

שירות מספר 6 - הדפסה על פריטים של הלקוח

1. מהות השירות

1.1. מתן שירותי הדפסת שם השולח, מען או סמליל (לוגו) וכל מידע אחר מטעמו של הלקוח על פריטים של הלקוח, או על מוצרי המכירה של החברה, ולאחר מכן טיפול בהפצת דברי הדואר הנושאים את ההדפסה, ככל שהלקוח בחר לעשות זאת.

1.2. ההדפסה תיעשה על מוצרים כגון: מעטפות לסוגיהן, ניירות כתיבה (ניירות פירמה), אריזות, גלויות, כרטיסי ביקור, כרטיסי ברכה, ניירת לניהול חשבונות וכד', על פי בקשת הלקוח.

1.3. [-----].

1.4. כדאיות השירות:

1.4.1. **ללקוח:** השירות יהווה מוצר משלים למוצרים אותם מוכרת החברה, ויספק חבילת שירותים מלאה ללקוח בתחום הניירת המשרדית, תוך יצירת תהליך פשוט ונוח בקבלת שירות מלא בנקודת מכירה אחת.

1.4.2. **לדואר ישראל:** השירות המלא יאפשר הגדלת הכנסות וחדירה לפלחי שוק הנדרשים לשירות המלא, ומעדיפים לרכז את רכישת מוצרי הניירת המרכזית בנקודת מכירה אחת.

2. תיאור השוק

2.1. על פי הערכות בענף, נמכרות בשנה כ-600 מיליון מעטפות, בהיקף כספי של כ-90 מיליון ₪, וכמות דומה של ניירות פירמה.

2.2. [-----].

2.3. [-----].

2.4. דווקא מקומם של מוצרים נוספים עליהם מבוצעות הדפסות, כגון כרטיסי ביקור, גלויות פרסום, עולה בצורה משמעותית.

2.5. [-----].

מתחרים

2.6.1. השחקנים הכמעט בלעדיים בשוק הם בתי הדפוס, [-----].

2.6.2. רשתות השיווק הגדולות, כגון "אופיס דיפו", "קרביץ" וכד', והספקים באינטרנט, כגון "משרדיה", משמשים כמתווכים בין הלקוח לבין בתי דפוס, ומהווים מרכיב קטן בלבד בענף.

2.6.3. מחירי המתחרים הינם בעלי שונות גבוהה. חלקם מציעים תעריפים גבוהים משל דואר ישראל, וחלקם - נמוכים יותר. לאור ריבוי המתחרים והתחרות הרבה בענף, לא ניתן למפות את רמות המחירים.

2.6.4. התחרות בענף גורמת לבתי הדפוס לתפור מחירים ללקוח פר עיסקה, ולעתים, להציע מחירים בעלי מתח רווחים נמוך ביותר, ובלבד לקיים את העיסקה, ולשמור על הלקוח.

2.7 קהל היעד

2.7.1. קהל היעד של דואר ישראל הינו העסקים הקטנים והבינוניים :

2.7.2. משרדים, עורכי דין, רואי חשבון, בתי ספר, מוסדות, מפעלים קטנים ובינוניים, בעלי מקצועות חופשיים, ומלכ"רים כגון ארגונים ציבוריים, מתנ"סים, ישיבות, וכד', [-----].

2.7.3. [-----].

2.7.4. [-----].

3. מתווה השירות

3.1. [-----].

3.2. השירות יינתן בידי יחידות הדואר או ישירות במוקד ההזמנות הטלפוני - "ישיר למשרד" שבשה"ם.

3.3. במקרים בהם יינתן השירות ביחידות הדואר : האשנבאים ייזמו את הצעת השירות, ובמקרה של היענות מצד הלקוח, הוא יופנה אל מנהל הסניף. המנהל יקבל מהלקוח את פרטי ההזמנה הנדרשים ויעבירה למוקד שה"ם להמשך טיפול (במקרים מסוימים, התלויים בעיקר במידת היוזמה של המנהל, תינתן הצעת מחיר לשירות כבר על ידו). באופן רגיל, השירות ביחידות הדואר יושלם עם העברת הנתונים למוקד שה"ם. מנהל יחידת הדואר ימשיך לעקוב אחר שלבי הביצוע של ההזמנה, עד מסירת המעטפות ללקוח.

3.4. ההזמנה תתקבל באמצעות מוקד "ישיר למשרד" שבשה"ם. בעת ההזמנה תתקבל מהלקוח דוגמת הדפסה. על פי בקשת הלקוח, יכלול השירות בניית סמליל או מלל אחר, בתוספת תשלום.

3.5. במוקד יירשמו פרטי ההזמנה הכוללים : שם לקוח, שם איש קשר, מספר טלפון ופקס, כתובת ופרטי המוצרים המבוקשים.

3.6. המוקד יעביר הצעת מחיר מדוייקת ולאחר אישורה בידי הלקוח, יגבה את התשלום בעבור הרכישה ויעביר את החומר לבית הדפוס.

3.7. בית הדפוס יבצע הדפסה לדוגמא וזו תועבר, באמצעות מוקד "ישיר למשרד", לאישור הלקוח. עם קבלת חתימתו ואישורו, תיעשה ההדפסה על המוצרים המוזמנים, והללו יישלחו אל מען הלקוח.

3.8. פעילות השירות נמשכת, כאמור, מספר ימים, באמצעות מוקד "ישיר למשרד", וכחלק מפעילותו השוטפת.

3.9 מוקד שירות וטיפול בפניות ציבור :

3.9.1. מוקד שה"ם, המהווה את מוקד ההזמנות לשירות כולו, מהווה גם מוקד שירות וטיפול בפניות הלקוחות.

3.9.2. מרגע הגעת הזמנה מאת לקוח למוקד, מלווה אותו המוקד עד קבלת המוצר, בבית הלקוח לשביעות רצונו.

3.9.3. במסגרת זו כל שאלה, בקשה, או תלונה, מטופלות ישירות במוקד.

4. השפעת האספקה של השירות על שירותים אחרים

4.1. אספקת השירות תורמת למכירת שירותים אחרים - מכירת מעטפות ומוצרי נייר אחרים, בהיותו שירות משלים להם.

4.2. הלקוח מצפה לקבל חבילת שירותים מלאה הכוללת מוצרי נייר והדפסת סמליל (לוגו) החברה עליהם, ולפיכך אי מתן השירות עלול לגרום להפחתה בשימוש בשירותי החברה.

4.3. עצם מתן השירות בסניפים, אינו פוגע בשירותים האחרים מאחר שגוּזל משאבים מועטים בלבד במונחי זמן, עבודה וכסף.

4.4. עיקר הפעילות נעשית במוקד ייעודי, שמהותו מתן שירות מלא וכולל ללקוח בתחום הזמנת מוצרי נייר משרדית.

5. אומדן של העלויות הכרוכות בפיתוח השירות ובאספקתו

5.1. לדואר ישראל לא תהיינה עלויות פיתוח למתן השירות. החברה מהווה מתווך בין הלקוח לבין בתי דפוס (אשר נבחרו במכרזים פתוחים).

5.2. לפיכך, העלויות הכרוכות במתן השירות הינן הפעלת מוקד "ישיר למשרד", וכוללות עבודה במוקד שה"ם: העברת דוגמאות הדפסה לבית הדפוס ואישורן, ועלויות משרדיות שוליות (העברת פקסים). את עלות ההדפסה משלם הלקוח.

5.3. פעולת התיווך תיעשה במסגרת פעולת מכירת המעטפות / ניירות הכתיבה ללקוח.

6. אומדן של תעריף השירות

6.1. מחיר השירות לצרכן יהיה על פי מחירי השוק של הדפסות, [-----]

7. ארגוני דואר זרים בהם מסופק השירות ומתכונת אספקתו

7.1. שירותים דומים ניתנים ביפן, גרמניה, אנגליה.