

20.8.2015



Hyvä asiakkaamme

Postisen ja Kotisuora-nipun jakelupäivät muuttuvat lokakuussa

Postisen ja Kotisuora-nipun torstain jakelupäivä vaihtuu keskiviikoksi 7.10.2015 alkaen. Muutos ei vaikuta maanantaisin jaettavaan Kotisuora-nippuun eikä yksittäin jaettaviin Kotisuora, premium -jakeluihin. Postisen torstain mainostilavaraukset on muutettu keskiviikoille.

Jos yrityksellänne on Kotisuoran jakeluvarauksia loppuvuoden torstai-päiville, olemme teihin yhteydessä elokuun aikana ja kerromme asiakaskohtaiset vaikutukset.

Asiakaspalaute ohjasi muutokseen

Päätös jakelupäivämuutoksesta syntyi asiakaspalautteen pohjalta. Maaliskuun alusta lanseerattujen palvelujen sopivuutta mainostajille ja lehtiasiakkaille on kartoitettu tarkkaan. Pääasiallinen kysyntä valtakunnalliselle osoitteettomalla jakelulle on siirtynyt torstailta keskiviikolle.

Keskiviikkojakelu siis korvaa tähänastisen torstaijakelun. Jakelupäivän siirto aikaistaa päivällä Kotisuora-nipun keskiviikkojakelun postiinjättöä.

- Jatkossa keskiviikkona jaettavien lähetysten postiinjättöpäivä on edellisen viikon torstai.
- Postiinjättöpaikat- ja kellonajat säilyvät entisinä.

IRO Researchin ja Postin teettämien tutkimusten mukaan Postisen huomioarvo on kuluttajien keskuudessa erinomainen. Tutkimusten mukaan 93 % vastaajista huomasi Postisen ja 71 % tutustui siihen. Voit lukea lisää tutkimustuloksista kirjeen kääntöpuolelta.

Lisätietoa Uudet Kotisuoran jakelupäivät löytyvät Postisen mediakortista osoitteesta posti.fi/mediakortti sekä tilauskanavistamme Kontaktista ja Postittamisen työpöydältä. Päivitetyt tuote-ehdot ovat nähtävillä osoitteessa posti.fi/kotisuora.

Lisätietoa saat myös asiakaspalvelustamme sähköpostilla yritysasiakaspalvelu@posti.com tai 0200 77000 (ma-pe 8-17).

Ystävällisin terveisin

POSTI OY

Hanna-Leena Lindblom
johtaja, Markkinointipalvelut

Posti Oy

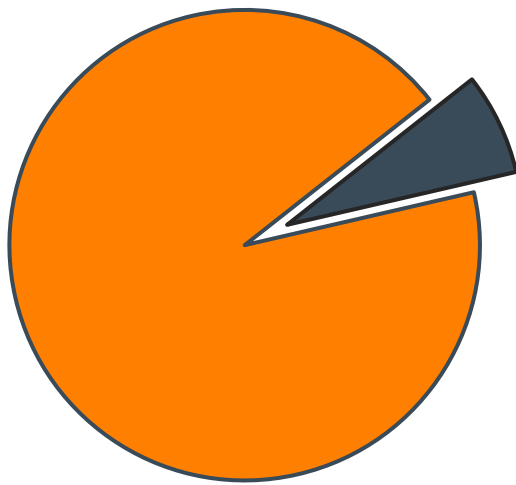
Osoitelähde: Posti Group Oyj:n yritysasiakasrekisteri

Kotipaikka: Helsinki
Y-tunnus: 0109357-9

20.8.2015

Huomioarvotutkimukset kertovat Postisen vahvuudesta

Nelisivuinen Postinen on kustannustehokas media mainostajalle. Postisen konsepti on tutkittu ja asiasisältö suunniteltu kuluttajien toiveiden mukaiseksi. Se on helppo ja uskottava väline mainossisällön jakamiseen suurelle yleisölle. 3,5 miljoonaa suomalaista vastaanottaa Postisen kahdesti viikosta. Vastaanottajista jopa 3,3 miljoonaa huomaa Postisen ja 2,5 miljoonaa tutustuu siihen.*



93 %
vastaajista
huomasi Postisen

71 %
vastaajista tutustui
Postiseen

Tutkimusten mukaan 29 % suomalaisista suhtautuu Postiseen myönteisesti ja 49 % neutraalisti.** Lisäksi Postisessä ja sen välissä julkaistut mainokset muistetaan hyvin. Postinen onkin erinomainen tunnettuuden rakentaja sekä todistetusti tehokas keino aktivoida kuluttajat.

- Postisessä julkaistun kokosivun mainoksen muistaminen vaihteli 32 % ja 44 % välillä (spontaani + autettu muistaminen).*
- Postisen välissä jaettavien suoramainosten muistaminen vaihteli 51 % ja 92 % välillä (spontaani + autettu muistaminen).*

*IRO Research & Posti (30.3.2015, 23.4.2015, 21.5.2015, 15.6.2015; yhteensä n=2000)

**IRO Research & Posti (21.5.2015 ja 15.6.2015, yhteensä n=1000)