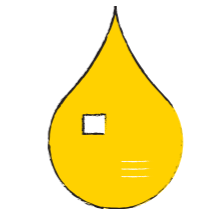
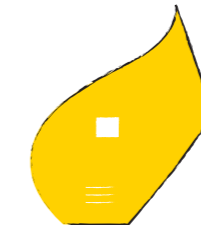
Najveća dopuštena visina (debljina) pošiljke je 20 mm. Bridovi pošiljaka spojeni su pod kutovima većim od 45 stupnjeva. Adresa primatelja paralelna je s najvećim ravnim bridom. Pošiljka je unutar dopuštenih dimenzija.

Pošiljka ima ravni brid s kojim je paralelno ispisana adresa i oznaka plaćene poštarine.

Pošiljka ima ravni (najveći) brid kojim je paralelno ispisana adresa i oznaka plaćene poštarine. Vršci pošiljke nisu previše istaknuti.

Iako je većinom nepravilnog oblika, pošiljka ima barem jedan ravni brid s kojim je paralelno ispisana adresa i oznaka plaćene poštarine.

Oblici koji ne savjetujemo:

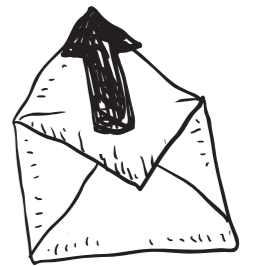


Bridovi pošiljke spojeni su pod kutem manjim od 45 stupnjeva. Adresa primatelja nije paralelna s najvećim ravnim bridom. Pošiljka je prevelikih dimenzija.

Pošiljka nema ravni brid ili su svi njeni bridovi nepravilni. Adresa i oznaka plaćene poštarine nisu postavljene paralelno.

Vršci pošiljke su previše istaknuti i pod kutem manjim od 45 stupnjeva. Pošiljka će se vjerojatno oštetiti u procesu rukovanja i prijevoza.

Pošiljka nema dovoljno površine za jasan izpis adrese i oznaku plaćene poštarine. vršci pošiljke su previše istaknuti ili su pod kutem manjim od 45 stupnjeva.



POŠILJKA S PLAĆENIM ODGOVOROM

(IBRS/CCRI) - alat za prikupljanje podataka od potrošača, zaprimanje narudžbi ili anketiranje

Zanima vas mišljenje vaših kupaca? Želite povratnu informaciju?

Pošiljke s plaćenim odgovorom zapravo su pisma i dopisnice s kojima jednostavno možete dobiti povratnu informaciju od svojih postojećih ili budućih korisnika.

BESPLATNO

Za pošiljatelja odgovor je besplatan, a vi plaćate poštarinu samo za količinu pristiglih odgovora, tj. pošiljaka.

DISKRETNO

Koristeći se pošiljkama s plaćenim odgovorom, čitateljima vaše poruke omogućavate jednostavan i diskretan odgovor. Prigoda za indirektni odgovor ili narudžbu (pismom, a ne, primjerice, telefonom) ohrabrit će čitatelja na reakciju i povećati učinkovitost vaše akcije. Ovakva pisma ili dopisnice pripremljeni za odgovor obično se nalaze u sadržaju pisma, časopisa, novina i sl.

OVA USLUGA PRUŽA VAM:

- alat za prikupljanje osobnih podataka o kupcima i stvaranje vlastite baze podataka
- mogućnost za istraživanje tržišta poštanskim anketama
- prikupljanje potpisanih formulara raznih ugovora
- prikupljanje narudžbi za kupnju.

BRZO I LAKO DO ODGOVORA

Pošiljke s plaćenim odgovorom uvelike olakšavaju komunikaciju što ih čini vrlo popularnom metodom za prikupljanje detaljnih i strukturiranih odgovora u pisanom obliku.

Ove se pošiljke mogu predati ako sklopite ugovor o obavljanju ove usluge te moraju odgovarati dimenzijama propisanim za pismo ili dopisnicu.

! PREPORUČUJEMO

Ako želite primati detaljne ili diskretne narudžbe od čitatelja, ovu uslugu kombinirajte s pošiljkom izravne pošte.

Veoma je dobar izbor i kao element sadržaja neadresirane pošte kada želite prikupljati podatke o potrošačima i tako stvarati svoju bazu podataka.

Pošiljka s plaćenim odgovorom prirodan je izbor i za poštanske ankete te različita istraživanja tržišta.

PET JEDNOSTAVNIH KORAKA DO VAŠIH KORISNIKA

1 KORAK

Budžet



“Koliko para, toliko muzike!”
Šalimo se – ne mora uvijek biti tako. Planirajte proračun. Budite sigurni kako ste na dobrim temeljima osmislili akciju direktnog marketinga. Kontrola troškova ovdje je lakša nego u akcijama klasičnog marketinga.

KAKO KONTROLIRATI TROŠKOVE I UŠTEDJETI?

- nabavite/unajmite adresne liste
- predvidite naknade za:
 - usluge dizajna/tekstera
 - tisak pošiljaka
 - probne otiske/preinake
 - poštarinu

KAKO DODATNO SMANJITI TROŠKOVE?

- odaberite adekvatnu pošiljku
- ne šalžite na neuručive ili neproverene adrese
- pravilno adresirajte svoje pošiljke
- redovito ažurirajte svoju bazu podataka

2 KORAK

Izbor vrste pošiljke



Pomoći ćemo vam da vaša pošiljka bude najbolji medij! :)

DOPISNICE/ RAZGLEDNICE

- izazivaju pozornost i pozitivnu reakciju (emociju)
- troškovno povoljne
- učinkovite za predstavljanje novih proizvoda i usluga
- mogu i same biti kuponi za akciju (koji se lako čuvaju).

PISMA

- mogućnosti detaljnijeg opisa ponude
- u zatvorenoj omotnici mogu sadržavati bonove, kupone, besplatne uzorke te pošiljke s plaćenim odgovorom.

BROŠURE I KATALOZI

- velike mogućnosti vizualne prezentacije ponude
- luksuzne izvedbe za posebne prigode.

LETCI I SELFMAILERI

- mogućnost velikih formata
- selfmaileri nemaju omotnicu (nema troška kuvertiranja)
- idealni za podsjetnike o skorim akcijama.

KREATIVNA POŠTA (oblici pošiljaka neobičajnih formata)

- ostavlja snažan dojam
- za vlastiti i prepoznatljiv oblik i dizajn pošiljke
- omotnica nije nužna.

POŠILJKA S PLAĆENIM ODGOVOROM

- može biti kao pismo ili kao dopisnica (besplatna za onoga koji šalje odgovor)
- idealna za prikupljanje podataka, narudžbenice ili ankete
- poštarina se plaća samo za pošiljke vraćene pošiljatelju.

BESPLATNI UZORAK

- donosi novu dimenziju poruke (opip, miris – stvaran doživljaj)
- šalje se kao element sadržaja pošiljaka izravne, kreativne ili neadresirane pošte
- učinkovit za predstavljanje novih proizvoda.



3 KORAK

Stvaranje Poruke



ZNATE ŠTO, NO PITATE SE KAKO!
Savjeti za stvaranje privlačnih i učinkovitih promotivnih poruka

Prije svega zapamtite i uvijek imajte na umu: **vi ne stvarate samo pošiljku – vi stvarate priliku!**

Osoba koja primi vašu pošiljku treba pomisliti ili osjetiti da joj baš vaša ponuda uistinu i treba.

ZA DOBRU PROMOTIVNU PORUKU:

- odmah na početku istaknite najvažniju korist svojeg proizvoda ili usluge
- personalizirajte poruku, kao da ju šalje prijatelj (zamislite da ste čitatelj poruke)
- nastavite s nabranjanjem najvažnije i ostalih koristi kao rješenja problema i potreba čitatelja (kao netko tko poznaje probleme čitatelja i zna kako mu pomoći)
- dodajte privlačne fotografije koje opisuju i potkrepljuju vaše izjave
- ponudite dodatne uštede ili koristi koje nisu uočljive na prvi pogled
- ako je to u skladu s naravi poruke, istaknite da je ponuda idealna i kao dar
- “zadajte” rok do kojeg vrijedi ponuda i pozovite na akciju!



4 KORAK

Dizajn



LIJEPA&PAMETNA
Učinite to tako da vas zapaze!

Prijedlog smjernica kod dizajniranja:

- izgled poruke neka bude jednostavan i svima jasan
- stavite samo jedan naslov po stranici
- tipografiju svedite na jednu, maksimalno dvije inačice
- istaknite i slovima prednosti svojeg proizvoda
- atraktivna fotografija može učiniti pravu stvar!
- poziv na akciju neka bude jasan
- istaknite koristi svojeg proizvoda ili usluge.



5 KORAK

Slanje pošiljaka



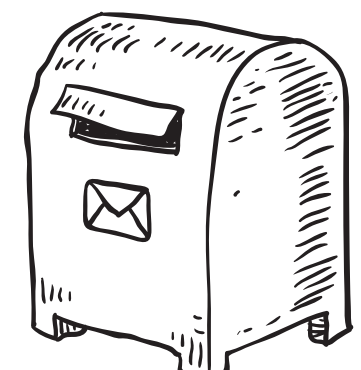
“Na pravom mjestu u pravo vrijeme.” Otisnute pošiljke šalžite na vrijeme!

Bilo da predajete svoju pošiljku u poštanskom uredu bilo u našim sortirnim centrima (sortirnicama), naši djelatnici uvijek će vam pomoći.

Sklopite s nama ugovor o distribuciji svojih pošiljaka i ostvarite niz ušteda.

Sklopanjem ugovora za obavljanje poštanskih usluga sebi ne stvarate nikakve obveze, a možete ostvariti niz dodatnih pogodnosti, npr. preuzimanje vaših pošiljaka, brža obrada u prijmu, plaćanje s odgodom ili usluge dodane vrijednosti, kao što su:

- geomarketingška analiza
- korekcija adresa iz vaših adresnih lista
- tisak i kuvertiranje pošiljaka
- preuzimanje većih količina pošiljaka na dogovorenom mjestu i u dogovoreno vrijeme
- evidencija neuručenih pošiljaka
- izvještavanje o statusu distribucije.



Pomognite nam da vam pomognemo!

Poštovani!

Nadamo se da ste pregledali brošuru kojom smo vam ukratko predstavili mogućnosti što ih imate na raspolaganju uz pomoć naših **HPpromo usluga DIREKTOG MARKETINGA**. *I najduži put uvijek počinje prvim korakom*, kaže stara kineska poslovica – stoga ne dopustite da vas mogući problemi s prvim koracima obeshrabre ili čak odbiju od služenja direktnim marketingom. Kako biste premostili moguće početne probleme, na kraju se osvrćemo na nekoliko uobičajenih prepreka u pripremi akcija direktnog marketinga te vam donosimo naše prijedloge za njihovo rješavanje. Počnimo redom!

1. PROBLEM: "Ne poznajem svoje tržište, nemam identificirane ciljane skupine i ne znam kome slati svoje pošiljke."

RJEŠENJE : Pokušajte kupiti ili unajmiti liste primatelja kojima ćete slati svoje pošiljke. Obratite se brokerima zbirki podataka ili se udružite u partnerski odnos s poduzećima koja imaju vlastite baze podataka (primjerice, lokalna komunalna ili telekomunikacijska poduzeća) te priključite svoju poruku njihovim pošiljkama. Rabite vlastitu arhivu izdanih računa i tako oblikujte liste prošlih kupaca, korisnika ili gostiju (kupce možete klasificirati prema mnoštvu kriterija). Ako se odlučite za stvaranje vlastite baze podataka, registrirajte zbirku podataka u Agenciji za zaštitu osobnih podataka (AZOP) i počnite s prikupljanjem. Hrvatska pošta može vam pomoći uslugom **geomarketinga** u temeljnim geomarketinškim i demografskim analizama područja koja vas zanimaju. Potom možete uz pomoć **neadresirane pošte i pošiljaka s plaćenim odgovorom** početi s prikupljanjem osobnih podataka o svojim potrošačima. Ako ste usmjereni na poslovni marketing i poslovne korisnike, možemo vam ponuditi uslugu **izravne pošte i adresne liste poduzeća** prema djelatnostima, koja vas interesiraju, i to besplatno!

2. PROBLEM: "Imam dobar proizvod/uslugu, ali ne znam kako napisati privlačnu ponudu, nemam iskustva u pisanju, a ni previše sredstava za ovakve usluge."

RJEŠENJE: Tko bolje od vas poznaje vaš proizvod ili uslugu? Ako nemate sredstava za usluge profesionalnog tekstopisca, ne preostaje vam ništa drugo nego da se pouzdate u vlastite snage. Predložimo vam da "domaću zadaću" počnete malim "terenskim izvidom" – proučite ponude direktnog marketinga koje vam povremeno stižu poštom ili e-poštom, izaberite one koje su na vas ostavile najbolji dojam i pokušajte napisati nešto slično. U svakom dobrom tekstu direktne ponude vjerojatno ćete primijetiti barem tri prepoznatljiva elementa: 1) u naslovu istaknutu najvažniju korist, 2) personalizirani tekst (oslovljavanje imena primatelja u adresi, naslovu i tekstu ponude) i 3) poziv na akciju (obično uz rok do kojeg vrijedi ponuda, poziv na narudžbu poštom ili telefonom ili na posjet internetskoj stranici). Kada sastavite tekst ponude, obvezno ga provjerite sa suradnicima dok ne pronađete inačicu koja svima "zvuči" najbolje – testiranje je ključan dio pripreme akcije direktnog marketinga i nemojte ga preskočiti!

3. PROBLEM: "Ne znam kako dizajnirati sadržaj tako da izgleda lijepo i 'zapne za oko'."

RJEŠENJE: Dizajnerske usluge i nisu tako skupe i ako si ih možete priuštiti, svakako preporučujemo usluge profesionalnog dizajnera. Otkrit ćete da će vam ovaj potez svakako biti mudra investicija ne samo za jednu nego i za vaše buduće akcije direktne pošte. Uostalom, nije bez razloga uvijek aktualna ona stara uzrečica: *slika govori tisuću riječi*. Ako pak ne raspoložete dovoljnim sredstvima za profesionalno kreativno oblikovanje svoje ponude, ne odustajte, nego pokušajte sami i počnite jednostavnijim rješenjima. Iznenadili biste se kolike sve mogućnosti za izradu i pripremu za tisak nude računalne aplikacije s kojima se svakodnevno služimo. Na raspolaganju su vam jednostavni alati za računalno dizajniranje i obradu fotografija, već unaprijed pripremljeni uzorci za dizajniranje na uobičajenim formatima i oblicima letaka ili brošura i sl. Ne ustručavajte se i sami fotografirati situacije koje vjerno opisuju korištenje vašeg proizvoda ili usluge i iskoristite one najuspjelije. Samo hrabro ☺ – ovo će vam iskustvo sigurno pomoći.



Slobodno nam se obratite imate li pitanja ili kakvih nejasnoća. Ako ste već zamislili neku akciju i imate pitanja ili jednostavno želite zakazati sastanak i istražiti dodatne mogućnosti, molimo vas da popunite jednostavni i neobvezujući informativni formular na našoj internetskoj stranici www.posta.hr/poslovni-korisnici-direktni-kontakt

ili nas nazovite na tel. brojeve:

- 01 4981 047 (Sektor prodaje Hrvatske pošte)
- 072 303 304 (Kontaktni centar Hrvatske pošte).

Cijene naših usluga provjerite na:

www.posta.hr/pomo-i-informacije/pravilnici-i-cjenici

Vaša Hrvatska pošta

 Hrvatska pošta