



DIRECTA - M A G

— Gennaio 2019 —

Il Direct Marketing
nell'era digitale

La soluzione globale
Directa per il PagoPA



Presentato il nuovo sito
web Directa



PRESENTI AL FUTURO

Gli Workshop Directa per le Agenzie Postali

 [directagroupitalia](https://www.facebook.com/directagroupitalia)
 www.directaitalia.it

 800 642816
 info@directitalia.it

DIRECTA 2020

Presenti al futuro

Aggiornare il nostro sito web è stata l'occasione per una riflessione sulla nostra azienda che, come sempre accade, giunta ad essere una importante realtà nazionale, si trova di fronte ad un bivio: scommettere sul cambiamento o illudersi di poter mantenere il livello raggiunto. Il mercato contemporaneo insegna, però, che l'immobilismo è una illusione: nella realtà si attende un lento ma inesorabile declino.

Chi fa impresa sa che «intraprendere» significa porsi, ogni giorno, la domanda: «Stiamo camminando?».

Directa ha scelto di perseguire nuovi traguardi e affrontare nuove sfide arricchendo l'offerta dei propri prodotti e rinnovando la propria comunicazione. In un contesto sempre più concorrenziale, gli ambiti di competitività per una impresa si ampliano oltre i confini del mercato: anzitutto ci confrontiamo sull'**innovazione** - sviluppando servizi sempre più efficaci e customizzabili -, sulla **green economy** - che trae ispirazione dall'**ecoinnovazione** (vedi box) - e sulla promozione di ecosistemi locali sostenibili - grazie alla nostra presenza e capillare che si sviluppa in capacità di creare rete con il territorio.



ECOINNOVAZIONE

La Comunità europea indica in questo modo tutte le forme di innovazione, tecnologica e non solo, che creano opportunità commerciali e apportano benefici all'ambiente, prevenendone o riducendone l'impatto o ottimizzando l'uso delle risorse. L'ecoinnovazione è strettamente correlata al modo in cui usiamo le risorse ed ai nostri modelli di produzione e di consumo, così come al concetto di ecoefficienza, con conseguente vantaggio competitivo.

<https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/ecoinnovation/it.pdf>

PARLIAMONE

Indice

P 2	Presenti al futuro
-	Editoriale
P 4	Nell'era digitale la posta funziona ancora?
-	In un mercato saturo di contenuti digitali e pubblicità si riscopre l'efficacia del Direct Marketing
P 6	Workshop Directa per Agenzie Postali
-	Appuntamenti per dialogare sui Servizi e Prodotti evoluti per agenzie postali private
P 8	La soluzione globale Directa per il PagoPA
-	I vantaggi per la Pubblica Amministrazione: disporre di un partner tecnologico ed un interlocutore unico.
P 10	Il nuovo sito web Directa
-	Nuova veste grafica e contenuti aggiornati, con uno sguardo al mercato e una sezione dedicata alle Agenzie

Directa Mag non è un prodotto editoriale e non ha cadenza periodica. Propone una selezione dei contenuti pubblicati sul Blog *Directa Blog*, pertanto non è da considerarsi una testata giornalistica.

01

Nell'era digitale, la posta funziona ancora?

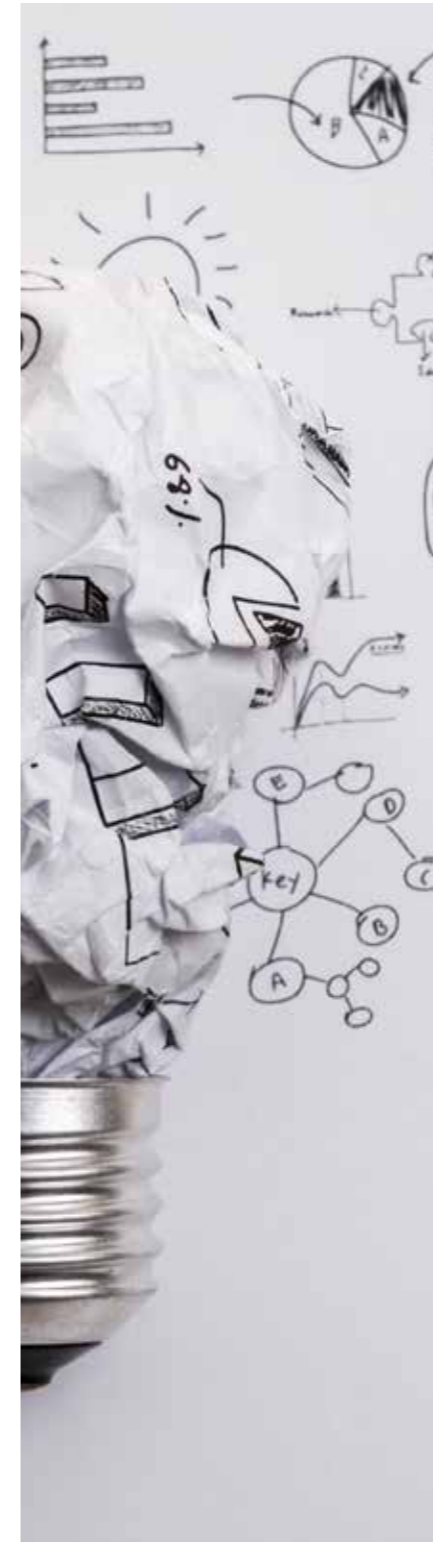
In un mercato saturo di contenuti digitali e pubblicità si riscopre l'efficacia del Direct Marketing



Con un tasso di risposta fino a 15 volte superiore rispetto alla posta elettronica, le campagne di marketing realizzate attraverso la posta continuano a generare alcuni dei risultati più elevati, rispetto ai canali digitali. Se sappiamo come massimizzare i vantaggi della campagna, possiamo ottenere risultati ancora più importanti. Per fare ciò, è necessario anzitutto avere il massimo controllo su visibilità, tempistica e coordinamento della campagna. Anzitutto **dobbiamo essere certi di rivolgerci ad**

un partner postale che garantisca la massima precisione e puntualità nelle consegne: anche per questa ragione le Agenzie Directa Italia presentano, al termine della distribuzione, un documento di resoconto accurato.

Oltre a ciò, è importante disporre del tracking online in tempo reale della corrispondenza che abbiamo inviato. La spedizione è stata consegnata ai destinatari previsti? Quando è stata consegnata ogni lettera? Soprattutto quando



i risultati della campagna non sono buoni come previsto, queste informazioni sono cruciali. Se il tasso di risposta è deludente in una determinata area geografica, è importante analizzare questo dato per poter intervenire in maniera più precisa su quella fascia di target. Disponendo di più dati sulle campagne di marketing, è possibile prendere decisioni più efficaci.

Non sempre le aziende o i professionisti dispongono delle competenze necessarie per effettuare queste analisi: anche in questo caso è importante rivolgersi ad un partner postale che disponga di un Ufficio Marketing specializzato, propositivo durante la fase di creazione della campagna e in grado di effettuare tutte le successive analisi.

Quali fattori occorre considerare nel preparare una campagna di marketing attraverso l'invio di corrispondenza?

Anzitutto l'**individuazione dei tempi della campagna.**

Il tempismo è tutto nel marketing e la gestione della tempistica è una componente chiave dell'esecuzione di una campagna di marketing di successo. Sapendo quanto tempo sarà necessario per consegnare gli invii ai destinatari previsti in una specifica area geografica, sarà possibile pianificare meglio le risorse.

Inoltre dobbiamo **pianificare i costi della campagna**

Quando parliamo di pianificazione, non intendiamo semplicemente il controllo degli aspetti fisici del processo di mailing: consideriamo anche la pianificazione del costo

delle campagne poiché la trasparenza sui costi previsti consente di eseguire una campagna complessivamente più efficiente ed economica. Anche in questo caso la scelta del giusto partner deve garantire prezzi competitivi ed elevati standard qualitativi, in modo da poter pianificare la campagna nella maniera più efficace possibile.

Infine il **coordinamento di campagne multicanale.**

Il mix di canali è una opportunità da considerare, quando si vuole avviare una efficace campagna promozionale: posta + email + social... Le variabili sono numerose e si rende ancora più necessario affidarsi ad operatori che dispongano delle competenze, delle tecnologie e dell'esperienza necessari per realizzare campagne multicanale coordinate correttamente. Un partner postale che adotti le soluzioni più moderne è in grado di fornire strumenti per il monitoraggio di tutti i canali utilizzati.

02

Workshop Directa per Agenzie Postali

Appuntamenti per dialogare sui Servizi e Prodotti evoluti per agenzie postali private



Ripartono in questo mese gli incontri aperti alle Agenzie Postali promossi da Directa: l'occasione per parlare del mercato, delle possibilità di sviluppo e delle novità.

Nelle nostre giornate parliamo dei servizi e delle convenzioni per il Business, dei servizi in outsourcing per Aziende e Enti con la nostra piattaforma PostSystem®, la soluzione ERP distribuita con licenza Saas più diffusa in Italia fra gli operatori di poste private. Nel corner dedicato, è possibile sperimentare anche DirectaPay, il nostro sistema gestionale dal quale ogni operazione può essere effettuata rapidamente ed in maniera intuitiva.

Durante le giornate si può testare il nostro POS multiconto, integrato nel prodotto per **Amministratori di condominio**. I nostri esperti presentano il sistema Directa per l'archiviazione digitale delle ricevute postali e di pagamento, con la gestione dei documenti e delle fatture elettroniche in cloud.

Tra le novità presentate quest'anno ci sono: **DirectaBox** e la nuova piattaforma per i **DirectaPoint**. DirectaBox è la soluzione per gestire spedizioni fino a 2 kg e resi, offrendo condizioni economiche assolutamente vantaggiose, tempi di consegna rapidi e la garanzia di un servizio efficiente. Grazie ai Point è possibile rendere capillare la presenza delle Agenzie sul territorio: l'alleanza vincente che offre in un contesto delocalizzato i servizi offerti dall'Agenzia, creando una moltiplicazione virtuosa del business.

La novità più attesa degli Workshop 2020 è la presentazione del Sistema Atti Giudiziari.

La Normativa

Il decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 19 luglio 2018, pubblicato in G.U. n. 208 del 7 settembre 2018, aveva disciplinato il rilascio delle licenze individuali per i servizi di notificazione (fino ad ora attribuito esclusivamente a Poste Italiane) recependo la legge annuale per il mercato e la concorrenza che, nel 2017, aveva liberalizzato la notifica degli atti giudiziari e delle multe, mettendo fine – di fatto – all'ultimo monopolio di Poste Italiane.

Le Licenze

Il percorso che avrebbe reso legittime le notificazioni degli Atti Giudiziari e delle multe per violazione del Codice della Strada, effettuate da operatori di Poste Private, è stato ancora lungo ma finalmente sono state definite delle modalità di concessione delle autorizzazioni e dei requisiti richiesti. Il rilascio della Licenza, infatti, è subordinato agli obblighi specifici del servizio, in particolare relativi alla qualità del servizio, alla disponibilità, alle procedure di esecuzione ed alla sicurezza.

I criteri

Ottenere la Licenza per la notifica in ambito regionale o nazionale richiede di possedere numerosi requisiti, non solo in relazione all'affidabilità, professionalità e onorabilità: deve essere garantito il rispetto di specifici obblighi in materia di gestione del personale dipendente e di qualità del servizio.

Anche all'interno dello stesso circuito di poste private (Franchising o Network) non tutte le agenzie o uffici saranno autorizzati alla notificazione, in particolare non sarà consentito a quelle che non saranno in grado di certificare le proprie procedure di gestione dei processi e di sicurezza.

La Soluzione Directa

La soluzione Atti Giudiziari creata da Gede Data Services e adottata da Directa Italia, offre alle Agenzie di Posta Privata Directa gli strumenti per accedere alla Licenza e rispondere alle esigenze di Amministrazioni, Enti, Avvocati e Camere di Commercio: il servizio prevede pick up dedicato, effettuato con personale autorizzato; tracking & tracing in tempo reale per ciascun invio; resoconto dettagliato delle consegne; area personale per la visualizzazione delle ricevute archiviate digitalmente e processi di gestione certificati e garantiti.



03

pagoPA

pagoPA

pagoPA

pagoPA

pagoPA

Aderire al Sistema pagoPA non è solo un obbligo sancito dal Codice dell'Amministrazione Digitale: garantisce anche numerosi vantaggi sia ai Cittadini sia alla Pubblica Amministrazione e, grazie a Directa, usufruire di questi vantaggi per l'Ente diventa semplice.

La struttura imprenditoriale in cui Directa è inserita gestisce, coordina e presidia le attività in tutti i passaggi, sollevando la Pubblica Amministrazione da ogni impiego di risorse economiche, di personale e di tempo: dopo la trasmissione del flusso dei tributi, la PA non ha alcun altro procedimento da attivare o funzione da svolgere.

Le Pubbliche Amministrazioni sperimentano una maggiore efficienza ed un importante risparmio nella gestione del ciclo di vita del pagamento, con particolare riguardo alle attività di riconciliazione, velocizzando la riscossione e ricevendo esiti in tempo reale.

La soluzione globale Directa per il PagoPA

I vantaggi per la Pubblica Amministrazione: disporre di un partner tecnologico ed un interlocutore unico.

Cosa pagare con PagoPA? Il sistema di gestione dei pagamenti elettronici è in costante evoluzione: attualmente con PagoPa è possibile pagare:

Agenzia delle Entrate Riscossione (ex Equitalia); Tasse e imposte, locali (IMU, Tasi e Tari) e nazionali; Rette e mense scolastiche; Sanzioni e multe; Bolli auto; numerosi tipi di pagamento verso le Pubbliche Amministrazioni (l'elenco aggiornato è disponibile nel sito istituzionale). Le novità si susseguono: da otto-

bre 2019 chi dovrà pagare cartelle esattoriali e bollettini alle pubbliche amministrazioni non riceverà più il bollettino RAV, in precedenza allegato alla comunicazione di pagamento: Agenzia Entrate-Riscossione ha comunicato che il RAV verrà sostituito dal modulo di pagamento PagoPA.

L'adozione del sistema PagoPA da parte delle Amministrazioni contribuisce alla diffusione rapida su tutto il territorio di questo sistema: è possibile usarlo online – nei siti

PagoPa è il sistema nazionale di pagamento elettronico che Agenzia per l'Italia Digitale mette a disposizione per effettuare pagamenti verso la Pubblica Amministrazione. Questa tipologia di pagamento può essere utilizzata anche presso tutti gli esercizi commerciali che espongono il logo. Lo scopo è di rendere più rapido, sicuro e semplice ogni pagamento o versamento verso la Pubblica Amministrazione. Particolare attenzione è data proprio alla sicurezza per il contribuente: viene, ad esempio, generato un codice identificativo di versamento che garantisce trasparenza per il pagante e per i gestori dei servizi pubblici. L'utente potrà anche conoscere in anticipo il costo di ogni operazione, ricevendo a conclusione dell'operazione la ricevuta dell'avvenuto versamento.

aggiornati – e presso numerose strutture fisiche, tra cui le Agenzie DIRECTA che aderiscono ai Servizi di Pagamento.

Per pagare con PagoPA nei punti fisici non sono richieste nuove credenziali: per poter effettuare un pagamento a favore della Pubblica Amministrazione bisognerà essere in possesso solo di un valido indirizzo Email, consegnare il bollettino dell'utenza da pagare, controllare i dati stampati sul pre-scontrino e conservare la ricevuta di pagamento.

In questo modo i cittadini dispongono di una multicanalità completa, indipendentemente dalle dimensioni del proprio Ente di riferimento: tutti potranno scegliere liberamente i canali e gli strumenti di pagamento ed avranno a disposizione numerosi punti di incasso, con maggiore omogeneità e semplicità della user experience e una pluralità di funzioni accessorie al pagamento (consultazione della propria posizione debitoria aggiornata, avvisatura digitale, ricevuta immediata con valore liberatorio, ecc). Si può, inoltre, eseguire digitalmente il servizio ed effettuare il pagamento contestuale.



03

Il nuovo sito web Directa

Nuova veste grafica e contenuti aggiornati, con uno sguardo al mercato e una sezione dedicata alle Agenzie

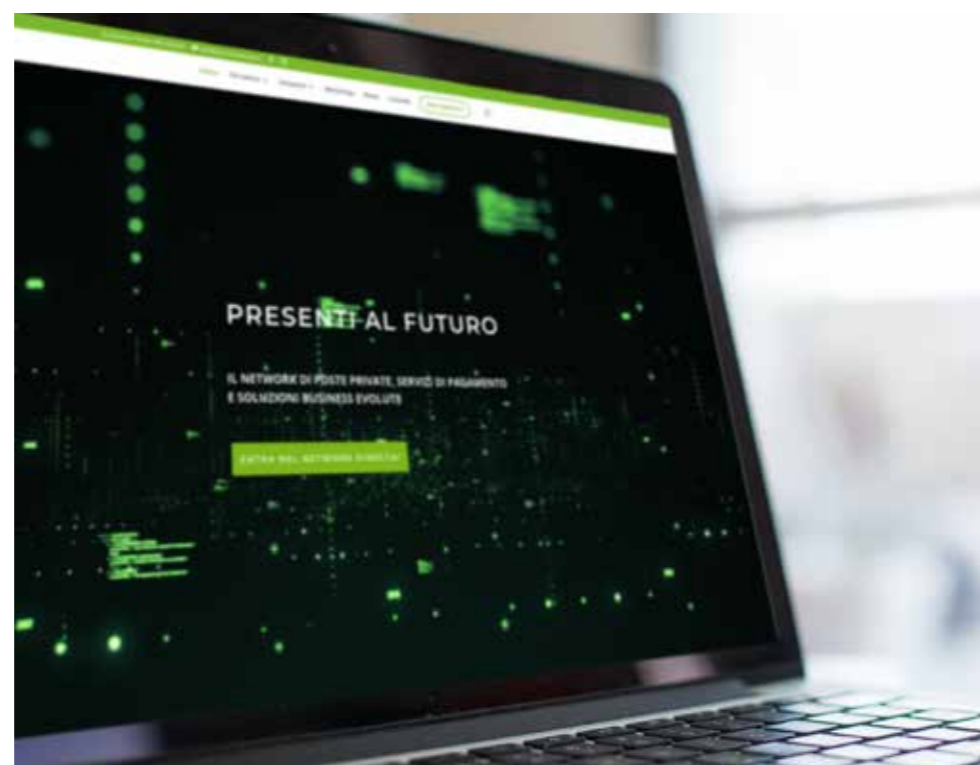
Completamente rinnovato nella grafica e nella strutturazione delle informazioni, il nuovo sito si presenta con un aspetto multifunzionale e dinamico. È pensato per arricchire e facilitare la user experience su qualsiasi device, grazie alle funzioni adattive.

Dall'home page è possibile accedere con un solo clic alle nostre soluzioni per privati, business, enti e Agenzie postali. Nella sezione *Chi siamo* sono disponibili le informazioni sui nostri interventi di responsabilità sociale e ambientale, arricchite dalla possibilità di scaricare i documenti sia da queste pagine sia dall'area di download.

Sono stati moltiplicati anche i form dei contatti, sia nella pagina dedicata sia nelle sezioni business. Per le Agenzie Postali è stato implementato il form di contatto rapido: è sufficiente fornire un recapito per essere richiamati entro 24 ore.

Il nostro obiettivo principale è di rendere il sito web un portale di informazione e comunicazione, una risorsa a disposizione dei partner e dei clienti: per questo è stata arricchita la sezione dedicata ai prodotti di Directa, in particolare destinati al business, agli Enti ed alle Utilities. Ogni prodotto dispone ora di una propria scheda descrittiva, con contenuti descrittivi e materiali informativi.

Il dialogo con Directa avviene anche attraverso la pagina delle News, disponibili in tempo reale nel blog e, con cadenza periodica, nel DirectaMag. Sarà presto disponibile anche la pagina dedicata alla nostra realtà, con la possibilità di visitare virtualmente i nostri uffici, l'hub e le nostre Agenzie: il nostro successo è fatto dalle persone che quotidianamente operano nella holding.



Tra le novità del sito, il nuovo Codice etico e i documenti sulla responsabilità.

RESPONSABILITÀ SOCIALE

L'impegno delle persone che compongono Directa si traduce nel perseguire gli obiettivi imprenditoriali senza perdere di vista i nostri punti di riferimento: il rispetto e la responsabilità, l'integrità e la passione per la ricerca e l'innovazione.

Per questa ragione nella pagina della Responsabilità Sociale descriviamo le nostre scelte e la visione del business che non può prescindere dall'impegno concreto, reale e fattivo.

Abbiamo quindi avviato una proficua collaborazione con l'Associazione MagicaMusica, supportando l'orchestra composta da 30 ragazzi disabili e dai loro educatori: il progetto e i documenti sono disponibili nella pagina del sito web.

RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Ogni realtà aziendale, in particolare quelle impegnate nel comparto logistico, deve essere consapevole che la propria condotta virtuosa contribuisce in maniera determinante alla crescita sostenibile, alla salvaguardia dell'ambiente ed alla creazione di un ambiente di lavoro sempre meno impattante.

Nel sito descriviamo come il nostro impegno si attui investendo nello sviluppo di servizi alternativi, in funzionalità innovative e nella promozione di una sistema efficiente che risponda alle necessità dello sviluppo sociale, alle sfide ambientali ed alle esigenze economiche. La nostra esperienza ha dimostrato che queste soluzioni rispondono anche alle esigenze dei nostri clienti e i nostri principi si concretizzano anzitutto in scelte quotidiane.

IL NUOVO CODICE ETICO DIRECTA

Il valore di un codice etico non è nella capacità impositiva dell'azienda rispetto ai contenuti: è una linea guida, prima ancora che una dichiarazione di valori o di impegni aziendali. Lo stesso concetto di Etica si arricchisce di nuove sfumature con il passare del tempo, insieme all'evoluzione della società.

Per questa ragione abbiamo rieditato il nostro Codice Etico, chiarendo la missione, i valori e i principi di Directa. Il contenuto principale riguarda i nostri standard di condotta professionale: articola i valori che desideriamo promuovere tra i partner ed i collaboratori e, nel fare ciò, definisce le scelte operative a cui aspiriamo. Il nostro Codice Etico è quindi una ricca raccolta di punti di riferimento rispetto ai quali misurare le decisioni individuali e della rete.

ENTRA NEL NETWORK DIRECTA

Realizza il tuo progetto nel Gruppo che produce tutti i servizi che offri

Directa offre la possibilità di entrare a far parte del suo Network di Agenzie – non in Franchising – perché crediamo fortemente nel concetto rete: ogni nodo ha un grande valore umano e imprenditoriale. Per questo la connessione tra i nodi è la chiave del successo per ogni azienda che fa parte del network.

