

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera

Nabídka služeb obchodním zástupcem – vzor nabídky

Adéla Drábková

Bakalářská práce

2010

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera
Akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Adéla DRÁBKOVÁ**
Osobní číslo: **D07200**
Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**
Studijní obor: **Management, marketing a logistika ve spojích**
Název tématu: **Nabídka služeb obchodním zástupcem - vzor nabídky**
Zadávací katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Úvod


1. Charakteristika služeb
2. Analýza nabízených služeb České pošty, s. p.
3. Návrh na zlepšení nabídky služeb České pošty, s. p.

Závěr

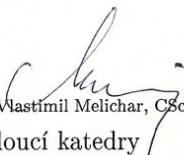
Rozsah grafických prací: **dle doporučení vedoucí**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:
dle pokynů vedoucí práce

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Eva Zákorová, Ph.D.**
Katedra dopravního managementu, marketingu
a logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **30. listopadu 2009**
Termín odevzdání bakalářské práce: **31. května 2010**


prof. Ing. Bohumil Culek, CSc.
děkan

L.S.


prof. Ing. Vlastimil Melichar, CSc.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2009

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 26. května 2010

Adéla Drábková

Poděkování.

Ráda bych poděkovala vedoucí bakalářské práce Ing. Evě Zákorové, Ph. D. za její odborné vedení, rady, připomínky a ochotu.

Anotace

Bakalářská práce se zaměřuje na nabídku služeb České pošty, s. p. obchodním zástupcem. V práci jsou analyzovány poskytované služby České pošty, s. p., které zákazníci nejčastěji využívají a jejich komparace se službami konkurenčních společností. Dále popisuje postup tvorby a realizace nabídky služeb České pošty, s. p., které obchodní zástupce nabízí jednotlivým zákazníkům.

Klíčová slova

Česká pošta, s. p., služby, konkurence, zákazník, nabídka, obchodní zástupce, kvalita, cena, poštovní trh

Title

The Offer of Services by Salesperson - an Example of the Offer

Annotation

The bachelor thesis is focused on the offer of services of Česká pošta, s. p. made by a salesperson. The thesis provides the reader with the analysis of services of Česká pošta, s. p. which are most often used by customers, and comparison of those services with services of other rival companies. The thesis describes the process of creation and realization of the offer of services of Česká pošta, s. p., which are offered to individual customers by salespeople.

Keywords

Česká pošta, s. p., services, competition, customer, offer, salesperson, quality, price, post market.

Obsah

Úvod	9
1 Charakteristika služeb	10
1.1 Klasifikace služeb	10
1.1.1 Odvětvové třídění služeb	10
1.1.2 Tržní versus netržní služby	11
1.1.3 Služby pro spotřebitele a služby pro organizace.....	11
1.1.4 Klasifikace služeb podle trhu kupujícího.....	12
1.2 Mix služeb.....	13
1.3 Charakteristiky služeb.....	14
1.3.1 Nehmatatelnost	14
1.3.2 Nedělitelnost	14
1.3.3 Proměnlivost	15
1.3.4 Pomíjivost	15
1.4 Marketingové strategie firem v odvětví služeb.....	16
1.5 Kvalita služeb	17
1.6 Poštovní služby	18
2 Analýza nabízených služeb České pošty, s. p.	20
2.1 Vybrané služby České pošty, s. p.	20
2.1.1 Listovní zásilky	21
2.1.2 Balíky	24
2.1.3 Propagační a tiskové zásilky	29
2.1.4 E-sloužby	32
2.1.5 Hybridní pošta.....	33

2.1.6	Služby Czech POINT.....	34
2.1.7	Doplňkové služby	36
2.1.8	Ostatní doplňkové služby.....	38
2.2	Služby České pošty, s. p. v porovnání s konkurencí.....	39
2.2.1	Komparace expresních služeb ČP a DHL.....	39
2.2.2	Komparace služeb pro distribuci adresných a neadresných zásilek ČP a Mediaservis.....	41
2.3	Počet smluvních zákazníků v Brně.....	44
3	Návrh na zlepšení nabídky služeb České pošty, s. p.	47
3.1	Nabídka služeb České pošty, s. p. v Brně.....	47
3.2	Obchodní návštěvy u zákazníků	50
3.3	Návrh na zlepšení nabídky služeb v Brně.....	51
3.4	Vzor nabídky.....	54
	Závěr.....	62
	Seznam použité literatury	64
	Seznam tabulek.....	65
	Seznam obrázků.....	66
	Seznam zkratk.....	67
	Seznam příloh	68

Úvod

Česká pošta, s. p. je největším poskytovatelem poštovních služeb s dlouholetou tradicí a silnou pozicí na českém trhu.

Trh poštovních služeb v České republice prochází v současné době postupnou liberalizací, tedy zpřístupněním trhu poštovních služeb pro konkurenci. K plné liberalizaci by v České republice mělo dojít nejpozději do konce roku 2013.

Plná konkurence již existuje na balíkovém trhu, trhu expresních a kurýrních služeb, ale i trhu listovních zásilek u doručování zásilek těžších 50 g nebo dražších než 18 Kč. České poště, s. p. (dále jen ČP) konkurují nadnárodní giganty jako je DHL, TNT nebo UPS, ale i místní firmy jako je Messenger, Mediaservis nebo Sprinter.

Vlivem stále rostoucí konkurence jsou na kvalitu poskytování služeb ČP kladeny stále větší nároky. Aby ČP obstála v konkurenčním prostředí, měli by se obchodní zástupci ČP zaměřit na poskytování nabídky služeb zákazníkům tak, aby kvalita poskytovaných služeb byla adekvátní její ceně a současně pro zákazníky přijatelná a ti neměli důvod přecházet ke konkurenci, ale zároveň také aby byla ČP schopna získávat i nové klienty, a to i takové klienty, kteří využívají služeb konkurence.

Se stále se zvětšujícím rozvojem internetových služeb je pro zákazníky snazší zjistit si, jaká je nabídka dalších poskytovatelů služeb na poštovním trhu a srovnat ji tak s nabídkou ČP.

Cílem práce bude analýza poskytovaných služeb ČP, které zákazníci nejčastěji využívají a jejich porovnání se službami nabízenými konkurenčními společnostmi. Dále bude popsán postup tvorby a realizace nabídky služeb ČP spolu s návrhem na jeho zlepšení. Práce bude zaměřena na lokalitu Brno.

1 Charakteristika služeb

Nárůst významu služeb a jejich prudký rozvoj je celosvětovým trendem v současném hospodářství. V dřívějším období byl prodej zboží doprovázen nabídkou služeb, v současnosti je tomu naopak a nabídka služeb je doprovázena hmotným zbožím.

Ekonomové Kotler a Keller definují službu následovně: „*Služba je jakýkoliv akt nebo výkon, který může jedna strana nabídnout jiné straně a který je svojí podstatou nehmotný a nevede ke změně vlastnictví čehokoliv. Příprava služby může, ale nemusí, být spojena s fyzickým výrobkem.*“ [1, s. 440]

1.1 Klasifikace služeb

Sektor služeb je velice rozsáhlý. Představuje mnoho různých činností, a to od jednoduchých procesů až po složité operace, které jsou řízeny počítači. Protože je sektor služeb velice různorodý, je vhodné služby podle jejich charakteristických vlastností začlenit do několika kategorií.

1.1.1 Odvětvové třídění služeb

Základní klasifikace služeb podle ekonomů Foota a Hatta, rozděluje služby na *terciální, kvartérní a kvintérní*.

Do *terciálních* služeb můžeme zařadit například služby spočívající v činnostech restaurací, hotelů, holičství, kadeřnictví, kosmetických služeb, prádelen a čistíren, oprav a údržby domácích přístrojů a domácností, rukodělné a řemeslnické práce, a další služby, které se dříve prováděly doma.

Pro *kvartérní* služby je charakteristické usnadňování, rozdělování činností a tím i zefektivnění práce. Příkladem kvartérních služeb mohou být: doprava, obchod, komunikace, finance a správa.

Služby *kvinterní* představují rozvojové služby, které určitým způsobem zdokonalují své příjemce, a jsou to například služby zdravotní péče, vzdělávání, kultura a sport.

1.1.2 Tržní versus netržní služby

Tržní služby představují služby, které lze směnit na trhu za peníze na rozdíl od služeb netržních, jež v důsledku sociálního a ekonomického prostředí představují výhody, které je lze klasifikovat pomocí odpovídajících mechanismů.

Do netržních služeb patří všechny služby veřejné, které produkuje vláda a místní správa nebo neziskové organizace. Za veřejné služby se nehradí žádné poplatky, případně uživatelé, kteří těchto služeb využívají, platí ceny, které jsou dotované státem. Z možnosti užívání veřejných služeb nemůžou být vyloučeny osoby či skupiny osob, neboť není možné účtovat např. obyvateli obce či města poplatky za veřejné osvětlení. Spotřeba veřejných služeb se tedy tak stává nedělitelnou.

Mezi veřejné služby řadíme státní správu, bezpečnost, obranu, požární ochranu, zdravotnictví, školství, justiční služby apod. Užíváním služeb se množství většiny služeb nemění, ale v případě, že se zvyšuje množství uživatelů, může klesat kvalita těchto služeb.

Zařazení služeb do kategorie tržních či netržních služeb závisí jednak na ekonomickém, sociálním, technologickém, ale dále pak i na politickém prostředí. V jednom odvětví vedle sebe mohou existovat tržní služby a zároveň služby netržní. Příkladem může být například zdravotnictví, ve kterém fungují zdravotnická zařízení jak soukromá, tak i veřejná.

1.1.3 Služby pro spotřebitele a služby pro organizace

Služby pro spotřebitele jsou poskytovány jednotlivcům a domácnostem, kteří službu využívají pro svůj vlastní užitek. Z využití spotřebitelské služby obvykle neplyne žádná další ekonomická výhoda, když příkladem těchto služeb je holičství a kadeřnictví, služby hotelů a restaurací, prádelen a čistíren, apod.

Služby pro organizace jsou poskytovány podnikům a dalším organizacím a obvykle slouží k vytvoření dalších ekonomických užitků.

Většina služeb je pak využívána jak spotřebiteli, tak i organizacemi, jedná se například o dopravní služby, obchodní a finanční služby, telekomunikační a poštovní služby.

1.1.4 Klasifikace služeb podle trhu kupujícího

Klasifikace služeb podle trhu kupujícího zohledňuje postavení zákazníka, jakožto kupujícího, služby podle:

- druhu trhu,
- způsobu koupě,
- motivace.

Podle druhu trhu rozeznáváme:

- spotřebitelský trh (kadeřnictví, solárium),
- služby pro výrobní spotřebu (technické zkušebny, laboratoře),
- vládní trh (policie, hasiči),
- zemědělský trh (plodinová burza).

Podle způsobu koupě rozeznáváme:

- služby běžné potřeby (maloobchodní služby),
- speciální služby (plastické operace),
- nevyhledávané služby (pohřební služby).

Podle motivace je služba:

- prostředkem k získání něčeho, tedy jako jsou bankovní služby, poštovní služby,
- cílem sama o sobě, příkladem, kdy je služba cílem sama o sobě, jsou hotelové služby. [2]

1.2 Mix služeb

Celkové nabídky společností se často skládají z hmotných produktů, ale právě i ze služeb. Podle podílu hmotných produktů a služeb na celkové nabídce společnosti, rozlišujeme pět kategorií nabídek:

1. nabídka tvořená pouze hmotnými produkty,
2. nabídka tvořená hmotnými produkty, které jsou doprovázeny službou,
3. hybridní nabídka, kde hmotné produkty a služby mají na nabídce společnosti stejný podíl,
4. nabídka tvořená hlavní službou, která je doprovázena drobnými službami nebo hmotnými produkty,
5. nabídka tvořená pouze službou.

Služby mohou být založeny na zařízení nebo na lidech. Služby založené na lidech mohou být poskytovány nekvalifikovanými, kvalifikovanými nebo profesionálními pracovníky. Poskytovatelé služeb si mohou vybrat mezi různými procesy, kterými budou poskytovat své služby. Některé služby vyžadují přítomnost zákazníků.

„Služby se liší podle toho, zda naplňují osobní potřebu (osobní služby) nebo firemní potřebu (firemní služby). Poskytovatelé služeb obvykle vytvářejí rozdílné marketingové programy pro osobní a firemní trhy.“ [1, s. 442]

Protože služby mívají obvykle vysokou míru předností, které může kupující vyhodnotit po koupi, a předností založených na důvěře, které jsou pro zákazníka obtížně vyhodnotitelné i po spotřebě služby, existuje při jejich nákupu větší riziko, z něhož plynou následující důsledky:

- spotřebitelé služeb se spíše spoléhají na doporučení známých než na reklamu,
- při posuzování kvality se řídí především cenou a dojmem ze zaměstnanců,
- jsou věrní poskytovatelům služeb, kteří je jsou schopni plně uspokojit,
- vzhledem k nákladům na přechod k jinému poskytovateli služeb zde existuje značná netečnost spotřebitelů. [1]

1.3 Charakteristiky služeb

Mezi čtyři hlavní charakteristiky, které nejvíce ovlivňují návrhy marketingových programů, patří:

- nehmatatelnost,
- nedělitelnost,
- proměnlivost,
- pomíjivost.

1.3.1 Nehmatatelnost

Služby nelze před jejich koupí zhodnotit žádným fyzickým smyslem, proto zákazníci hledají důkaz kvality služby. Kvalitu služby pak hodnotí podle místa, lidského faktoru, vybavenosti, komunikačního materiálu, symbolů a cen, které vidí. Proto se poskytovatelé služeb snaží dodávat abstraktním nabídkám fyzické důkazy a symboliku.

Společnosti poskytující služby demonstrují kvalitu svých služeb prostřednictvím fyzických důkazů a prezentací, čehož mohou dosáhnout pomocí marketingových nástrojů (místa, lidského faktoru, vybavení, komunikačních materiálů, symbolů, cen).

1.3.2 Nedělitelnost

Na rozdíl od hmotných produktů, které jsou nejprve vyrobeny, uloženy do skladu, distribuovány prostřednictvím celé řady zprostředkovatelů a teprve poté spotřebovány, jsou služby obvykle vytvářeny a spotřebovány zároveň, proto je poskytovatel služeb jejich součástí a zákazník se pak poskytování služeb současně i účastní.

S ohledem na účast zákazníka při poskytování služby, je interakce mezi poskytovatelem a zákazníkem zvláštním rysem marketingu služeb. Poskytovatele služby lze v některých případech nahradit strojem, avšak i v tomto případě dochází k interakci mezi zákazníkem a poskytovatelem služby.

Zákazník obvykle nemusí být přítomen po celou dobu poskytování služby, např. v případě využití služeb právních zástupců, nemusí být jejich klient přítomen při projednávání jeho případu. Některé služby však přítomnost zákazníka vyžadují, např. lékař nemůže ošetřit pacienta bez jeho přítomnosti.

Poskytovatel služeb musí reagovat snahou oddělit produkci a spotřebu služby, zdokonalovat systémy dodávky služby (využitím prodejních automatů, rezervačních systémů, bankomatů, apod.), naučit se pracovat s většími skupinami.

1.3.3 Proměnlivost

Služby jsou velmi proměnlivé, protože závisejí na mnoha faktorech a to kdo je poskytuje, kdy jsou poskytovány a zároveň i kde jsou poskytovány. Zákazníci si pak tuto proměnlivost uvědomují, a proto se před výběrem poskytovatele služby poradí s jinými lidmi, aby byli srozuměni např. s kvalitou služby apod.

Poskytovatelé služeb mohou pro zvýšení kontroly kvality podniknout následující tři kroky:

1. **investovat do dobrých postupů získávání správných zaměstnanců a jejich zaučování**, nezávisle na tom, zda jsou vysoce kvalifikovaní profesionálové nebo nekvalifikovaní pracovníci,
2. **standardizovat proces výkonu služby napříč celou společností přípravou plánu služeb**, který ukazuje události a procesy ve vývojovém diagramu, s cílem rozpoznat místa potenciálního selhání,
3. **monitorovat spokojenost zákazníků** využitím systémů přání a stížností, výzkumů zákazníků a srovnávání nakupování. [1]

1.3.4 Pomíjivost

Protože jsou služby nehmatatelné, nelze je skladovat. Je-li poptávka stálá, není pomíjivost pro poskytovatele služeb problémem, avšak jestliže poptávka kolísá, začnou mít

poskytovatelé služeb problémy. Existuje proto právě několik strategií pro sladění poptávky a nabídky poskytovatele služeb.

Strategie na straně poptávky spočívá v následujícím:

- přesunout část poptávky z času, kdy je poptávka po službě největší, do doby, kdy je poptávka po službě nízká, pomocí cenové diferenciace,
- vytvářet poptávku v době, kdy je poptávka po službě nízká,
- pomocí komplementárních služeb vytvořit alternativu pro čekající zákazníky,
- řídit úroveň poptávky pomocí rezervačních systémů. [1]

Strategie na straně nabídky zahrnuje:

- přijetí zaměstnanců na částečný pracovní úvazek na pokrytí poptávky ve špičkách,
- zvýšení efektivity v době, kdy je poptávka po službě největší tím, že zaměstnanci vykonávají v oné době pouze základní úkoly,
- zvýšení účasti spotřebitelů (vyplněním lékařských dotazníků pacientem, podacích stvrzenek zákazníkem, apod.). [1]

1.4 Marketingové strategie firem v odvětví služeb

Většina poskytovatelů služeb poskytuje zákazníkům, kteří využívají jejich služeb častěji než ostatní zákazníci, zvláštní slevy, propagační nabídky a spoustu zvláštních služeb. Ostatním zákazníkům jsou poskytovány jen základní služby za vyšší poplatky.

Marketing služeb se člení na externí marketing, interní marketing a interaktivní marketing. Externí marketing představuje běžnou náplň společnosti poskytující služby, která se týká přípravy, tvorby cen, propagace a distribuce služby zákazníkům. Interní marketing představuje činnosti, které se týkají tréninku, školení a motivace zaměstnanců k dobré obsluze zákazníků. Interaktivní marketing spočívá ve schopnostech zaměstnanců při obsluze zákazníků, kteří posuzují službu podle její technické a funkční kvality.

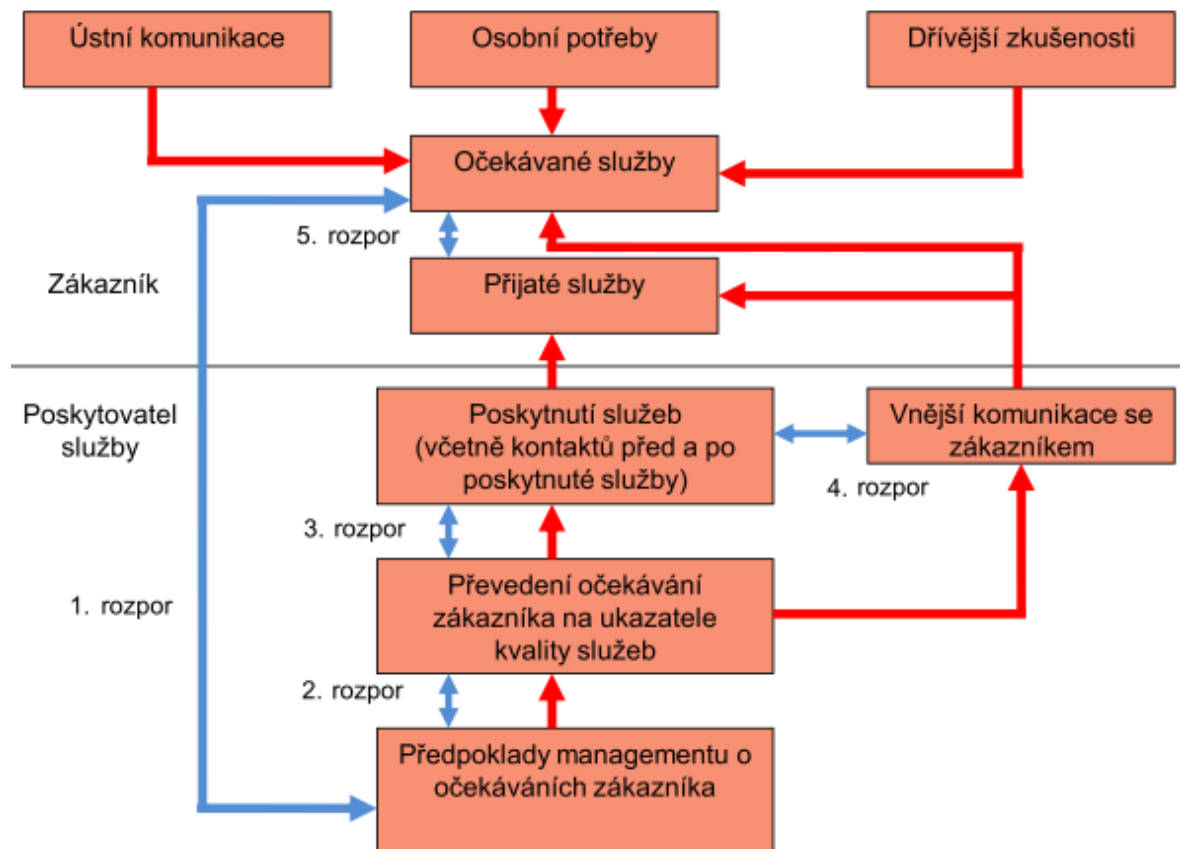
1.5 Kvalita služeb

Zákazníci hodnotí službu na základě jejich očekávání, jak by jim měla být služba, kterou si žádají, poskytnuta. Jestliže služba nedosáhne očekávání zákazníků, kupující jsou zklamaní a následuje tak tzv. odliv zákazníků, kteří využijí naopak služeb konkurence. Je-li služba splněna dle přání klienta či dokonce přesáhne jeho očekávání, spotřebitelé jsou spokojeni a ochotni využít stejného poskytovatele znovu a daný poskytovatel tak získá pravidelného či častého zákazníka.

Model kvality služeb, na obr. č. 1, který zformulovali Parasuman, Zeithaml a Berry, identifikuje pět rozporů charakterizujících neúspěšné poskytnutí služby:

1. **rozpor mezi očekáváním zákazníka a předpoklady poskytovatele služby** nastává tehdy, jestliže poskytovatel služby nevnímá správně to, co zákazníci chtějí,

Obrázek č. 1: Model kvality služeb



Zdroj: Kotler, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*

2. **rozpor mezi vnímáním poskytovatele služby a specifikací kvality služby** nastává tehdy, jestliže poskytovatel služby vnímá očekávání zákazníků správně, ale nedostatečně specifikuje standard kvality služby,
3. **rozpor mezi specifikací kvality služby a jejím poskytnutím** nastává tehdy, jestliže jsou zaměstnanci nedostatečně vyškoleni, neschopni či neochotni postupovat podle stanovených standardů kvality služby,
4. **rozpor mezi poskytováním služeb a externí komunikací** nastává tehdy, jestliže jsou očekávání zákazníků ovlivněna výroky zástupců společnosti a reklamami,
5. **rozpor mezi vnímanou a očekávanou službou** nastává tehdy, jestliže zákazník vnímá kvalitu služby chybně. [1]

Na základě tohoto modelu bylo identifikováno následujících pět determinantů kvality služby:

1. **spolehlivost** - představuje schopnost poskytnout očekávanou službu spolehlivě a bezchybně,
2. **ochota** – představuje schopnost pomoci zákazníkům a neprodleně jim poskytnout očekávanou službu,
3. **jistota** – představuje kvalifikaci a zdvořilost zaměstnanců, ale také jejich schopnost vzbudit v zákazníkovi důvěru,
4. **empatie** – představuje pochopení potřeb a požadavků zákazníka a poskytování starostlivé a individualizované pozornosti zákazníkům,
5. **hmotné prvky** – technický stav a vzhled provozoven, vybavení, vzhled a oblečení zaměstnanců a úprava komunikačních materiálů a písemností.

1.6 Poštovní služby

Poštovní služba je činnost, která je prováděna na základě poštovní smlouvy a za podmínek stanovených zákonem č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, ve znění pozdějších předpisů, jejímž účelem je dodání poštovní zásilky nebo poukázané peněžní částky.

Zákon o poštovních službách upravuje podmínky pro poskytování a provozování poštovních služeb. Tento zákon dále upravuje práva a povinnosti, které při poskytování a provozování poštovních služeb vznikají, a zvláštní práva a povinnosti provozovatele poštovních služeb, který má povinnost zajišťovat základní služby.

Základními službami jsou podle ustanovení § 2 písm. j) zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, ve znění pozdějších předpisů poštovní služby a zahraniční poštovní služby, které jsou vzhledem k potřebám veřejnosti pod ochranou státu zajišťovanou způsobem podle tohoto zákona. V Poštovním věstníku č. 3/2005, zveřejněném Český telekomunikační úřad (dále jen ČTÚ) jsou vypsány a charakterizovány podrobně jak poštovní služby, tak i zahraniční poštovní služby, které jsou vzhledem k potřebám veřejnosti základními službami.

Povinnost zajistit všeobecnou dostupnost základních služeb na celém území České republiky je dána poštovní licencí, kterou uděluje ČTÚ na období nejvýše pěti let. Držitelem poštovní licence je do konce roku 2012 ČP.

ČP poskytuje také tzv. vyhrazenou službu, která je stanovena věcným, hmotnostním a cenovým limitem, jenž stanovil stát. Aktuálně se vyhrazená služba vztahuje na vnitrostátní poštovní zásilky obsahující písemnosti, a to pouze v případě, že je hmotnost poštovní zásilky nižší než 50 g a současně cena za zásilku je nižší než 18 Kč. Tento věcný, hmotnostní a cenový limit je stanoven v Nařízení vlády č. 512/2005 Sb.

2 Analýza nabízených služeb České pošty, s. p.

2.1 Vybrané služby České pošty, s. p.

Mezi služby, které ČP poskytuje smluvním zákazníkům řadíme Obyčejné psaní, Obchodní psaní, Doporučenou zásilku, Doporučený balíček, Cenné psaní, Roznášku informačních a propagačních materiálů, Tisková zásilka, Obchodní psaní do zahraničí, Obyčejnou zásilku do zahraničí, Doporučenou zásilku do zahraničí, Cenné psaní do zahraničí, Obyčejný tiskovinový pytel do zahraničí, Doporučený tiskovinový pytel do zahraničí, Obchodní balík, Cenný balík, EMS, Obyčejný balík, Odpovědní zásilky, Kurýrní služba, Cenný balík do zahraničí, EMS do zahraničí, Standardní balík do zahraničí, Obchodní balík do zahraničí, Poštovní poukázka A, Poštovní poukázka A - Daňová složka, Poštovní poukázka A – doklad V, Poštovní poukázka B, Poštovní poukázka C, Poštovní poukázka D, SIPO, Poštovní poukázka Z/A, Poštovní poukázka Z/C, WESTERN UNION, EUROGIRO, Czech POINT a další, tak jak jsou podrobně popsány a specifikovány na stránkách ČP.

Mezi nejvyužívanější služby firemními zákazníky v Brně patří následující služby:

- Obyčejné psaní,
- Obchodní psaní,
- Doporučená zásilku,
- Obyčejný balík,
- Cenný balík,
- Obchodní balík,
- Roznáška informačních/propagačních materiálů
- Czech POINT.

2.1.1 Listovní zásilky

Obyčejné psaní

Prostřednictvím služby Obyčejné psaní lze zasílat zásilky, jejichž doručení není prioritní, a zásilky, které nevyžadují bezpečnostní zacházení. Jako Obyčejné psaní je možné posílat nesložený kartonový lístek, korespondenční lístek nebo pohlednici, případně zásilky v uzavřeném obalu s vloženým obsahem.

Obyčejné psaní lze podat na kterékoliv poště, u pověřených pracovníků či vhozením do poštovní schránky. Obyčejné psaní - standard musí být větší než 14 x 9 cm, zároveň musí být menší než 23,1 x 16,4 x 0,5 cm, těžší než 2,5 g a lehčí než 50 g. Obyčejné psaní – standard musí mít pravoúhlý tvar. Obyčejné psaní musí být větší než 14 x 9 cm, zároveň musí být menší než 35,3 x 25 x 2 cm, těžší než 2,5 g a lehčí než 1 kg.

Cenu za službu Obyčejné psaní je možné uhradit při podání nebo poštovními známkami. Smluvní zákazníci mohou cenu za službu uhradit navíc otiskem výplatního stroje, bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb nebo převodem z účtu. Cena za Obyčejné psaní - standard a za Obyčejné psaní je uvedena v Příloze č. 1.

ČP poskytuje smluvním zákazníkům tyto slevy:

- množstevní – z celkového ročního finančního obratu za vybrané služby,
- technologické – výplatní stroje – sleva je obsažena přímo ve snížené ceně za vybrané služby.

Obchodní psaní

Obchodní psaní je jednoduché a spolehlivé řešení pro adresné rozesílání hromadně podávaných zásilek výhradně reklamního charakteru a jejich dodání do domovních schránek na celém území České republiky. Služba je určena hromadným podavatelům, firmám, obchodním společnostem, vydavatelům periodického tisku a podobně.

Výhody služby Obchodní psaní jsou:

- ekonomicky výhodný způsob zasílání hromadné korespondence,

- efektivní forma oslovení adresáta,
- vlastní distribuční síť pro dodávání Obchodních psaní,
- pokrytí v rámci celé republiky,
- snadné a rychlé adresné oslovení cílové skupiny.

Prostřednictvím Obchodního psaní je možné posílat pouze noviny, časopisy, knihy, brožury, katalogy, prospekty nebo tiskoviny výhradně reklamního charakteru a drobné předměty nepatrné ceny.

Obchodní psaní je možné posílat jako kartonový lístek, uzavřený obal s vloženým obsahem nebo složený list, jehož okraje budou zajištěny tak, aby při manipulaci nemohla být do Obchodního psaní zasunuta jiná zásilka.

Podání je možné jen na základě předem uzavřené písemné dohody. Obchodní psaní je vhodné pro posílání většího množství zásilek, protože jednorázově je možné podat nejméně 500 ks zásilek shodných rozměru, obsahu a hmotnosti. Zásilky musí být seřazeny podle PSČ, vysvazkovány a označeny podle dispozic ČP. K Obchodnímu psaní nelze zvolit doplňkové služby.

Zásilka nesmí být menší než 14 x 9 cm, zároveň nesmí být větší než 35,3 x 25 x 2 cm a těžší než 1 kg. Zásilka musí být upravena tak, aby ji bylo možné dodat do běžné domovní schránky. Pošta neodpovídá za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu zásilky.

Cenu za Obchodní psaní lze uhradit v hotovosti při podání, otiskem výplatního stroje, bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb nebo na základě faktury (převodem z účtu, poštovní poukázkou nebo inkasem z účtu zákazníka). Cena za službu je uvedena v příloze č. 1.

ČP svým zákazníkům při splnění podmínek poskytuje tyto slevy:

- množstevní - při jednorázovém podání,
- technologické – výplatní stroje – sleva je obsažena přímo ve snížené ceně za vybrané služby.

U Obchodního psaní příjemce nepotvrzuje dodání zásilky. Jestliže odesílatel nepotřebuje nedoručitelné zásilky vrátit, je možné napsat na adresní stranu poznámku „Nevracet“.

Doporučená zásilka

Doporučená zásilka je služba ČP, jejímž prostřednictvím lze zasílat dokumenty, knihy, drobné předměty a další zboží. ČP odpovídá za ztrátu zásilky paušální náhradou 500 Kč a za poškození nebo úbytek obsahu zásilky do stejné výše.

Výhody služby Doporučená zásilka jsou:

- kvalitní, rychlá a spolehlivá služba,
- možnost využití doplňkových služeb,
- příznivá cena,
- stvrzení podání,
- dodání příjemci poštou za podmínky, že příjemce její převzetí potvrdí.

Doporučenou zásilku je možné posílat jako uzavřený obal s vloženým obsahem, nesložený kartonový lístek, korespondenční lístek nebo pohlednici.

Podání Doporučené zásilky lze uskutečnit na kterékoliv poště nebo u pověřených pracovníků pošt. V levé horní čtvrtině adresní strany zásilky musí být uvedena adresa odesílatele. Zásilku je vhodné opatřit poznámkou „Doporučeně“. Odesílatel vyplní podací lístek nebo podací arch.

Doporučená zásilka - standard nesmí být menší než 14 x 9 cm, zároveň nesmí být větší než 23,1 x 16,4 x 0,5 cm, lehčí než 2,5 g a těžší než 50 g. Doporučená zásilka – standard musí mít pravoúhlý tvar. Doporučená zásilka nesmí být menší než 14 x 9 cm, zároveň nesmí být větší než 50 x 35 x 5 cm, lehčí než 2,5 g a těžší než 2 kg.

Cenu za Doporučenou zásilku je možné uhradit při podání nebo poštovními známkami. Smluvní zákazníci mohou cenu za službu uhradit navíc otiskem výplatního stroje, bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb nebo převodem z účtu. Cena za službu je uvedena v příloze č. 1.

ČP svým zákazníkům při splnění podmínek poskytuje tyto slevy:

- množstevní – z celkového ročního finančního obratu za vybrané služby,
- technologické – výplatní stroje – sleva je obsažena přímo ve snížené ceně za vybrané služby.

Příjemce potvrzuje dodání Doporučené zásilky.

2.1.2 Balíky

Obyčejný balík

V Obyčejném balíku je možné zasílat i větší předměty, které nemají vysokou hodnotu. Podání ani dodání Obyčejného balíku pošta nestvrzuje, proto zásilku nelze ocenit ani využít žádné doplňkové služby.

Výhody služby Obyčejný balík jsou:

- jediná balíková služba, u které odesílatel nevyplňuje žádný formulář při podání,
- podání lze uskutečnit na všech poštách nebo u pověřených pracovníků pošt,
- je vhodný pro zasílání takového obsahu, u kterého odesílatel nepotřebuje potvrzení o tom, že adresát zásilku převzal.

Zásilka nesmí být menší než 15 x 10,5 cm, zároveň její délka nesmí být větší než 240 cm, součet tří rozměrů nesmí přesahovat 300 cm. Zásilka nesmí být těžší než 20 kg, nad 15 kg musí být upravena tak, aby s ní mohly bezpečně a snadno manipulovat dvě osoby.

Cenu za službu Obyčejný balík je možné uhradit poštovními známkami. Zákazníci, kteří mají s ČP uzavřenou smlouvu, mohou navíc cenu uhradit otiskem výplatního stroje, bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb nebo převodem z účtu. Cena za službu je uvedena v příloze č. 1.

ČP poskytuje smluvním zákazníkům tyto slevy:

- množstevní – slevy závisí na celkovém finančním obratu za vybrané balíkové služby,
- technologické – elektronické podání datového souboru k zásilkám (adresní údaje), nebo výplatní stroje, u kterých je sleva obsažena přímo ve snížené ceně za zásilku.

Cenný balík

V cenném balíku je možné zasílat peníze, drahé kovy a kameny a výrobky z nich, šperky a obdobné cenné věci, cenné papíry (cestovní šeky, šeky na doručitele, směnky, apod.), platební karty, poukázky na odběr zboží nebo služeb a další cennosti. Balíky jsou od podání do dodání sledovány v systému T&T (Track & Trace). Za cenný balík Česká pošta odpovídá až do výše Udané ceny (max. 1 000 000 Kč). Vzhledem k bezpečnostním garancím je nutné u Cenného balíku s Udanou cenou vyšší než 30 000 Kč splnit podmínku zvláštního balení.

Výhody služby Cenný balík jsou:

- jediná balíková služba, kterou lze bezpečně a bez obav zasílat i cenné věci,
- kvalitní, rychlá a spolehlivá služba,
- velké množství doplňkových služeb,
- příznivá cena,
- přeprava cenností až do výše 1 milionu Kč.

Cenný balík je možné podat na všech poštách nebo u pověřených pracovníků pošt. Pošta stvrzuje podání zásilky. Odesílatel je povinen uvést na Cenném balíku cenu, kterou oceňuje vložený obsah. Udaná cena nesmí převýšit částku 1 000 000 Kč. Zásilka nad 15 kg musí být upravena tak, aby umožňovala bezpečnou a snadnou manipulaci, tj. aby s ní mohly bezpečně a snadno manipulovat dvě osoby.

Zásilka nesmí být menší než 15 x 10,5 cm, zároveň délka nesmí přesahovat 240 cm a součet všech tří rozměrů nesmí přesahovat 300 cm. Balík nesmí být těžší než 20 kg.

Cenu za službu je možné uhradit v hotovosti nebo poštovními známkami. Smluvní zákazníci mohou službu navíc uhradit otiskem výplatního stroje, bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb nebo převodem z účtu. Cena za službu je uvedena v příloze č. 1.

Smluvním zákazníkům ČP poskytuje tyto slevy:

- množstevní – výše slevy závisí na celkovém ročním finančním obratu za vybrané balíkové služby,
- technologické – elektronické podání datového souboru k zásilkám (adresní údaje, požadované služby, apod.) nebo výplatní stroj, u kterého je sleva obsažena přímo ve snížené ceně za vybrané služby.

Pošta vydá Cenný balík příjemci jen za podmínky, že jeho převzetí potvrdí. Informace o dodání Cenného balíku je možné získat prostřednictvím služby Sledování zásilek (Track & Trace).

Obchodní balík

Obchodní balík je moderní, rychlá a spolehlivá přeprava zboží s garantovanou dobou dodání. Za Obchodní balík ČP odpovídá do výše sjednaného limitu odpovědnosti (Udané ceny). Obchodní balíky jsou od podání do dodání sledovány v systému T&T (Track & Trace).

Výhody služby Obchodní balík jsou:

- kvalitní, rychlá a spolehlivá služba,
- garantovaná doba dodání,
- velké množství doplňkových služeb,
- jediná balíková služba, jejíž obsah může mít hmotnost až 30 kg,
- ocenění zásilky (Udaná cena) může být až do výše 100 000 Kč.

Obchodní balík je možné podat na vybraných poštách. Smluvním zákazníkům pošta nabízí převzetí zásilek v dohodnutém čase přímo u podavatele. Adresní údaje se uvádí na Adresním štítku s čárovým kódem, který pošta poskytuje zdarma. Odesílatel vyplní podací lístek nebo podací arch, na kterém ČP stvrzuje podání Obchodních balíků. ČP pak

odpovídá za ztrátu poškození nebo úbytek zásilky až do výše Udané ceny, maximálně do 100 000 Kč.

Obchodní balík nesmí být menší než 15 x 10,5 cm, zároveň jeho délka nesmí přesahovat 240 cm a součet tří stran 300 cm. Zásilka nesmí být těžší než 30 kg, nad 15 kg musí být upravena tak, aby s ní mohly bezpečně a snadno manipulovat dvě osoby.

Cenu za zásilku je možné uhradit v hotovosti. Smluvní zákazníci mohou cenu uhradit navíc otiskem výplatního stroje, bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb nebo na základě faktury. Cena za službu je uvedena v příloze č. 1.

Smluvním zákazníkům ČP poskytuje tyto slevy:

- množstevní – výše slevy závisí na měsíčním objemu podání Obchodních balíků,
- technologické – elektronické podání datového souboru k zásilkám (adresní údaje, požadované služby apod.),
- dodatkové – za více současně podaných zásilek pro jednoho adresáta, nebo dodání zásilek na adresu provozovny (k zásilkám na adresu poste restante, poštovní přihrádky nebo provozovny), podmínkou je, že zásilka bude dodána při prvním pokusu o doručení.

ČP garantuje dodání Obchodního balíku nejpozději následující pracovní den po dni podání, u balíků větších nebo nepravidelných rozměrů nejpozději druhý pracovní den po dni podání. Obchodní balík pošta vydá příjemci za podmínky, že potvrdí jeho převzetí.

Informace o dodání Obchodního balíku lze získat prostřednictvím služby Sledování zásilek (Track & Trace). Informace o zásilkách jsou dostupné následující den po dni podání zásilky.

EMS

EXPRES MAIL SERVICE, nebo-li EMS, představuje službu zajišťující nejrychlejší přepravu dokumentů a zboží do hmotnosti 20 kg po celém území České republiky. ČP za službu EMS odpovídá do výše sjednaného limitu odpovědnosti (udané ceny). Služby EMS jsou od podání po dodání sledovány v systému T&T (TRACK & TRACE).

Výhody služby EMS:

- kvalitní, rychlá a spolehlivá služba,
- garantovaná doba dodání,
- dodání v sobotu, ve vybraných místech i v neděli a státem uznaný svátek,
- velké množství doplňkových služeb,
- ocenění zásilky až do výše 100 000 Kč (Udaná cena), přičemž Udaná cena do 30 000 Kč je zdarma.

EMS je možné podat na každé poště nebo u pověřených pracovníků pošt. Ve vybraných místech může pošta zásilku převzít v dohodnutém čase přímo u zákazníka. Adresní údaje se uvádí na Adresním štítku s čárovým kódem, který pošta poskytuje zdarma a na kterém ČP stvrzuje podání EMS. ČP pak odpovídá za ztrátu, poškození nebo úbytek zásilky až do výše Udané ceny, maximálně do 100 000 Kč.

EMS musí být větší než 15 x 10,5 cm, zároveň její délka nesmí přesahovat 120 cm a součet tří stran 200 cm. Maximální hmotnost zásilky je 20 kg. Zásilka, která je těžší než 15 kg musí být upravena tak, aby s ní mohly bezpečně a snadno manipulovat dvě osoby.

Cenu za zásilku je možné uhradit v hotovosti nebo poštovními známkami. Smluvní zákazníci mohou navíc uhradit cenu otiskem výplatního stroje, bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb nebo na základě faktury. Cena za službu je uvedena v příloze č.1.

Pro smluvní zákazníky ČP poskytuje následující slevy:

- množstevní – výše slevy závisí na měsíčním objemu podání EMS,
- technologické – elektronické podání datového souboru k zásilkám (adresní údaje, požadované služby apod.)

ČP garantuje dodání EMS nejpozději následující pracovní den po dni podání nejpozději do 14 hodin. Odesílatel může zažádat o dodání zásilky v sobotu. V některých větších městech je dodání služby EMS možné i v neděli a ve státem uznané svátky.

Informace o dodání EMS lze získat prostřednictvím služby Sledování zásilek (Track & Trace). Informace o zásilkách jsou dostupné následující den po dni podání zásilky.

2.1.3 Propagační a tiskové zásilky

Rožnáška informačních/propagačních materiálů

Rožnáška informačních a propagačních materiálů (dále jen RIPM) je jednoduchá a spolehlivá služba neadresného rozesílání hromadně podávaných informačních a propagačních materiálů. Podané materiály se dodávají do domovních schránek, dodávacích schrán domácností, firem včetně úřadů a institucí nebo P. O. Boxů na celém území České republiky.

Výhody služby RIPM jsou:

- prezentace firmy širokému okolí a podpora prodeje,
- efektivní oslovení potenciálních zákazníků,
- příznivá cena - RIPM je nejekonomičtější způsob hromadného neadresného oslovení zákazníků,
- termín distribuce je přizpůsoben požadavkům a přáním zákazníka,
- oslovení cílové skupiny – zákazník si určí oblast distribuce letáků,
- marketingová komunikace,
- kreativita – informační a propagační materiály nabízejí velký tvůrčí prostor (výběr barev, tvarů, formátů, apod.),
- struktura distribuční sítě – vlastní distribuční síť s celorepublikovým pokrytím,
- měřitelnost – tento způsob plošné komunikace lze poměrně přesně měřit a téměř okamžitě lze vidět efekt kampaně.

Službu RIPM je možné využít pro posílání informačních materiálů (materiály, které nejsou reklamou ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb.), letáků, reklamních tiskovin, katalogů, případně i ukázek zboží, jež nejsou určeny konkrétním adresátům a jejichž obsah není v rozporu s právními předpisy České republiky, dobrými mravy a obchodními zájmy ČR.

Informační materiály jsou např. zpravodaje, informační letáky, informace o změně sídla (materiál, který není reklamou ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy v plném znění). Propagační materiály jsou např. propagační letáky fyzických a právnických osob, neziskových organizací, politických stran a hnutí, reklamní tiskoviny, katalogy, ukázky zboží.

Podání je možné jen na základě předem uzavřené písemné smlouvy nebo vyplněné objednávky. Prostřednictvím této služby je možné posílat v obvodu jedné dodávací pošty nejméně 40 kusů materiálů pro domácnosti a 20 kusů pro firmy a P. O. Boxy. Pokud si zákazník nesjedná něco jiného, může mít jedna zásilka (včetně ukázky zboží) maximální hmotnost 100 g. Minimální rozměry služby jsou 5 x 9 cm, maximální rozměry služby jsou 35,3 x 25 x 2 cm. Ke službě RIPM nelze zvolit žádné doplňkové služby. Cena za službu je uvedena v Příloze č. 1.

U služby RIPM příjemce dodání zásilky nepotvrzuje. Materiály musí být určeny skupině příjemců, kterou již není třeba dále zjišťovat. Informační/propagační materiály se dodávají zpravidla do pěti pracovních dnů po dni podání. Materiály by neměly být příliš rozměrné či neforemné, aby je bylo možné dodat do standardních domovních schránek. Pošta nedodá propagační materiály do domovních schránek, dodávacích schrán nebo P. O. Boxů adresátů, kteří dali zřetelným způsobem najevo, že si to nepřejí. Letáky informačního charakteru jsou dodány všem adresátům, i těm, kteří materiály odmítají.

Dodávací pošty jsou rozděleny do dvou pásem:

- pásmo A – pro domácnosti ve vybraných obcích a P. O. Boxy,
- pásmo B – pro domácnosti v ostatních obcích a firmy.

Cenu za službu je možné uhradit v hotovosti při podání nebo na základě faktury převodem z účtu, poštovní poukázkou A nebo inkasem z účtu zákazníka.

ČP svým zákazníkům při splnění podmínek poskytuje tyto slevy:

- množstevní sleva z ročního objemu podání,
- sleva 70/30 v případě podání zásilek v poměru 70 (pásmo A)/30 (pásmo B) je pásmo B účtováno za cenu pásma A.

Tisková zásilka

Tisková zásilka je určena výhradně pro vydavatele tisku. ČP nabízí vydavatelům spolehlivé a rychlé doručení jejich tiskovin na adresy předplatitelů v rámci celé České republiky.

Výhody služby Tisková zásilka jsou:

- kvalitní, rychlá, výhodná a spolehlivá služba v oblasti adresného dodání periodického tisku,
- komplexní servis, který zahrnuje zpracování kmene předplatitelů, balení časopisů, kompletace zásilek s přílohami a jejich adresné dodání.

Prostřednictvím Tiskové zásilky je možné posílat noviny a časopisy včetně jejich obvyklých příloh s obsahem reklamy, tj. nabídka služeb, zboží případně výčet jiných informací stejného nebo podobného charakteru včetně vkládaných nebo vsívaných suplementů, nesmí překročit maximálně 50 % z celkového obsahu.

Podání je možné jen na základě předem uzavřené písemné smlouvy. Do zásilky mohou být vloženy informace sloužící k úhradě předplatného předmětného titulu. Obsahem zásilky nemohou být sdělení určená konkrétním osobám. K Tiskové zásilce nelze zvolit žádné služby. Zásilky musí být určeny stálému okruhu předplatitelů. Minimální roční objem podání je 60 000 kusů zásilek.

Minimální rozměry Tiskové zásilky jsou 14 x 9 cm, maximální rozměry Tiskové zásilky jsou 35,3 x 25 x 2 cm. Maximální hmotnost Tiskové zásilky je 700 g. Pošta neodpovídá za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu.

Převzetím zásilek vzniká ČP závazek vyvinout přiměřené úsilí tak, aby výtisky byly distribuovány takto:

- týdeníky, čtrnáctideníky a měsíčníky – následující pracovní den po dni podání,
- ostatní zásilky – bezodkladně podle provozních možností, nejpozději však do tří pracovních dnů po ukončení podání.

2.1.4 E-slужby

DopisOnline

Služba DopisOnline umožňuje zákazníkům podání dokumentu v elektronické formě (ve formátu PDF), přičemž dodání je uskutečněno formou klasického vytištěného dopisu. DopisOnline je určen hlavně drobným podavatelům pro kusové podání. Zákazník tak může zasílat dokumenty (nabídky, faktury, pozvánky, upomínky, apod.) bez nutnosti dojít na poštu a odejde se i bez papíru, tisku, obálky a známky.

Výhody služby DopisOnline jsou:

- úspora času a nákladů,
- dostupnost služby 24 hodin denně, 7 dní v týdnu,
- možnost podání zásilky jak obyčejné, tak doporučené,
- možnost elektronického podpisu,
- elektronická podací kniha,
- sledování zásilek,
- zákazníci nejsou omezeni množstvím podaných zásilek,
- až 8 listů v jedné zásilce DopisOnline,
- platba jen za odebrané služby,
- zabezpečený přenos a ochrana dat,
- v případě podání zásilky do 16:00 dodání do druhého pracovního dne.

Maximální hmotnost zásilky je 50 g. Do jedné zásilky DopisOnline se vejde až 8 stran formátu A4. Datový soubor určený k tisku zašle zákazník České poště ve formátu PDF, prostřednictvím zabezpečeného přenosu dat s ochranou SSL protokolem.

ČP garantuje:

- tisk dokumentů v řádné kvalitě a termínech,
- kompletaci zásilky dle objednávky,
- podání zkompletovaných zásilek,
- bezpečnost elektronické komunikace s přihlédnutím k rizikům obvykle předvídaným v čase poskytování této služby a s vynaložením komerčně přiměřených nákladů,
- vyřízení reklamace poštovních služeb dle platných poštovních podmínek.

Neregistrovaní zákazníci mohou službu DopisOnline uhradit pomocí Premium SMS, registrovaní zákazníci mohou službu uhradit navíc fakturou a registrovaní, prověření zákazníci mohou službu hradit také pomocí služby SIPO.

2.1.5 Hybridní pošta

Hybridní pošta je služba, která je založena na komplexnosti řešení firemní korespondence a je určena především pro hromadné podavatele. Zákazník předá data určena ke zpracování v elektronické podobě a Postservis je transformuje do konečné podoby a zcela zpracované zásilky předá k doručení. Obdobně může zákazník předat i dokumenty, které jsou opět Postservisem transformovány do podoby elektronické. Jde tedy tak o přeměnu zásilek z podoby elektronické do fyzické a naopak.

Zákazník tak pouze připraví obsah dokumentu a odešle jej přes datovou síť a ostatní kroky již zajišťuje Postservis ČP, tj. příjem zakázky a její evidenci, formátování dokumentů, tisk dokumentů, obáلكování dokumentů, vyúčtování zakázky, předání obálek k další poštovní přepravě a konečně i doručení adresátům.

Pro zákazníka tak představuje využívání hybridní pošty nejen úsporu času, ale i krom spolehlivosti a přehlednosti zpracování, zejména pak úsporu peněz, a to s ohledem na zajištění levnějšího materiálu (nákup ve velkém množství), ale i v optimalizaci nákladů na poštovné a na zpracování.

2.1.6 Služby Czech POINT

Český Podací Ověřovací Informační Národní Terminál, nebo-li Czech POINT, zjednodušuje vyřizování úředních záležitostí, které bylo možno dříve obstarat pouze na příslušných úřadech. Pracoviště Czech POINT je asistovaným místem výkonu veřejné správy. Prostřednictvím Czech POINTu lze pořídit výpisy z následujících registrů:

- katastru nemovitostí,
- obchodního rejstříku,
- živnostenského rejstříku,
- rejstříku trestů,
- registru řidičů,
- insolvenčního rejstříku.

Výpis z katastru nemovitostí

Výpis údajů z katastru nemovitostí o nemovitém majetku a vlastnických a jiných právech k nim zapsaných. Nutným údaje pro vyhledání příslušné nemovitosti je určení katastrálního území, případně čísla listu vlastnictví, parcelního čísla pozemku, čísla popisného budovy či jednotky.

Výpis z obchodního a ze živnostenského rejstříku

Výpis společnosti nebo fyzické osoby, která je zapsána v obchodním nebo živnostenském rejstříku lze vyhledat dle identifikačního čísla daného subjektu a to buď jako výpis platných údajů, nebo i jako výpis úplný, který obsahuje celou historii.

Výpis z rejstříku trestů

Výpis z rejstříku trestů může být na základě písemné žádosti a po ověření totožnosti vydán pouze osobě, které se uvedený výpis týká a pro kterou je určen.

Výpis z registru řidičů

Výpis z Centrálního registru řidičů může být po ověření totožnosti vydán pouze osobě, které se uvedený výpis týká a pro kterou je určen. Výpis obsahuje údaje o bodovém hodnocení řidiče, tj. aktuální počet trestných bodů uložených za dopravní přestupky, ale i jejich historii.

Výpis z insolvenčního rejstříku

Výpis z insolvenčního rejstříku poskytuje informaci, zda je vyhledávaná osoba evidována jako dlužník či nikoliv. Je-li osoba vedena v insolvenčním rejstříku, pak lze zajistit výpis obsahující aktuální stav insolvenčního řízení.

Ceny za výpisy

Ceny za ověřené výpisy jsou stanoveny včetně DPH dle platných právních předpisů a za výpis z katastru nemovitostí, obchodního rejstříku, živnostenského rejstříku a insolvenčního rejstříku činí za první stranu částku á 100,- Kč a za druhou a každou další pak 40,- Kč.

Datové schránky

Na přepážkách ČP se službou Czech POINT je možné podat žádost o zřízení datové schránky. Datová schránka bude zřízena do tří dnů, avšak pouze v případě, že informační systém datových schránek žádost přijme. V případě, že informační systém datových schránek žádost nepřijme, je žádost postoupena Ministerstvu vnitra České republiky k rozhodnutí. Po zřízení datové schránky zákazník obdrží poštovní zásilkou přístupové údaje.

V případě ztráty nebo odcizení přístupových údajů do datové schránky může zákazník požádat o jejich zneplatnění a vystavení nových přístupových údajů a to podáním Žádosti o zneplatnění přístupových údajů do datové schránky a vydání nových. Poté dojde

okamžitě ke zneplatnění stávajících přístupových údajů a automaticky bude odeslán e-mail s odkazem na aktivační portál, kde budou vygenerovány nové přístupové údaje.

2.1.7 Doplnkové služby

Doplnkové služby ČP jsou: Dodejka, Dobírka, Dodání do vlastních rukou, Dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta, Zkrácení lhůty pro vyzvednutí poštovní zásilky a Prodloužení lhůty pro vyzvednutí poštovní zásilky.

Doplnkové služby je možné zvolit u Doporučené zásilky, Doporučeného balíčku, Cenného psaní, Cenného balíku, Obchodního balíku a EMS. U zásilek do zahraničí je možné zvolit takové doplnkové služby, které jsou v zemi určení poskytované. Doplnkové služby u zásilek do zahraničí jsou blíže specifikovány v zahraničních podmínkách.

U služby DopisOnline je možné zvolit doplnkové služby Dodání do vlastních rukou a Dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta.

Dodejka

V případě této doplnkové služby bude odesílateli předáno písemné potvrzení prokazující dodání poštovní zásilky příjemci.

Dobírka

V případě doplnkové služby Dobírka bude od příjemce zásilky vybrána odesílatelem stanovená částka, která bude do tří pracovních dnů ode dne, kdy byla vybrána, vyplacena adresátovi dobírkové částky.

Dodání do vlastních rukou

V případě doplňkové služby Dodání do vlastních rukou pošta dodá poštovní zásilku:

- je-li adresátem fyzická osoba, jen adresátovi, zmocněnci adresáta, zákonnému zástupci nebo zmocněnci zákonného zástupce adresáta,
- je-li adresátem právnická osoba, jen oprávněné osobě.

Dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta

V případě doplňkové služby Dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta bude poštovní zásilka dodána jen adresátovi. Tuto doplňkovou službu lze zvolit jen tehdy, je-li adresátem fyzická osoba.

Zkrácení lhůty pro vyzvednutí poštovní zásilky

V případě této doplňkové služby bude lhůta 15 dnů, po kterou je poštovní zásilka při dodání připravena k vyzvednutí u příslušné pošty, zkrácena na 3 dny, nebo na 10 dnů ode dne, kdy byla poštovní zásilka připravena k vyzvednutí.

Prodloužení lhůty pro vyzvednutí poštovní zásilky

Doplňková služba Prodloužení lhůty pro vyzvednutí poštovní zásilky umožňuje, aby si odesílatel prodloužil lhůtu 15 dnů, po kterou je poštovní zásilka při dodání připravena k vyzvednutí u příslušné pošty, na jeden měsíc. Prodloužit si lhůtu pro vyzvednutí zásilky může také adresát, ale jen v případě, že toto odesílatel předem nevyloučí.

2.1.8 Ostatní doplňkové služby

Mezi ostatní služby, které poskytuje ČP, patří mimo jiné Udaná cena, Odpovědní zásilka a Neskladné.

Udaná cena

Udaná cena je tzv. ocenění zásilky, odesílatel ji musí uvést z výše uvedených služeb u Cenného balíku, Obchodního balíku a u Obchodního balíku na Slovensko. Udaná cena může být až do výše 100 000,- Kč.

Odpovědní zásilka

Odpovědní zásilka je služba, při jejímž využití neplatí za službu Obyčejný balík, Cenný balík nebo Obchodní balík odesílatel, ale adresát zásilky. Službu je možné využít jen na základě smlouvy, kterou uzavřel adresát zásilky s ČP.

Neskladné (NSK)

Neskladné je příplatek k zásilkám nadrozměrným nebo nepravidelných tvarů. ČP nabízí dva druhy příplatku Neskladné:

- neskladné I,
- neskladné II.

Neskladné I je příplatek pro zásilky pravidelného tvaru (kvádr, krychle, válec, jehlan, kužel, pravidelné víceúhelníky), jejichž rozměr nejdélší strany přesahuje 150 cm a není větší než 210 cm, nebo součet všech tří rozměrů (délka, šířka, výška) přesahuje 240 cm a není větší než 270 cm a žádný z rozměrů nepřesahuje 210 cm, nebo nepravidelného tvaru, jejichž rozměr nejdélší strany není větší než 210 cm, nebo součet tří rozměrů přesahuje 240 cm a není větší než 270 cm a žádný z rozměrů nepřesahuje 210 cm,

Neskladné II je příplatek pro zásilky pravidelného tvaru (kvádr, krychle, válec, jehla, kužel, pravidelné víceúhelníky) a nepravidelného tvaru, jejichž rozměr nejdelší strany přesahuje 210 cm a není větší než 240 cm nebo součet tří rozměrů (délka, šířka, výška) přesahuje 270 cm a není větší než 300 cm.

Službu Neskladné je možné využít z výše uvedených služeb u Obyčejného balíku, Obchodního balíku a u Obchodního balíku na Slovensko.

2.2 Služby České pošty, s. p. v porovnání s konkurencí

Největší konkurenci má ČP v oblasti expresních a kurýrních služeb. ČP však roste konkurence i v distribuci adresných a neadresných zásilek. Pro domácnosti je obvykle výhodnější poslat dopis či balík prostřednictvím služeb ČP, konkurenční společnosti jsou pro ně příliš drahé.

Konkurenční společnosti vycházejí svým zákazníkům vstříc, protože jsou schopny pružně reagovat a nabídnout zákazníkovi paušální cenu, která však závisí na objemu podaných zásilek, a proto jsou jejich služby pro firmy a podnikatele někdy i výhodnější než služby ČP. Porovnání služeb ČP je provedeno s konkurenčními společnostmi DHL a Mediaservis.

2.2.1 Komparace expresních služeb ČP a DHL

Expresní služba ČP

EMS je vnitrostátní služba ČP, která zajišťuje nejrychlejší přepravu dokumentů a zboží do 20 kg po celém území České republiky následující den po dni podání do 14 hodin.

Výhody služby EMS:

- garantovaná doba dodání nejpozději do 14:00 následující den po dni podání,
- velké množství doplňkových služeb,

- ocenění zásilky až do výše 100 000 Kč (Udaná cena), přičemž Udaná cena do 30 000 Kč je zdarma.

Expresní služby DHL

DHL DOMESTIC EXPRESS 9:00 je vnitrostátní služba, která přepraví zásilku do vybraných oblastí České republiky následující pracovní den po dni podání zásilky do 9:00 hodin. Společnost DHL zaručuje:

- vrácení peněz a automatické oznámení o doručení,
- pružný systém objednání a vyzvednutí zásilky ve stejný den,
- přepravu zásilek do maximální hmotnosti 250 kg, přičemž maximální hmotnost jedné zásilky je 25 kg.

DHL DOMESTIC EXPRESS 12:00 je vnitrostátní služba, která přepraví zásilku do vybraných oblastí České republiky následující pracovní den po dni podání s časem doručení do 12:00 hodin. Společnost DHL garantuje:

- vrácení 100 % přepravného,
- pružný systém objednání a vyzvednutí zásilky v ten samý den,
- přepravu zásilek s maximální hmotností 250 kg, přičemž maximální hmotnost jedné zásilky je 50 kg.

DHL DOMESTIC EXPRESS 18:00 je vnitrostátní služba, která přepraví zásilku do vybraných oblastí České republiky následující pracovní den po dni podání zásilky. Společnost DHL garantuje:

- vrácení 100 % přepravného,
- pružný systém objednání a vyzvednutí zásilek v tentýž den,
- přepravu zásilek o hmotnosti větší než 250 kg.

Srovnání expresní služby ČP se službami DHL

ČP zajišťuje pouze jednu expresní službu, zatímco u společnosti DHL si zákazníci mohou vybrat ze tří expresních služeb.

Služba **ČP EMS** zajišťuje přepravu zásilek po celé České republice. Služby **DHL DOMESTIC EXPRES** přepraví zásilky pouze do vybraných oblastí.

Maximální hmotnosti služeb jsou následující:

- u služby **ČP EMS** 20 kg,
- 25 kg u služby **DHL DOMESTIC EXPRESS 9:00**,
- u **DHL DOMESTIC EXPRESS 12:00** 50 kg,
- u služby **DHL DOMESTIC EXPRESS 18:00** nad 50 kg.

Zatímco cena za službu **ČP EMS** závisí pouze na hmotnosti zásilky a zvolených službách, cena za služby **DHL DOMESTIC EXPRESS 9:00**, **DHL DOMESTIC EXPRESS 12:00** a **DHL DOMESTIC EXPRESS 18:00** je určena podle vzdálenosti místa podání a místa dodání zásilky, na její hmotnosti a rozměrech.

2.2.2 Komparace služeb pro distribuci adresných a neadresných zásilek ČP a Mediaservis

Služby pro distribuci adresných a neadresných zásilek ČP

Obchodní psaní je jednoduché a spolehlivé řešení pro adresné rozesílání hromadně podávaných zásilek výhradně reklamního charakteru a jejich dodání do domovních schránek na celém území České republiky. Služba je určena hromadným podavatelům, firmám, obchodním společnostem, vydavatelům periodického tisku a podobně. Jednorázově je možné poslat nejméně 500 ks zásilek shodného rozměru, obsahu a hmotnosti. Maximální hmotnost jedné zásilky je 1 kg. Zásilka nesmí být větší než 35,3 x 25 x 2 cm. Výhody služby **Obchodní psaní** jsou:

- ekonomicky výhodný způsob zasílání hromadné korespondence,
- efektivní forma oslovení adresáta,
- vlastní distribuční síť pro dodávání Obchodních psaní,
- pokrytí v rámci celé republiky,
- snadné a rychlé adresné oslovení cílové skupiny.

Služba **RIPM** je jednoduchá a spolehlivá služba neadresného rozesílání hromadně podávaných informačních a propagačních materiálů. Prostřednictvím služby **RIPM** je možné v obvodu jedné dodávací pošty poslat nejméně 40 kusů materiálů pro domácnosti a 20 kusů pro firmy a P. O. Boxy. Maximální hmotnost jedné zásilky je 100 g. Zásilka nesmí být větší než 35,3 x 25 x 2 cm. Výhody služby **RIPM** jsou:

- prezentace firmy širokému okolí a podpora prodeje,
- efektivní oslovení potenciálních zákazníků,
- příznivá cena - RIPM je nejekonomičtější způsob hromadného neadresného oslovení zákazníků,
- termín distribuce je přizpůsoben požadavkům a přáním zákazníka,
- oslovení cílové skupiny – zákazník si určí oblast distribuce letáků,
- marketingová komunikace,
- kreativita – informační a propagační materiály nabízejí velký tvůrčí prostor (výběr barev, tvarů, formátů, apod.),
- struktura distribuční sítě – vlastní distribuční síť s celorepublikovým pokrytím,
- měřitelnost – tento způsob plošné komunikace lze poměrně přesně měřit a téměř okamžitě lze vidět efekt kampaně.

Služby pro distribuci adresných a neadresných zásilek firmy Mediaservis

Služba **Mediapost** je určena pro všechny společnosti, které podávají větší množství adresných poštovních zásilek. Jednorázově lze podat minimálně 400 kusů zásilek. Maximální hmotnost jedné zásilky je 10 kg. Zásilka nesmí být větší než 35 x 35 x 15 cm. Mediaservis garantuje:

- doručování reklamních a informačních adresných zásilek, dokonce i atypických tvarů a rozměrů pro segmenty B2C a B2B,
- analýzu nedoručitelných adres s uvedením důvodu nedoručení.

Služba **Mediamail** je určena pro všechny subjekty, které pro komunikaci se svými zákazníky chtějí využít neadresný způsob doručení reklamních a informačních tiskovin. Minimální množství pro jednorázové podání je dle dohody. Zásilka nesmí být větší než 35 x 35 x 15 cm a těžší než 10 kg. Mediaservis garantuje:

- flexibilní a velmi rychlé oslovení maximálního počtu potenciálních zákazníků,
- doručování 7 dní v týdnu po celém území České republiky,
- možné předání distribučního materiálu s minimálním časovým předstihem před zahájením samotné distribuce.

Srovnání služeb pro distribuci adresných a neadresných zásilek ČP se službami společnosti Mediaservis

Zatímco u služby ČP **Obchodní psaní** lze jednorázově podat minimálně 500 kusů zásilek, u služby **Mediapost** lze jednorázově podat minimálně 400 kusů zásilek. Prostřednictvím služby ČP **RIPM** je možné v obvodu jedné dodávací pošty poslat nejméně 40 kusů materiálů pro domácnosti a 20 kusů pro firmy a P. O. Boxy. Pro jednorázové podání služby **Mediamail** je minimální množství dle dohody.

Maximální rozměry **Obchodní psaní** a **RIPM** jsou 35,3 x 25 x 2 cm. Zásilky zaslané prostřednictvím služeb **Mediapost** a **Mediamail** nesmějí být větší než 35 x 35 x 15 cm.

Maximální hmotnosti zásilek jsou následující:

- 1 kg u služby **Obchodní psaní**,
- 100 g u služby **RIPM**,
- 10 kg u služeb **Mediapost** a **Mediamail**.

Z popsaných produktů vyplývají jednotlivé rozdíly jednak v maximální možné hmotnosti zásilek, jejich rozměrech, ale zejména pak v čase doručení. Je tedy na každém spotřebiteli, jakého dodavatele služby si pro svou zásilku zvolí.

2.3 Počet smluvních zákazníků v Brně

Ke dni 31. 12. 2009 mělo s ČP uzavřenou smlouvu o poskytování služeb celkem 1 413 firemních zákazníků, kteří mají sídlo společnosti, případně pobočku v Brně. Někteří zákazníci mají s ČP uzavřeno i několik smluv, neboť využívají více služeb ČP, spočívající např. v uzavřené smlouvě o poskytování služby Obyčejný balík, či smlouvě o poskytování služby Obchodní balík.

Z následujícího přehledu, uvedeném v tabulce č. 1, je zřejmé, že největší zájem je v Brně právě o službu **Obchodní balík**, a to i přesto, že v oblasti poskytování balíkových služeb roste ČP velká konkurence, a to z řad nejen soukromých, ale i zahraničních společností. Z celkového počtu firemních zákazníků mělo v Brně k 31. 12. 2009 uzavřenou smlouvu o poskytování služby Obchodní balík 1200 zákazníků, což je o 71 smluv více než v předchozím roce, tedy v roce 2008.

Tabulka č. 1: Počet smluvních zákazníků

Služba České pošty	Počet smluvních zákazníků v Brně k 31. 12. 2008	Počet smluvních zákazníků v Brně k 31. 12. 2009
Obyčejné psaní	230	256
Obchodní psaní	68	94
Doporučená zásilka	226	249
Obyčejný balík	64	135
Cenný balík	96	123
Obchodní balík	1 129	1 200
RIPM	56	82

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Velký zájem je také o služby **Obyčejné psaní** a **Doporučená zásilka**, když smlouvu o poskytování služby Obyčejné psaní uzavřelo ke dni 31. 12. 2009 s ČP 256 zákazníků, což je o 26 zákazníků více než k 31. 12. 2008. Smlouvu o poskytování služby Doporučená zásilka mělo k 31. 12. 2009 s ČP uzavřenou 249 zákazníků, tedy o 23 uzavřených smluv více než v předcházejícím roce, kdy s ČP k 31. 12. 2008 bylo uzavřeno

226 smluv o poskytování služby Doporučená zásilka, tak jak vyplývá z níže uvedené tabulky.

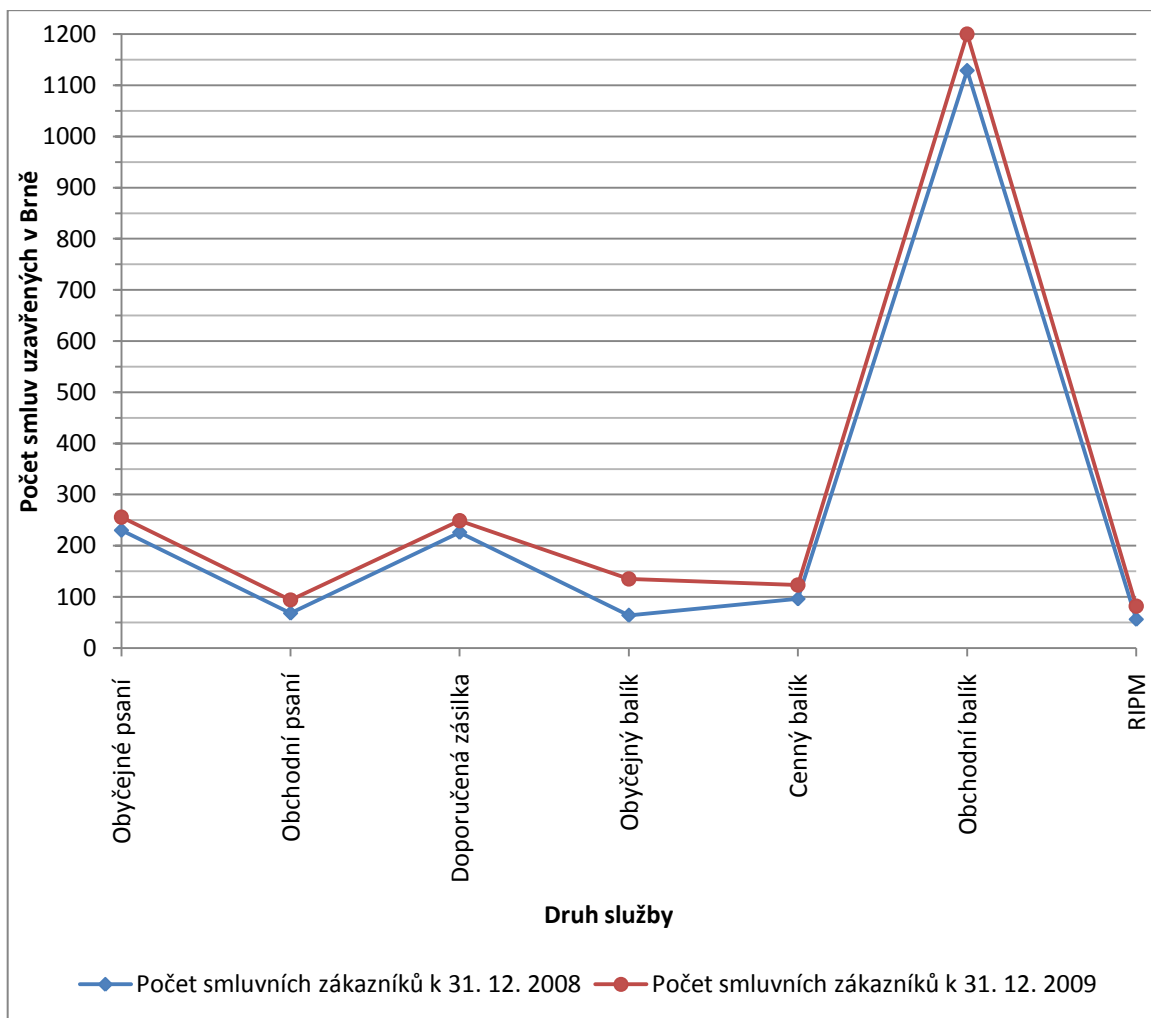
Nárůst uzavřených smluv byl zaznamenán také u **Obyčejného balíku**, oproti roku 2008, ve kterém mělo na poskytování této služby uzavřenou smlouvu s ČP 64 zákazníků, vzrostl počet smluv o 71. K 31. 12. 2009 mělo uzavřenou smlouvu s ČP o poskytování služby Obyčejný balík 135 zákazníků.

Dále ze shora uvedeného přehledu, zaznamenaném v tabulce č. 1, vyplývá, že:

- smlouvu o poskytování služby **Obchodní psaní** mělo k 31. 12. 2009 uzavřenou 94 zákazníků, což je o 26 smluvních zákazníků více než k 31. 12. 2008, kdy mělo uzavřenou smlouvu o poskytování této služby 68 zákazníků,
- k 31. 12. 2008 mělo s ČP uzavřenou smlouvu o poskytování služby **Cenný balík** 96 zákazníků, k 31. 12. 2009 mělo uzavřenou smlouvu 123 smluvních zákazníků, což je o 27 zákazníků více,
- že smlouvu o poskytování služby **RIPM** mělo k 31. 12. 2009 uzavřeno s ČP 82 zákazníků, což je o 26 zákazníků více než k 31. 12. 2008, kdy mělo uzavřenou smlouvu o poskytování této služby 56 zákazníků.

Z obrázku č. 2 je patrný nárůst uzavřených smluv o poskytování jednotlivých služeb.

Obrázek č. 2: Růst počtu uzavřených smluv



Zdroj: Česká pošta, s. p.

3 Návrh na zlepšení nabídky služeb České pošty, s. p.

3.1 Nabídka služeb České pošty, s. p. v Brně

Nabídka služeb je klientovi předkládána obchodním zástupcem v průběhu obchodní schůzky. Před jednáním s klientem si obchodní zástupce prostuduje všechny dostupné podklady a informace o zákazníkovi, a i o jeho zázemí. Obchodní zástupce si promyslí cíle jednání a také argumenty na možné námitky zákazníka vůči návrhu obchodního zástupce.

Před zahájením nabídky si obchodní zástupce nejprve zjistí potřeby zákazníka, které zjišťuje kladením otevřených otázek, aktivním nasloucháním a ověřením priorit klienta.

Při sestavování nabídky služeb se obchodní zástupci ČP dotazují zákazníků na různé otázky, které se liší podle druhu služby, kterou klientům nabízejí, jako příklad jsou uvedeny otázky při nabídce služeb Obchodní psaní, Obchodní balík a RIPM.

Obchodní zástupci se při sestavování nabídky služby **Obchodní psaní** ptají klientů na následující otázky:

- čím se firma zabývá,
- jakým způsobem zajišťuje reklamu pro firmu,
- jaký je okruh zákazníků, které chce oslovit,
- zda má zajištěný tisk a adresní přípravu zásilek,
- co bude obsahem zásilky,
- jaké zákazník požaduje balení,
- jaké jsou rozměry a hmotnost zásilky,
- jaký je objem zásilek na jedno podání,
- kdy bude zásilky podávat,
- na které poště chce zásilky podávat,
- kdy očekává odezvu,
- zda má zájem o její vyhodnocení,
- zda chce klient nedoručené zásilky vrátit,

- jakých konkurenčních společností využívá,
- za jakou cenu,
- jak často.

Při sestavování nabídky pro službu **Obchodní balík** se zákazníků obchodní zástupci dotazují na následující:

- čím se firma zabývá,
- jaké služby ČP společnost v současné době využívá,
- zda využívá k distribuci vlastní vozový park,
- jaký objem zboží rozesílá,
- zda provozujete e-shop,
- zda zasílá zboží především právnickým osobám, firmám, nebo fyzickým osobám,
- zda zasílá rozbitné zboží,
- zda využívá služeb jiných přepravních společností a jakých,
- jak často,
- za jakou cenu,
- jaký čas svozů zákazníkovi vyhovuje,
- do jaké hmotnosti jsou zásilky,
- zda zasílá zboží na dobírku,
- jak požaduje výplatu dobírkových částek, v hotovosti nebo na účet,
- jaká je cena rozesílaného zboží do 30 000 Kč nebo nad 30 000 Kč,
- jaké používá balení,
- kde nakupuje obalový materiál,
- jak důležitá je rychlost doručení balíků,
- zda by klienta zajímalo elektronické podání zásilek.

Při sestavování nabídky pro službu **RIPM** se obchodní zástupci České pošty, s. p. ptají zákazníků na následující otázky:

- čím se firma zabývá,
- jaký je objem podaných letáků,
- jaká je periodicita podání,

- zda má zákazník zajištěný tisk a adresní přípravu letáků,
- jaký je název letáku,
- jaká je hmotnost letáku,
- jaké jsou rozměry letáku,
- jaký je objem letáků na jedno podání,
- ve kterých oblastech, lokalitách požaduje doručení letáků,
- kdy požaduje doručení letáků (např. který den v týdnu),
- na které poště chce zákazník letáky podávat,
- zda má zájem o doručení letáků pouze do domácností,
- zda má zájem o doručení letáků do firem a P. O. BOX,
- jakých konkurenčních společností využívá,
- za jakou cenu,
- jak často.

Pozorným nasloucháním zákazníka získává obchodní zástupce důležité informace a k rozvinutí dialogu pak používá otevřené otázky. Při delším jednání obchodní zástupce klade kontrolní otázky, kterými dává najevo, že zákazníka pozorně poslouchá. Kontrolními otázkami si obchodní zástupce ověřuje, zda správně porozuměl tomu, co klient říká, aby později nedošlo k případnému nedorozumění. Pro zákazníka je důležité vědět, že ho obchodní zástupce poslouchá a pozorně vnímá jeho přání a potřeby.

Při nabídce vhodné služby postupuje obchodní zástupce dle cílů, kterými jsou potenciál výše výnosů a priority klienta. V nabídce obchodní zástupce prezentuje vlastnosti a výhody služby. Cenu a podmínky uvádí až nakonec. Při prezentaci služby využívají obchodní zástupci tzv. produktové listy, jejichž ukázka je v příloze č. 3.

Námitkou zákazník předběžně signalizuje svůj zájem. Poskytuje tím obchodnímu zástupci jedinečnou příležitost zvýraznit přínos nabízeného produktu.

Klient namítá proto, že mu chybějí informace, které potřebuje k tomu, aby se mohl racionálně rozhodnout a je tedy tak ve stavu nejistoty. Tento stav obchodní zástupce změní ku prospěchu věci tím, že na námitku reaguje s patřičnou dávkou taktu a pozornosti.

Aby se obchodní zástupce mohl s námitkou úspěšně vypořádat, musí se navíc dobrat jejích kořenů. Toho docílí upřesňujícími a doplňujícími otázkami, které klade tak,

aby obdržel pokud možno kladné odpovědi. Konverzace vedená v kladném duchu udržuje zákazníka v pozitivním rozpoložení.

Proti ceně dané služby mají námitky dva druhy zákazníků:

- zákazníci, kteří si takovou cenu nemohou dovolit,
- zákazníci, kteří v nabízené službě nevidí hodnotu odpovídající požadované ceně.

Zákazníkům, kteří si nemohou dovolit službu za cenu, jež jim byla nabídnuta, obchodní zástupce doporučí levnější službu, např. levnější variantou služby Obchodní balík je služba Cenný balík nebo služba Obyčejný balík. Zákazníkům, kteří v nabízeném produktu nevidí hodnotu odpovídající požadované ceně, musí obchodní zástupce umět dobře vysvětlit vztah mezi hodnotou a cenou nabízeného produktu.

Jestliže jsou vyjasněny všechny sporné body a výsledný návrh je akceptovatelný pro obě strany, může být přistoupeno k uzavření návrhu dohody. Pro klienty s finančním obratem nad 250 000 Kč za rok sepíše z jednání detailní zápis. Obchodní zástupce si se zákazníkem sjedná termín příští návštěvy, při které bude uzavřena Dohoda o podmínkách podávání poštovních zásilek pro jednotlivé konkrétní produkty.

3.2 Obchodní návštěvy u zákazníků

V tabulce č. 2 jsou uvedeny počty návštěv za rok, které by měl obchodní zástupce u zákazníků uskutečnit.

Tabulka č. 2: Četnost (pečovatelských) návštěv dle objemu podání zákazníků

Skupina	Objem výnosů v Kč/rok	Počet návštěv/rok
A	Nad 1.000.000,--	6 (1x za dva měsíce)
B	Nad 250.000,--	4 (1x za čtvrtletí)
C	Nad 100.000,--	1x za rok
D	Nad 50.000,--	Dle potřeby
E	Do 50.000,--	Dle potřeby (telefonicky)

Zdroj: Česká pošta, s. p.

V Brně a okolí působí čtyři obchodní zástupci, kteří se nejen starají o stávající zákazníky, ale uzavírají i nové smlouvy s novými klienty, a obnovují, případně doplňují, smlouvy se stávajícími zákazníky. Každý obchodní zástupce by měl uskutečnit nejméně 12 obchodních návštěv u klientů týdně.

U nových klientů je často nutné uskutečnit více návštěv (alespoň 3), protože většina smluv se nepodaří uzavřít při prvním obchodním jednání. Počet obchodních schůzek u nových zákazníků činí cca 1 200 ročně. Stávající klienty tedy obchodní zástupci navštíví a uskutečňují s nimi cca 1 000 obchodních jednání.

3.3 Návrh na zlepšení nabídky služeb v Brně

Před schůzkou s klientem by si obchodní zástupce měl na základě prostudování všech dostupných podkladů a informací o klientovi sestavit předběžnou nabídku služeb ve více variantách.

Při zjišťování potřeb zákazníka by se obchodní zástupce měl ptát na následující otázky, které by mu měly pomoci při určení služby odpovídající potřebám a přáním klienta:

- s čím firma obchoduje,
- kde a kolik má poboček,
- zda využívá konkurenci,
- jak často a za jakou cenu,
- zda využívá služby ČP,
- jak často a za jakou cenu,
- jaké množství zásilek zákazník posílá,
- zda oslovuje své klienty korespondencí,
- adresnou,
- neadresnou,
- jaké jsou přibližné rozměry a hmotnosti zásilek, které posílá,
- zda zákazník potřebuje potvrzení o podání zásilky,
- jak důležitá je rychlost doručení zásilky,

- zda vyžaduje potvrzení o doručení zásilky,
- zda zákazník zasílá rozbitné zboží,
- zda zasílá zásilky nepravidelných tvarů,
- zda má zájem o elektronické podání zásilek,
- jak důležitá je pro zákazníka cena za zásilku,
- zda má zájem o vyzvednutí zásilek v sídle firmy.

Na základě těchto údajů obchodní zástupce vybere adekvátní služby, které odpovídají zjištěným údajům a dále se dotazuje na upřesňující otázky pro dané služby uvedené v kapitole **3.1 Nabídka služeb ČP v Brně**.

Na základě všech zjištěných údajů sestaví obchodní zástupce zákazníkovi nabídku služby, která bude odpovídat v co největší míře požadavkům toho kterého klienta. Obchodní zástupce by při sestavování nabídky služeb ČP měl postupovat především podle priorit zákazníka, kdy v mnohých případech je to právě cena služby. Je tedy na možnostech, ale i schopnostech obchodního zástupce, aby stanovil cenu služby, spojenou s dalšími případnými požadavky zákazníka, příznivou a pro odběratele přijatelnou. Optimální ceny může obchodní zástupce docílit pomocí množstevních a technologických slev, avšak nikdy se nesmí odrazit nižší cena v kvalitě poskytovaných služeb.

Při prezentaci nabídky obchodní zástupce postupuje takticky a využívá vše, co si připravil. Většina argumentů zákazníků se dá předvídat. Čím lepší budou řečnické a prezentační schopnosti obchodního zástupce, tím přirozeněji a přesvědčivěji zapůsobí. Pochopitelně by také měl dodržovat slovo. Co jednou řekne nebo odsouhlasí, těžko později vezme zpět, aniž by to vzbudilo oprávněné pochybnosti o důvěryhodnosti obchodního zástupce.

Než obchodní zástupce začne přesvědčivě argumentovat ve prospěch jeho nabídky, musí sám mít úplně jasno v otázce předností a nedostatků služby, která je jejím předmětem. Musí si umět vytvořit dostatečný odstup, aby vidět nabízenou službu objektivním a nezaujatým pohledem. Obchodní zástupce by měl demonstrovat vlastnosti nabízené služby, které znamenají prokazatelný přínos z hlediska uspokojení zákazníkovi potřeby. Všechny poskytované informace by měl obchodní zástupce předat klientovi v písemné formě.

V případě, že zákazník nemá námitky vůči nabízené službě, pak obchodní zástupce upozorní na ty aspekty nabízené služby, vůči kterým se námitky zpravidla vyskytují. Vyvaruje se tím pozdějších reklamací vycházejících ze zákazníkova neúplného porozumění tomu, co vlastně kupuje.

Odmítnutí nabídky nemusí vždy způsobit závažný nedostatek, nýbrž i drobný detail (např. zákazník špatně pochopil některá specifika služby). Po odmítnutí nabídky by měl proto obchodní zástupce analyzovat celý průběh jednání a snažit se objevit záchytný bod, který by se mohl stát východiskem pro obnovení jednání.

Klíčovou roli v procesu rozhodování hraje schopnost obchodního zástupce prezentovat takové argumenty, s jejichž přesvědčivostí se zákazník dokáže nejen ztotožnit, ale které vědomě přijme za své. Připravenost klienta rozhodnout se ve prospěch nabídky zjistí obchodní zástupce podle jeho ochoty hovořit o obchodních podmínkách spojených s jeho nabídkou. U obchodních podmínek musí obchodní zástupce znát meze svých možností. Nikdy by neměl slibovat více, než může splnit.

V závěru jednání by měl obchodní zástupce věnovat zvláštní pozornost zárukám a následné péči o potencionálního klienta. Zákazník to uvítá jako podporu a ujištění o správnosti svého rozhodnutí a rozptýlí to jeho strach ze zodpovědnosti za případné problémy, které by v této souvislosti mohly nastat.

Obchodní zástupce by se měl věnovat všem svým klientům a zjišťovat jejich potřeby, ať už častějšími obchodními schůzkami či prostřednictvím elektronických komunikací, které tak využije k operativnějšímu styku se zákazníkem.

Obchodní zástupce by měl zákazníkovi předávat informace o nových službách a upozorňovat ho na všechny změny poskytované služby, ať už o cenových či změnách v parametrech služby apod., a vysvětlit mu z jakého důvodu k nim došlo.

K poprodejnímu servisu náleží i aktuální informace o nových službách. Zákazník, který je spokojen s péčí, kterou mu obchodní zástupce poskytuje, je mnohem přístupnější novinkám, což se zpětně projeví na zvýšení obchodního obrátu.

3.4 Vzor nabídky

Při návštěvě společnosti „GLEM PC“, která se zabývá internetovým prodejem počítačů a počítačových komponent, bylo zjištěno, že potenciální klient využívá služeb ČP, a to nejvíce služeb **Obyčejné psaní**, **EMS** a **Obchodní balík**.

Společnost má 7 500 svých stálých klientů, kterým rozesílá upozornění na slevové akce, případně přikládá i slevové kupony, a to čtyřikrát za rok. Prostřednictvím služby **EMS** posílá cca 650 kusů zásilek měsíčně. Objem zásilek poslaných jako **Obchodní balík** je více jak 500 kusů zásilek měsíčně, avšak není vyšší než 1 000 kusů.

Citované společnosti byla místo dosud používané služby **Obyčejné psaní** navržena služba **Obchodní psaní**, která by byla pro společnost ekonomicky výhodnější, a vedení společnosti „GLEM PC“ na návrh přistoupilo.

Na základě zjištěných a výše uvedených údajů byla pro společnost sestavena následující nabídka služeb.

Nabídka pro službu Obchodní psaní

Proč používat Obchodní psaní?

- jedná se o ekonomicky výhodný způsob zasilání hromadně korespondence,
- efektivní forma oslovení zákazníka,
- rychlé a snadné adresné oslovení cílové skupiny,
- doručení je možné po celé České republice.

Co můžete posílat pomocí Obchodního psaní?

- noviny,
- časopisy,
- knihy,
- brožury,
- katalogy,
- prospekty,

- tiskoviny výhradně reklamního charakteru,
- drobné dárkové předměty.

Jak můžete Obchodní psaní posílat?

- jako kartonový lístek,
- uzavřený obal s vloženým obsahem upravený tak, aby bylo možné zásilku dodat do běžné domovní schránky,
- složený list, který má zajištěné okraje tak, aby do něho nebylo možné při manipulaci zasunout jinou zásilku.

Jaké jsou parametry Obchodního psaní?

- maximální hmotnost do 1 kg,
- minimální rozměry 14 x 9 cm,
- maximální rozměry 35,3 x 25 x 2 cm.

Kolik za Obchodní psaní zaplatíte?

- cena je uvedena v následující tabulce a platí pro podání nad 500 ks.

Tabulka č. 3: Ceník pro službu Obchodní psaní

Hmotnost do	Cena
50 g	6,20 Kč
100 g	6,50 Kč
200 g	7,00 Kč
300 g	7,70 Kč
400 g	10,50 Kč
500 g	12,10 Kč
600 g	13,20 Kč
700 g	14,30 Kč
800 g	16,50 Kč
900 g	18,70 Kč
1 000 g	20,90 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Jaké jsou slevy při podání Obchodního psaní?

Tabulka č. 4: Množstevní slevy pro Obchodní psaní

Sleva při jednorázovém podání od – do	Výše slevy
5 001 – 10 000 ks	6 %
10 001 – 20 000 ks	10 %
20 001 – 30 000 ks	15 %
30 001 – 50 000 ks	20 %
Nad 50 000 ks	25 %

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Jak je možné uhradit cenu za Obchodní psaní?

- v hotovosti při podání,
- otiskem výplatního stroje,
- bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb,
- na základě faktury.

Nabídka pro službu EMS

Proč používat EMS?

- nejrychlejší přeprava zásilek,
- kvalitní a spolehlivá služba,
- možnost podání na kterékoliv poště, či v kanceláři,
- jistota dodání nejpozději do 14:00 následující pracovní den po dni podání zásilky,
- možnost dodání zásilky i v sobotu, v některých městech dokonce i v neděli a ve státem uznané svátky,
- velké množství doplňkových služeb,
- pojištění obsahu do 30 000 Kč zdarma, za příplatek je možné pojištění obsahu až do výše 100 000 Kč.

Co můžete posílat pomocí EMS?

- dokumenty,
- různé druhy zboží, které mají hodnotu do 100 000 Kč.

Jak můžete EMS posílat?

- v obálce,
- nebo jako balík.

Jaké jsou parametry EMS?

- maximální hmotnost do 20 kg,
- minimální rozměry 15 x 10,5 cm,
- maximální rozměry - součet délky, výšky a šířky nepřesahuje 200 cm a žádný z rozměrů není delší než 120 cm.

Jaké doplňkové služby lze u EMS zvolit?

- dodejka,
- dodání do vlastních rukou,
- dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta,
- dobírka,
- bezdokladová dobírka
- zkrácení lhůty pro vyzvednutí zásilky,
- prodloužení lhůty pro vyzvednutí zásilky,
- křehké,
- odpovědní zásilka,
- převzetí zásilek u odesílatele,
- dodání v neděli a státem uznaný svátek.

Kolik za EMS zaplatíte?

Tabulka č. 5: Ceník pro službu EMS

Hmotnost do	Cena
1 kg	112 Kč
2 kg	120 Kč
3 kg	128 Kč
4 kg	136 Kč
5 kg	143 Kč
10 kg	171 Kč
15 kg	204 Kč
20 kg	240 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Jaké jsou slevy při podání EMS?

Tabulka č. 6: Množstevní slevy pro EMS

Měsíční podání přesahující	Výše slevy
100 ks	8 %
500 ks	13 %
1 000 ks	15 %
5 000 ks	17 %
10 000 ks	19 %
15 000 ks	21 %
20 000 ks	23 %

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Při elektronickém podání je zákazníkovi poskytnuta sleva 2 Kč za jednu zásilku.

Jak je možné uhradit cenu za EMS?

- v hotovosti při podání,
- poštovními známkami,
- otiskem výplatního stroje,
- bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb,
- na základě faktury.

Nabídka pro službu Obchodní balík

Proč používat Obchodní balík?

- kvalitní, rychlá a spolehlivá služba,
- garantovaná doba dodání následující pracovní den po dni podání zásilky,
- jediná zásilka, jejíž obsah může být až do 30 kg,
- velké množství doplňkových služeb
- ocenění obsahu zásilky do 30 000 Kč zdarma, za příplatek je možné ocenění obsahu zásilky až do výše 100 000 Kč.

Co můžete posílat prostřednictvím služby Obchodní balík?

- zásilky, které mají hodnotu do 100 000 Kč.

Jaké jsou parametry Obchodního balíku?

- maximální hmotnost do 30 kg,
- minimální rozměry 15 x 10,5 cm,
- maximální rozměry - součet délky, výšky a šířky nepřesahuje 300 cm a žádný z rozměrů není delší než 240 cm.

Jaké doplňkové služby lze u Obchodního balíku zvolit?

- dodejka,
- dodání do vlastních rukou,
- dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta,
- dobírka,
- bezdokladová dobírka
- zkrácení lhůty pro vyzvednutí zásilky,
- prodloužení lhůty pro vyzvednutí zásilky,
- neskladné,
- křehké,
- odpovědní zásilka,
- převzetí u odesílatele (pouze pro smluvní zákazníky).

Kolik za Obchodní balík zaplatíte?

Tabulka č. 7: Ceník pro službu Obchodní balík

Hmotnost do	Cena	Hmotnost do	Cena
2 kg	82 Kč	14 kg	113 Kč
3 kg	85 Kč	16 kg	125 Kč
4 kg	88 Kč	18 kg	129 Kč
5 kg	91 Kč	20 kg	133 Kč
6 kg	94 Kč	22 kg	137 Kč
7 kg	97 Kč	24 kg	142 Kč
8 kg	100 Kč	26 kg	146 Kč
9 kg	103 Kč	28 kg	150 Kč
10 kg	107 Kč	30 kg	154 Kč
12 kg	110 Kč		

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Jaké jsou slevy při podání Obchodního balíku?

Tabulka č. 8: Množstevní slevy pro Obchodní balík

Měsíční podání přesahující	Výše slevy
50 ks	3 %
100 ks	7 %
200 ks	8 %
300 ks	9 %
400 ks	11 %
500 ks	13 %
1 000 ks	18 %

Zdroj: Česká pošta, s. p.

ČP dále poskytuje smluvním zákazníkům:

- slevu 2 Kč za jednu zásilku při elektronickém podání zásilek,
- slevu 15 Kč za jednu zásilku při dodání zásilky na adresu provozovny,
- dodatkovou slevu 25 % základní sazby jedné zásilky za více současně podaných Obchodních balíků pro jednoho adresáta.

Jak je možné uhradit cenu za Obchodní balík?

- v hotovosti při podání,
- otiskem výplatního stroje,
- bezhotovostní úhradou cen poštovních služeb,
- na základě faktury.

Na základě výše zmíněných údajů byly společnosti GLEM PC poskytnuty následující množstevní slevy:

- 6 % pro službu **Obchodní psaní**,
- 13 % pro službu **EMS**,
- 13 % pro službu **Obchodní balík**.

Vedení společnosti nabídku služeb přijalo a byly podepsány následující dohody:

- Dohoda o podmínkách podávání poštovních zásilek Obchodní psaní,
- Dohoda o podmínkách podávání poštovních zásilek EMS,
- Dohoda o podmínkách podávání poštovních zásilek Obchodní balík.

Závěr

ČP nabízí svým zákazníkům celou řadu služeb, a to od listovních a balíkových zásilek až po propagační a tiskové zásilky či e-slужby. Služeb ČP využívá mnoho zákazníků, jichž ke dni 31. 12. 2009 v Brně bylo 1 413. Velká většina zákazníků nevyužívá pouze jednu službu, ale dvě i více služeb ČP, mají tak uzavřenou smlouvu o poskytování každé služby zvlášť.

Počet nově uzavíraných smluv neustále roste. Mezi nejvíce využívané patří v lokalitě Brna služba Obchodní balík, Obyčejné psaní a Doporučená zásilka. U těchto služeb jsou také nejčastěji uzavírány smlouvy na jejich poskytování.

Obchodní zástupci sestavují nabídku konkrétních služeb pro jednotlivé klienty a už na první obchodní návštěvu mají připravenou nabídku v širším rozsahu, kterou později vyhodnotí a poté neoptimálnější řešení, možno i ve více variantách, předloží potencionálnímu zákazníkovi.

Úloha obchodních zástupců by měla spočívat nejen ve vytváření nabídky služeb a celkové péči o zákazníka, ale také ve zjišťování případných nedostatků služeb, o kterých by měl být informován obchodní ředitel. Zároveň by komunikace na ČP, a to nejen v lokalitě Brna, měla být taková, aby se o nedostatcích služby dozvědělo nejvyšší vedení a mohlo tak učinit kroky k nápravě nedostatků.

Je třeba stále čelit vznikajícím a rozšiřujícím se společnostem, které se zabývají poskytováním produktů v oblasti balíkových, expresních a kurýrních služeb, ale především musí obchodní zástupce umět reagovat nejen na cenovou stránku nabízených produktů, ale naplňovat i své služby v takovém rozsahu a kvalitě, aby ČP i nadále zastávala pozici předního poskytovatele daných služeb.

V dnešní době elektronizace si svou pozici ČP na trhu stále udržuje, protože její konkurenti se zatím na plošné nabízení základních produktů prozatím neorientují a nabízejí spíše expresní a kurýrní služby či distribuci reklamních zásilek ve větších městech.

Služby ČP jsou součástí každodenního života lidí na celém světě a zajištění správného fungování je důležité jak pro tuzemské, tak i pro mezinárodní společnosti.

Z členství České republiky ve Světové poštovní unii a v Evropské unii vyplývá mimo jiné i povinnost státu zabezpečit fungování trhu poštovních služeb, na kterém budou v rámci jeho liberalizace zajištěny základní poštovní služby v odpovídajícím rozsahu a se stanovenou dostupností a kvalitou.

I přes rychlý rozvoj elektronických komunikací zůstávají poštovní služby součástí každodenního života a stále plní významnou roli při zajištění komunikace mezi lidmi. Kvalitní fungování poštovní infrastruktury je důležité i pro rozvoj ekonomiky dané země. Ze strany ČP se setkáváme s mnohostrannou inovací a doplňováním poskytovaných služeb ať již z oblasti bankovníctví či pojišťovnictví prostřednictvím obstaravatelských služeb.

Seznam použité literatury

- [1] KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. První vydání. Praha : Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [2] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. První vydání. Praha : Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.
- [3] ŠVADLENKA, Libor. *Marketing v poštovních službách*. První vydání. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2006. 150 s. ISBN 80-7194-839-X.
- [4] ŠVADLENKA, Libor. *Management v poštovních službách*. První vydání. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2006. 121 s. ISBN 80-7194-714-8.
- [5] SYNEK, Miroslav a kol. *Podniková ekonomika*. Čtvrté přepracované a doplněné vydání. Praha : C. H. Beck, 2006. 475 s. ISBN 80-7179-892-4.
- [6] GÜNTNER, Greff. *13 účinných strategií pro obchodní vyjednávání : jak dosáhnout souhlasu*. První vydání. Praha : Grada Publishing, 2006. 162 s. ISBN 80-247-1312-8.
- [7] *Česká pošta, s. p.* [online]. © 2010 [cit. 2010-02-26]. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskaposta.cz/>>.
- [8] *ČTÚ* [online]. © 2008 [cit. 2010-04-18]. Dostupné z WWW: <<http://www.ctu.cz/>>.
- [9] *DHL* [online]. © 2010 [cit. 2010-05-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.dhl.cz/cs.html>>.
- [10] *Mediaservis* [online]. © 2005 [cit. 2010-05-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaservis.cz/index.php>>.
- [11] *Zákon č.141/2005 o poštovních službách* [online]. In *Sbírka zákonů, Česká republika*. Dostupný také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/micr/scripts/detail.php_id_2274.html>.
- [12] Interní materiály České pošty, s. p.

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Počet smluvních zákazníků.....	44
Tabulka č. 2: Četnost (pečovatelských) návštěv dle objemu podání zákazníků.....	50
Tabulka č. 3: Ceník pro službu Obchodní psaní.....	55
Tabulka č. 4: Množstevní slevy pro Obchodní psaní	56
Tabulka č. 5: Ceník pro službu EMS.....	58
Tabulka č. 6: Množstevní slevy pro EMS	58
Tabulka č. 7: Ceník pro službu Obchodní balík	60
Tabulka č. 8: Množstevní slevy pro Obchodní balík.....	60

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Model kvality služeb	17
Obrázek č. 2: Růst počtu uzavřených smluv.....	46

Seznam zkratek

Czech POINT - Český Podací Ověřovací Informační Národní Terminál

ČP – Česká pošta, s. p.

ČTÚ – Český telekomunikační úřad

DHL – Dalsey, Hillblom, Lynn (zakladatelé společnosti)

EMS – EXPRESS MAIL SERVICE

RIPM – Roznáška informačních a propagačních materiálů

SIPO – Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva

Seznam příloh

Příloha č. 1 – Ceník vybraných služeb ČP

Příloha č. 2 – Slevy poskytované ČP

Příloha č. 3 – Produktové listy

Příloha č. 1 – Ceník vybraných služeb ČP

Ceník pro službu Obyčejné psaní

Hmotnost do	Obyčejné psaní - standard	Obyčejné psaní
50 g	10 Kč	12 Kč
100 g		14 Kč
500 g		18 Kč
1 000 g		24 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Ceník pro službu Obchodní psaní

Hmotnost do	Cena
50 g	6,20 Kč
100 g	6,50 Kč
200 g	7,00 Kč
300 g	7,70 Kč
400 g	10,50 Kč
500 g	12,10 Kč
600 g	13,20 Kč
700 g	14,30 Kč
800 g	16,50 Kč
900 g	18,70 Kč
1 000 g	20,90 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Ceník pro službu Doporučená zásilka

Hmotnost do	Doporučená zásilka - standard	Doporučená zásilka
50 g	26 Kč	30 Kč
100 g		34 Kč
500 g		37 Kč
1 000 g		43 Kč
2 000 g		49 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Ceník pro službu Obyčejný balík

Hmotnost do	Cena
2 kg	43 Kč
5 kg	50 Kč
10 kg	64 Kč
15 kg	78 Kč
20 kg	92 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Ceník pro službu Cenný balík

Hmotnost do	Cena
2 kg	58 Kč
5 kg	65 Kč
10 kg	77 Kč
15 kg	91 Kč
20 kg	107 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Ceník pro službu Obchodní balík

Hmotnost do	Cena	Hmotnost do	Cena
2 kg	82 Kč	14 kg	113 Kč
3 kg	85 Kč	16 kg	125 Kč
4 kg	88 Kč	18 kg	129 Kč
5 kg	91 Kč	20 kg	133 Kč
6 kg	94 Kč	22 kg	137 Kč
7 kg	97 Kč	24 kg	142 Kč
8 kg	100 Kč	26 kg	146 Kč
9 kg	103 Kč	28 kg	150 Kč
10 kg	107 Kč	30 kg	154 Kč
12 kg	110 Kč		

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Ceník pro službu EMS

Hmotnost do	Cena
1 kg	112 Kč
2 kg	120 Kč
3 kg	128 Kč
4 kg	136 Kč
5 kg	143 Kč
10 kg	171 Kč
15 kg	204 Kč
20 kg	240 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Ceník pro službu Roznáška informačních/propagačních materiálů

Hmotnost do	Pásmo A Cena za kus	Pásmo B Cena za kus
2 g	0,22 Kč	0,44 Kč
4 g	0,24 Kč	0,48 Kč
6 g	0,25 Kč	0,50 Kč
8 g	0,26 Kč	0,54 Kč
10 g	0,29 Kč	0,58 Kč
14 g	0,32 Kč	0,67 Kč
18 g	0,40 Kč	0,79 Kč
20 g	0,43 Kč	0,86 Kč
25 g	0,47 Kč	0,92 Kč
30 g	0,52 Kč	1,01 Kč
35 g	0,58 Kč	1,08 Kč
40 g	0,65 Kč	1,16 Kč
45 g	0,72 Kč	1,26 Kč
50 g	0,78 Kč	1,34 Kč
55 g	0,86 Kč	1,45 Kč
60 g	0,92 Kč	1,58 Kč
65 g	1,00 Kč	1,70 Kč
70 g	1,09 Kč	1,85 Kč
75 g	1,19 Kč	1,98 Kč
80 g	1,31 Kč	2,14 Kč
90 g	1,53 Kč	2,48 Kč
100 g	1,79 Kč	3,01 Kč

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Příloha č. 2 – Slevy poskytované ČP



SLEVY

SLEVY

I. ZÁKLADNÍ SLUŽBY

Množstevní slevy poštovních zásilek

Slevy se týkají vnitrostátních poštovních zásilek:

- Obyčejné psaní
- Obyčejné psaní - standard
- Doporučená zásilka
- Doporučená zásilka – standard
- Doporučený balíček
- Cenné psaní

Slevy se vyplácejí z celkového ročního finančního obrátu za výše uvedené zásilky po uplynutí kalendářního roku a po odečtení slevy za elektronické podání v následujícím rozsahu:

Roční obrat nad	Sleva
5 mil. Kč	1,75 %
10 mil. Kč	2,00 %
15 mil. Kč	2,50 %
20 mil. Kč	2,75 %
25 mil. Kč	3,00 %
50 mil. Kč	5,00 %
100 mil. Kč	7,00 %
200 mil. Kč	8,00 %
300 mil. Kč	10,00 %
400 mil. Kč	12,00 %

V případě, že se jedná o sítovou firmu, sleva se vypočítává z celkového ročního finančního obrátu z podání v rámci celé ČR.

Sleva při elektronickém podání Doporučených balíčků, Cenných psaní, Obyčejných balíků a Cenných balíků u hromadných podavatelů.....2 Kč/zásilku

Množstevní sleva poukázek A

- Slevy se týkají Poukázek A, jejichž cena je na základě zvláštních smluvních ujednání hrazena adresátem.
- Sleva se poskytuje počínaje obdobím následujícím po kalendářním měsíci, ve kterém bylo objemu dosaženo a vztahuje se k celkovému ročnímu objemu podání.
- Podmínkou poskytnutí slevy je plnění všech smluvních ujednání.
- Pokud roční objem podání překročí 100 000 ks Pk, lze v závislosti na objemu podání a obsahu zvláštních ujednání poskytnout množstevní slevu či stanovit vyšší ceny na základě individuální kalkulace oprávněných nákladů a přiměřeného zisku, případně kombinací obojího.
- Pokud roční objem podání Pk A přesáhne částku 40 milionů Kč 10,00 %

Množstevní slevy - balíky

Slevy se vyplácejí z celkového ročního finančního obrátu za služby Obyčejný balík a Cenný balík. Tato sleva je vyplácena za souhrn obrátů všech uvedených služeb po uplynutí kalendářního roku a po odečtení slevy za elektronické podání v následujícím rozsahu:

Roční obrát nad	Sleva
100 000 Kč	13 %
1 milion Kč	19 %
5 milionů Kč	23 %
10 milionů Kč	26 %

II. OSTATNÍ SLUŽBY
A. OBCHODNÍ PSANÍ
Množstevní slevy – Obchodní psaní

Sleva při jednorázovém podání od - do	Výše slevy
5 001 – 10 000 ks	6 %
10 001 – 20 000 ks	10 %
20 001 – 30 000 ks	15 %
30 001 – 50 000 ks	20 %
Nad 50 000 ks	25 %

S firmami, jejichž objem podání je minimálně 100 000 ks zásilek ročně lze uzavřít cenová ujednání.

B. EMS
Za měsíční objem podaných EMS zásilek

Měsíční podání přesahující	Výše slevy
100 ks	8 %
500 ks	13 %
1 000 ks	15 %
5 000 ks	17 %
10 000 ks	19 %
15 000 ks	21 %
20 000 ks	23 %

Při elektronickém podání u hromadných podavatelů2 Kč/zásilku

C. OBCHODNÍ BALÍK

Množstevní sleva za měsíční objem podaných Obchodních balíků

Počet kusů nad	Sleva
50 ks	3 % základní sazby
100 ks	7 % základní sazby
200 ks	8 % základní sazby
300 ks	9 % základní sazby
400 ks	11 % základní sazby
500 ks	13 % základní sazby
1 000 ks	18 % základní sazby

- Množstevní slevy se poskytují za celkový objem podaných Obchodních balíků.
- Množstevní slevy se poskytují pouze na základě uzavřené písemné dohody mezi podavatelem a Českou poštou, s.p.
- Výše množstevní slevy se stanoví dle celkového počtu podaných Obchodních balíků za kalendářní měsíc.
- Množstevní slevy se vyměřují procentem ze základních cen Obchodních balíků za kalendářní měsíc po odečtení slevy za Dodání zásilky na adresu provozovny.
- Podmínkou nároku na slevu za daný kalendářní měsíc je úhrada služby v době splatnosti faktury (faktur).
- Výplata slevy bude provedena odečtem od vyúčtování následujícího podání nebo dobropisem.

Při elektronickém podání u hromadných podavatelů2 Kč/zásilku

- Toto snížení ceny nebude zahrnováno do stanovených individuálních cen, pokud budou podavatelům vypočítávány. Snížení ceny se tedy vztahuje ke každému dennímu podání v elektronické podobě, ať již pro podavatele jednotná cena je nebo není určena.

Dodání zásilky na adresu provozovny, při splnění podmínek pro dodání dle poštovních podmínek služby Obchodní balík15 Kč/zásilka

- Sleva může být předběžně poskytnuta při podání a při splnění podmínek dle bodu 37 písm. a), b), c), d) a e) poštovních podmínek služby Obchodní balík. Pokud bude podnikem zjištěno, že nebyly splněny uvedené podmínky, bude provedeno doúčtování ceny základní

Dodatková sleva

Za více současně podaných Obchodních pro jednoho adresáta po odečtení slevy za dodání zásilky na adresu provozovny25 % základní sazby jedné zásilky

V odůvodněných případech lze sjednat odchylky od těchto cenových ujednání. Těmito odchylkami se nesmí změnit povaha nabízené poštovní služby.



SLEVY

III. NEPOŠTOVNÍ SLUŽBY

A. ROZNÁŠKA INFORMAČNÍCH/PROPAGAČNÍCH MATERIÁLŮ

Při dodržení poměru pásem A/B ve výši min. 70/30 se celá zakázka účtuje za cenu pásma A.

Ceník platný od 1. 1. 2010

Česká pošta, s.p. | Politických vězňů 909/4 | 225 99 Praha 1 | Česká republika | IČ: 47114983 | DIČ: CZ47114983
www.ceskaposta.cz

4/4

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Poštovní poukázky vnitrostátní



Co jsou poštovní poukázky?

Nástroj platebního styku pro převod peněžních částek.

Proč používat poštovní poukázky?

- **Dostupnost** – Poštovní poukázky přijímají všechny pošty. Poukázované peněžní částky vplácí odesílatel v hotovosti nebo bezhotovostně z účtu v české měně.
- **Variabilita** – Jednoduché, spolehlivé a rychlé řešení pro převod peněžních částek, ať již jde o poukazování peněžních částek v hotovosti či na účet.

Poštovní poukázka A

Je určena k poukázání peněžní částky na účet vedený bankou. Odesílatel uhradí poukázanou peněžní částku v hotovosti.

Poštovní poukázka B

Je určena k výplatě poukázané peněžní částky příjemci v hotovosti. Odesílatel uhradí poukázanou peněžní částku převodem z bankovního účtu. Údaje o platbě lze předat poště na podacím dokladu, nebo předáním dat elektronickou formou. Výběr peněžní částky lze realizovat na kterémkoliv poště.

Poštovní poukázka C

Je určena k výplatě poukázané peněžní částky příjemci v hotovosti. Odesílatel uhradí poukázanou peněžní částku v hotovosti.

Poštovní poukázka D

Je určena k výplatě poukázané peněžní částky příjemci v hotovosti ve lhůtě jednoho pracovního dne ode dne podání. Odesílatel uhradí poukázanou peněžní částku v hotovosti.

Doplňkové služby

Doplňkové služby lze zvolit jen společně se službou Poštovní poukázka B, Poštovní poukázka C nebo Poštovní poukázka D.

- **Dodejka**
V případě této doplňkové služby bude odesílateli předáno písemně potvrzení prokazující výplatu poukázané peněžní částky příjemci.
- **Dodání do vlastních rukou**
V případě této doplňkové služby bude poukázaná peněžní částka vyplacena:
– je-li adresát fyzická osoba, jen adresátovi, zmocněnci adresáta, zákonnému zmocněnci adresáta nebo zmocněnci zákonného zástupce adresáta
– je-li adresátem právnická osoba, jen oprávněné osobě
- **Dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta**
V případě této doplňkové služby bude poukázaná peněžní částka vyplacena výhradně jen adresátovi.
- **Termínovaná výplata**
V případě této doplňkové služby nebude poukázaná peněžní částka vyplacena dříve než v den stanovený odesílatelům. Tento den musí spadat do období 30 dnů od podání.

Kontakt

V případě potřeby bližších informací, prosím, kontaktujte svého obchodního zástupce nebo volejte na zákaznickou linku **840 111 244**.

Ceník

Druh zásilky	Do částky včetně					Za každých dalších započatých 10 000 Kč
	200 Kč	1 000 Kč	5 000 Kč	50 000 Kč		
Poukázka A	22 Kč	22 Kč	22 Kč	33 Kč		6 Kč
Poukázka B písemně	26 Kč	26 Kč	26 Kč	36 Kč		6 Kč
Poukázka B datově	24 Kč	24 Kč	24 Kč	34 Kč		6 Kč
Poukázka C	35 Kč	35 Kč	35 Kč	46 Kč		11 Kč
Poukázka D	88 Kč	88 Kč	99 Kč	121 Kč		11 Kč

Doplňková služba	Cena	Poznámka
Termínovaná výplata	4 Kč	Kromě ostatních cen za podávanou poštovní poukázku
Dodejka	6 Kč	
Dodání do vlastních rukou	6 Kč	
Dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta	6 Kč	

www.ceskaposta.cz

Zdroj: Česká pošta, s. p.

Poštovní poukázky zahraniční



Co jsou poštovní poukázky do zahraničí?

Nástroj platebního styku pro převod peněžních částek do zahraničí

Proč používat poštovní poukázky?

- **Dostupnost** – Poštovní poukázky přijímají všechny pošty. Poukazované peněžní částky vplácí odesílatel v hotovosti v české měně.
- **Variabilita** – Jednoduché, spolehlivé a rychlé řešení pro převod peněžních částek, ať již jde o poukazování peněžních částek v hotovosti či na účet.

Poukazované peněžní částky vplácí odesílatel v hotovosti v české měně. Přepočet vplacené částky na cizí měnu provede Česká pošta podle kurzu „valuty – prodej“ vyhlášeného Československou obchodní bankou, a. s., platného v den podání poštovní poukázky. Výplata vplacené částky se provádí v měně stanovené předpisy země určení.

Poštovní poukázka Z/A

Je určena k poukázání peněžní částky na bankovní účet vedený v zahraničí. Odesílatel uhradí poukázanou peněžní částku v hotovosti.

Poukázka Z/A	Poukazovaná částka	Cena
	do 6 500 Kč včetně	90 Kč
	do 13 000 Kč včetně	115 Kč
	nad 13 000 Kč	145 Kč

Seznam zemí, do nichž lze zasílat Poštovní poukázky Z/A

Země	Nejvyšší dovolená částka
Bělorusko	500 USD
Bulharsko	1 000 EUR
Maďarsko	2 500 EUR
Polsko	2 000 USD

Poštovní poukázka Z/C

Je určena k výplatě poukázané peněžní částky příjemci v zahraničí v hotovosti. Odesílatel uhradí poukázanou peněžní částku v hotovosti. Poštovní poukázky Z/C lze zasílat jen do následujících zemí: Belgie, Bělorusko, Bulharsko, Francie, Itálie, Litva, Lotyšsko, Maďarsko, Monako, Polsko, Rumunsko, Španělsko, Ukrajina a Vietnam.

Poukázka Z/C	Poukazovaná částka	Cena
	do 6 500 Kč včetně	90 Kč
	do 13 000 Kč včetně	115 Kč
	nad 13 000 Kč	145 Kč

Doplňkové služby

- **Dodejka**
V případě této doplňkové služby bude odesílateli předáno písemné potvrzení prokazující výplatu poukázané peněžní částky příjemci. Tuto doplňkovou službu lze zvolit jen tehdy, je-li to podle zahraničních podmínek možné.
- **Dodání do vlastních rukou**
V případě této doplňkové služby zahraniční provozovatel vplácí poukázanou peněžní částku způsobem, který je pro výplatu částek určených do vlastních rukou adresáta v zemi určení zaveden. Tuto doplňkovou službu lze zvolit jen tehdy, je-li to podle zahraničních podmínek možné.

Doplňková služba	Cena
Dodejka	15 Kč
Dodání do vlastních rukou adresáta	6 Kč

Kontakt

V případě potřeby bližších informací, prosím, kontaktujte svého obchodního zástupce nebo volejte na zákaznickou linku **840 111 244**.

Co jsou Zásilky do zahraničí?

Česká pošta nabízí svým zákazníkům přepravu zásilek i do zahraničí. Po celé České republice platí stejné zásilací podmínky, ovšem při posílání jednotlivých druhů zásilek do zahraničí se podmínky liší dle země určení. Podrobné informace týkající se konkrétních zemí najdete v Poštovních podmínkách ČP (díl „Zahraníční podmínky“), které jsou k dispozici na každé poště nebo na www.ceskaposta.cz.

Zásilky do zahraničí můžete podat jako:

- **Prioritní** – zásilka je přepravována přednostně a označena poznámkou „**PRIORITAIRE**“
- **Ekonomické** – zásilka se nepřepravuje nejrychlejším způsobem a za sníženou cenu.

Celní řízení

Pokud v Doporučené zásilce, Standardním balíku nebo Cenné zásilce posíláte zboží obchodního charakteru, je třeba je nejprve prohlédnout.

Obyčejné zásilky

- **Rychle a jednoduše** – podání ani dodání Obyčejné zásilky pošta nepotvrzuje.
- **Obyčejnou zásilkou neposílejte cenné věci** – za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu pošta neodpovídá.
- **Kdekoliv na poště nebo do schránky** – Obyčejnou zásilku podáte jednoduše na kterékoliv poště, u pověřených pracovníků pošt nebo ji lze vhodit do poštovní schránky.

Obyčejná zásilka

Parametr	Popis
Stvrzení podání	Ne
Dodání proti potvrzení převzetí	Ne
Odpovědnost	Za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu pošta neodpovídá
Minimální hmotnost	2,5 g
Maximální hmotnost	2 kg
Minimální rozměry	14 x 9 cm
Maximální rozměry	Maximální délka 60 cm, součet všech tří rozměrů zásilky nesmí přesahovat 90 cm

Na zásilky adresované do mimoevropských zemí napište pozn. „**PRIORITAIRE**“ nebo požadavek sdělte při podání. Cena služby je závislá na hmotnosti, zemi určení a požadované rychlosti přepravy.

www.ceskaposta.cz

Doporučené zásilky

- **Jistota především** – podání zásilky vám pošta stvrdí a při dodání příjemce převzetí potvrdí.
- **Doporučené zásilky můžete podat na kterékoliv poště nebo u pověřených pracovníků pošt a opatřte tyto zásilky pozn. „RECOMMANDE“ nebo požadavek sdělte při podání.**

Doporučená zásilka

Cena služby je závislá na hmotnosti, zemi určení a požadované rychlosti přepravy.

Parametr	Popis
Stvrzení podání	Ano (podací lístek)
Dodání proti potvrzení převzetí	Ano
Odpovědnost	Za ztrátu, poškození a úbytek pošta odpovídá dle zahraničních podmínek pro danou zemi. Pokud není stanoveno jinak, odpovídá do výše částky 809 Kč dle poštovních podmínek ČP – Základní poštovní služby.
Minimální hmotnost	2,5 g
Maximální hmotnost	2 kg
Minimální rozměry	14 x 9 cm
Maximální rozměry	Maximální délka 60 cm, součet všech tří rozměrů zásilky nesmí přesahovat 90 cm.

Obyčejný tiskovinový pytel

Noviny, časopisy, knihy a další tiskoviny můžete do zahraničí poslat ve speciálním tiskovinovém pytli. Získáte jej na každé poště zdarma a můžete jej naplnit tiskovinami o celkové hmotnosti maximálně 30 kg. Země, které mají stanovenou nižší hmotnost, jsou uvedeny v zahraničních podmínkách. Cena služby je závislá na hmotnosti, zemi určení a požadované rychlosti přepravy.

Doporučený tiskovinový pytel

Pro Doporučený tiskovinový pytel platí stejné podmínky jako pro Obyčejný tiskovinový pytel. Pošta odpovídá za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu Doporučeného tiskovinového pytle do výše uvedené v poštovních podmínkách. Země, které dovolují nižší hmotnost a které nedovolují Doporučené tiskovinové pytle, jsou uvedeny v zahraničních podmínkách.

Zásilky do zahraničí



Standardní balík

Před podáním balíku je třeba vyplnit poštovní průvodku. Rozměry Standardního balíku nesmějí přesahovat největší přípustné rozměry uvedené v zahraničních podmínkách pro danou zemi. Pošta odpovídá za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu podle poštovních podmínek. Cena služby je závislá na hmotnosti, rozměrech, zemi určení, rychlosti přepravy a způsobu zacházení podle poštovních podmínek. Maximální dovolené rozměry a hmotnost jsou pro každou zemi určeny v zahraničních podmínkách. Obsahem Standardního balíku nesmí být aktuální písemnost, která obsahuje sdělení určené adresátovi nebo jiné konkrétní osobě.

Cenné zásilky

- **Na všech poštách** – Cenné zásilky do zahraničí (platí pro vybrané země) můžete podat na všech poštách nebo u pověřených pracovníků pošty.
- **Nezapomeňte na prohlášení** – pokud posíláte zásilku mimo země Evropské unie, Andorry, Monako, San Marino nebo Vatikán, je třeba ji před podáním prohlásit.
- **Bezpečí i pro cennosti** – Cennou zásilku můžete poslat i peníze, drahé kovy a kameny, šperky a další cenné předměty, pokud to země určení nevyklučuje.
- **Ocenění zásilky** – před odesláním uveďte na zásilku její cenu (Udaná cena), tato částka však může dosáhnout jen maximální výše pro danou zemi určení.
- **Klíč pro vás** – za škodu vzniklou ztrátou, poškozením nebo úbytkem obsahu Cenné zásilky, a to až do výše Udané ceny, odpovídá pošta.

Cenné psaní

Cenné psaní můžete poslat jen do zemí, které to umožňují. Musí být zabaleno v plastovém obalu, který zakoupíte na každé poště. Plastový obal je třeba uzavřít podle vyznačených pokynů. Na obalu nelze nic opravovat nebo na něj nalepovat. Cena služby je závislá na hmotnosti, způsobu zacházení a příplatku za Udanou cenu.

Parametr	Popis
Stvrzení podání	Ano
Dodání proti potvrzení převzetí	Ano
Odpovědnost	Za ztrátu, poškození a úbytek pošta odpovídá až do výše Udané ceny.
Minimální hmotnost	2,5 g
Maximální hmotnost	2 kg
Rozměry	Musí být použit speciální bezpeč. plast. obal prodávaný Českou poštou. Formát C5 – 16,2 x 22,9 cm (lze vložit obsah o vel. formátu A5) Formát C4 – 22,9 x 32,4 cm (lze vložit obsah o vel. formátu A4)

Cenný balík

Cenný balík můžete poslat jen do zemí, které to dovolují. Před podáním je nutné vyplnit poštovní průvodku. Rozměry Cenného balíku nesmějí přesahovat největší přípustné rozměry uvedené v zahraničních podmínkách pro danou zemi. Cena služby se skládá z ceny Standardního balíku a příplatku za Udanou cenu obsahu.

Parametr	Popis
Stvrzení podání	Ano (poštovní průvodka)
Dodání proti potvrzení převzetí	Ano
Odpovědnost	Za ztrátu, poškození a úbytek pošta odpovídá do výše Udané ceny, povoleného limitu uvedeného v zahr. podmínkách pro danou zemi.
Maximální hmotnost	Nemůže činit více, než je nejvyšší povolená hmotnost uvedená v zahr. podmínkách pro danou zemi.
Minimální rozměry	21 x 19 cm
Maximální rozměry	Nesmějí přesahovat největší přípustné rozměry uvedené v zahr. podmínkách pro danou zemi.

Doplňkové služby a příplatky

- **Dodejka**
V případě této doplňkové služby bude odeslateli předáno písemné potvrzení prokazující dodání zásilky.
- **Dodání do vlastních rukou adresáta**
V případě této doplňkové služby zahraniční provozovatel dodá zásilku způsobem, který je pro dodání poštovních zásilek určených do vlastních rukou adresáta zaveden v zemi určení. Tuto doplňkovou službu lze zvolit jen společně se službou Doporučená zásilka, Doporučený tiskovinový pytel nebo Cenné psaní, a to jen tehdy, je-li to podle zahraničních podmínek dané země možné.
- **Dobírka**
V případě této doplňkové služby zahraniční provozovatel vybere při dodání zásilky od příjemce stanovenou peněžní částku (dobírkovou částku), která bude odeslateli vyplacena v hotovosti. Je-li to podle zahraničních podmínek možné, odesílatel může požádat, aby byla vyplacena převodem na určený účet. Dobírková částka nesmí převyšovat nejvyšší přípustnou částku uvedenou v zahr. podmínkách a odesílateli je vyplacena v českých korunách. Tuto doplňkovou službu lze zvolit jen tehdy, je-li to podle zahraničních podmínek dané země možné.
- **Neskladné (NSK)**
Je-li to však podle zahraničních podmínek pro danou zemi možné, Cenný nebo Standardní balík, který nemá pravouhlý tvar a jeho hmotnost je přitom větší než 2 kg nebo jehož rozměry přesahují rozhodné rozměry uvedené v zahr. podmínkách, se přepravuje za zvýšenou cenu jako „Neskladný“.

Kontakt

V případě potřeby bližších informací, prosím, kontaktujte svého obchodního zástupce nebo volejte na zákaznickou linku **840 111 244**.

www.ceskaposta.cz

Zdroj: Česká pošta

Co je SIPO?

Jestliže potřebujete pravidelně či nepravidelně inkasovat platby za služby nebo zboží, využijte jednu z nejspolehlivějších služeb – soustředěné inkaso plateb obyvatelstva (SIPO). Prostřednictvím SIPO můžete předepisovat platby, které občané velmi jednoduše uhradí.

Terminologie

- Organizace = ti, kteří poskytují služby/zboží plátcům, předepisují jim platby k úhradě do SIPO
- Plátce = hradí pravidelné a nepravidelné platby

Česká pošta organizacím v SIPO zajišťuje:

- vyhotovení a dodání Plátců „**Platební doklad SIPO**“ a „**Platební doklad SIPO – Upomínka** a „**Rozpis bezhotovostní platby SIPO**“
- soubory uhrazených plateb ve sjednaných termínech
- soubor vyčleněných dluhů za inkasní měsíc (jde o soubor, který obsahuje nezaplacené předpisy jednotlivých Plátců; Česká pošta vyhotovuje soubor vyčleněných dluhů v rámci doúčtování do 8. dne následujícího měsíce a tyto dluhy již dále neupomíná)
- soubor nezaplacených předpisů (jde o soubor, který obsahuje nezaplacené předpisy jednotlivých Plátců; v případě, že využijete službu „Upomínky“, obsahuje soupis jednotlivých předpisů, které nebyly v příslušném inkasním měsíci uhrazeny a pošta je v následujícím měsíci dále upomíná)
- ve sjednaném časovém režimu převádí vybranou finanční hotovost

Zřízení služby

- Zámec o zřízení služby SIPO (dále jen „Organizace“) vyplní s příslušným obchodním zástupcem podklady pro uzavření mandátní smlouvy SIPO.
- Organizace obdrží software Crypta, který je třeba na šifrování zasílaných předpisů a který je důležitý pro bezpečné spojení mezi Organizací a Českou poštou (Organizace tento software od České pošty obdrží zdarma při zřízení služby).
- Organizace se může rozhodnout, zda bude České poště poskytovat celý kmen svých Plátců (soubor předpisů plateb) nebo jen změnový soubor kmene Plátců (dana Organizace při prvním předání celého souboru předpisů plateb předá tento soubor České poště a další měsíce předává jen ty předpisy plateb, ve kterých došlo ke změně, případně nové předpisy plateb) – tyto kmeny zašle poště do 25. dne kalendářního měsíce.

Doplňkové služby

Možnost získání podkladů pro fakturaci (pisemná zpráva s informací, jakou částku vám bude Česká pošta účtovat za poskytnutí služby SIPO v daném měsíci).

Kontakt

V případě potřeby bližších informací, prosím, kontaktujte svého obchodního zástupce nebo volejte na zákaznickou linku **840 111 244**.



Co je eSIPO?

Nyní máte příležitost rozšířit službu SIPO o další možnosti pomocí internetu. Služba eSIPO vám umožní efektivní elektronickou správu a kontrolu pravidelných i nepravidelných plateb plátců přes internet. Navíc je výhodná pro malé i velké organizace.

Další možnosti eSIPO

- Přístup k této službě přes internet
- Přehled zpracování posledního změnového souboru (v tomto souboru vidíte, jak probíhá zpracování daného souboru)
- Získat upozornění o stavu zpracování změnového souboru na e-mail i do eBoxu nebo formou SMS (zda byl daný soubor zpracován bez chyb, případně tento soubor obsahuje tabulku chyb)
- Přehled úhrad předpisů plateb za aktuální měsíc (co má Česká pošta od plátců inkasovat a co již k danému dni vyinkasovala)
- Náhled na zaplacení předpisu pro konkrétní spojovací číslo daného plátce (zde uvidíte platební morálku každého plátce)

Kontakt

V případě potřeby bližších informací, prosím, kontaktujte svého obchodního zástupce nebo volejte na zákaznickou linku **840 111 244**.